



Ulla Viskari-Perttu

Tikkurilan jokiranta – tulevaisuuden elämyskeidas?

Kaupunkivetoinen toimintamalli ja asiakaslähtöinen palvelukonsepti vie kohti visiota

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituottaja Ylempi AMK

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

15.5.2022

Tiivistelmä

Tekijä:	Ulla Viskari-Perttu
Otsikko:	Tikkurilan jokiranta – tulevaisuuden elämyskeidas? Kaupunkivetoinen toimintamalli ja asiakaslähtöinen palvelukonsepti vie kohti visiota.
Sivumäärä:	106 sivua + 7 liitettä
Aika:	15.5.2022
Tutkinto:	Kulttuurituottaja Ylempi AMK
Tutkinto-ohjelma:	Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma
Ohjaajat:	Tuntiopettaja Eeva-Katri Ahola Kulttuuripäällikkö Reeli Karimäki

Opinnäytetyössä tutkin, miten kulttuurimatkailun tavoitteita edistävä kaupunkivetoinen toimintamalli ja jokirannan palvelukonsepti toteutetaan sekä millaisia haasteita ja mahdollisuuksia tavoitteessa tunnistetaan. Kehittämiskohteena on Vantaan Tikkurilan jokirannan palvelukeskittymä, jossa sijaitsee useita kaupungin, yksityisen ja kolmannen sektorin kulttuuritoimijoita sekä muita palveluntuottajia. Työn tavoitteena on tuottaa Vantaan kulttuuripalveluille toimialojen välinen toimintamalli jokirannan palveluiden kehittämiseksi, sekä muotoilla yhteissuunnittelulla Tikkurilan jokirannan palvelukonsepti jatkokehittämisen ja resurssoinnin tueksi.

Opinnäytetyön tilaaja on Vantaan kaupungin kulttuuripalvelut. Kaupunkistrategian elinvoimiohjelmassa (2019) kulttuuripalvelut on nimetty vastaamaan Tikkurilan jokirannan elävöittämissuunnitelmasta. Kulttuuritoiminta ja tilat - palvelualue on koordinoitunut alueen toimijoiden ja kaupungin sidosryhmien välisen työryhmän tapaamisia. Säännöllisissä tapaamisissa työryhmälle on esitelty kaupunkiympäristön toimialan jokirannan Keidas-suunnitelman perusparannusten aikataulua, lisäksi työryhmä on suunnitellut opasteita ja yhteisiä tapahtumia alueen elävöittämiseksi. Jokirannan alueen kehittäminen yhdessä kulttuuripalveluiden, Visit Vantaan ja matkailutoimijoiden kesken on mainittu Vantaan kulttuurilinjausten 2021–2030 ohjelmassa. Kulttuurilinjausten tavoitteena on tuoda jokirannan peruspalveluita houkutteleviksi ja helposti löydettäviksi kohteiksi kaupunkilaisille ja matkailijoille, ympäri vuoden. Tavoitteena on luoda vetovoimainen ”elämyskeidas”.

Työ on konstrukttiivinen tutkimus ja lähestymistapana on palvelumuotoilun menetelmä. Tutkimuksen vaiheet ovat toimintaympäristön määrittely, tutkimus ja suunnittelu. Menetelminä on käytetty teemahaastatteluja ja yhteissuunnittelua työpajoissa. Aineistolähtöisen analyysin tuloksena on muodostunut kaupunkiorganisaation toimintamalli vuosille 2022–2026, jossa on huomioitu yritysysteistyön lisääminen, tulevien yhteistapahtumien suunnittelu, markkinointi sekä mahdolliset hankerahoitukset.

Lisäksi tuloksena on jokirannan visuaalinen palvelukonsepti, jota voidaan testata iteratiivisesti Tikkurilan jokirannan tulevan elämyskeitaan palveluiden ja markkinoinnin kehittämisen tukena. Työn tuloksena selvisi, että palveluita tulee ensisijaisesti kehittää kaupunkilaisille, jolloin alueesta muodostuu aito ja kiinnostava ympäristö myös matkailijoille. Markkinointi aloitetaan Visit Vantaan kautta sitten, kun alueen infra ja fasilitteetit ovat valmiina.

Avainsanat: Kulttuurimatkailun ekosysteemi, palvelumuotoilu, yhteisöllinen johtaminen

Abstract

Author(s): Ulla Viskari-Perttu
Title: Tikkurila´s jokiranta - future experiential oasis. City driven operating model and customer-oriented lead toward the vision.
Number of Pages: 106 pages + 7 appendices
Date: 15th May 2022

Degree: Master of Culture and Arts (Cultural Management)
Degree Programme: Cultural Management
Instructors: Eeva-Katri Ahola, (Teacher)
Reeli Karimäki, (Cultural Manager)

My thesis investigates how to implement a city-driven operating model promoting the goals of cultural tourism and the riverside service concept, as well as what kind of challenges, potentials, and partnering possibilities can be identified. The development focus is the service concentration of Tikkurila's riverside in Vantaa, which is home to several city, private-sector and third-sector cultural actors, as well as other service providers. The aim of this work is to provide Vantaa Cultural Services with an interdepartmental operating model for developing the riverside's services, as well as for revising joint planning to further develop the Tikkurila riverside service concept.

The City of Vantaa Cultural Services subscribed the thesis. The viability program of Vantaa's strategy (2019) names Cultural Services responsible for the Tikkurila riverside's invigoration plan. The Cultural Activities and Premises service area has coordinated meetings of the task force consisting of representatives of the actors in the area and the city's stakeholders. In the task force's regular meetings, the task force was presented the schedule of the renovations of the riverside's recreation areas. In addition, the task force has planned signposts and joint events to enliven the area. Developing the riverside area together with Cultural Services, Visit Vantaa, and tourism actors is included in the 2021-2030 Vantaa Cultural Guidelines. The aim of the cultural guidelines is to make, the riverside actors' basic services attractive and easy-to-find sites for both residents and tourists, throughout the year.

This thesis is a constructive study, and I have chosen service design methods as its approach. The phases of the thesis consist of defining, studying, and planning the operating environment. The methods used are theme interview and joint planning at workshops. The result of the material-oriented analysis is the city organization's 2022 - 2026 operating model that accounts for increased cooperation with businesses, implementation of annual joint events, as well as potential project financing.

An additional result is the riverside's visual service concept that can be tested and iteratively refined to support the development of the services and marketing of Tikkurila riverside's future experiential oasis. The results of the thesis made it clear that services must primarily be developed for the residents, which will turn the area into a genuine and interesting environment for tourists, as well. Marketing will begin by Visit Vantaa as soon as the area's infrastructure and facilities are completed.

Keywords: Cultural tourism's ecosystem, service design, community leadership

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Palveluiden kehittäminen	7
2.1 Opinnäytetyön käsitteet ja rajaus	8
2.1.1 Kulttuurimatkailun ekosysteemi	8
2.1.2 Palvelumuotoilu	13
2.1.3 Yhteisöllinen johtaminen	17
2.2 Vantaan kulttuurilinjaukset ja kulttuurimatkailun visio	19
2.3 Matkailun nykytila	20
2.5 Kulttuuripalvelut mahdollistajana	22
3 Vantaan kulttuuripalvelut	24
3.1 Kulttuurin palvelualueet kaupunkiorganisaatiossa	24
3.2 Jokirannan palvelukeskittymä	27
4 Tikkurilan jokiranta – tulevaisuuden elämyskeidas?	29
5 Konstruktiivinen tutkimus ja palvelumuotoilun menetelmä	29
5.1 Metodologiset lähtökohdat	32
5.2 Aineistonkeruu ja analysointi	35
5.2.1 Toimintaympäristön kartoittaminen ja tiedottaminen	36
5.2.2 Teemahaastattelut	37
5.2.3 Fasilitoivat työpajat	40
5.3 Oma roolini kehittäjänä	46
6 Kehittämistyön tulokset	46
6.1 Määrittelyvaiheen tulokset	46
6.2 Teemahaastatteluiden analyysin tulokset	50
6.2.1 Kaupunkiorganisaation haasteet ja mahdollisuudet	51
6.2.2 Kulttuurimatkailun ekosysteemi	53
6.2.3 Markkinointi ja brändi	56
6.2.4 Jokirannan alueen kehittäminen	58
6.2.5 Elävöittämissyöryhmän täydentäminen	61
6.3 Työpajan tulokset	63
6.3.1 Palvelutarjoama	63
6.3.2 Empatiakartta ja palvelun arvo	70

6.3.3 Visio, mahdollisuudet ja haasteet	73
6.4 Yhteenveto tuloksista	81
7 Kehittämissuhteet	84
7.1 Toimintamalli	84
7.2 Palvelukonsepti	88
8 Pohdinta	90
Lähteet	96
Aineisto	104
Liitteet	107
Yksilöhaastattelun kysymykset	107
Fokusryhmähaastattelun kysymykset	108
Infotilaisuuden materiaali	109
Työpajan materiaali: Palvelun tasot	110
Työpajan materiaali: Empatiakartta	111
Työpajan materiaali: 5 Bold Steps	112
Palvelukonsepti	113

1 Johdanto

Opinnäytetyössä tutkin Tikkurilan jokirannan palvelukeskittymän kehittämisen prosessia Vantaan kaupunkiorganisaatiossa. Opinnäytetyön tilaaja on työnantajanani Vantaan kaupungin kulttuuripalvelut. Tutkimuksen kohteena on Vantaan kaupunkiorganisaatio sekä Tikkurilan keskustan alueen jokirannan palvelukeskittymä, jossa sijaitsee useita kaupungin, yksityisen ja kolmannen sektorin kulttuuritoimijoita. Jokirannalla tarkoitetaan kulttuuritehdas Vernissan ja Silkkitehtaan välistä noin kilometrin mittaista Keravanjoen rannan aluetta, jossa sijaitsee tiedepuisto Heureka ja sen läheisyydessä Hotelli Vantaa.

Jokirannan alueen kulttuurinen ja tapahtumallinen kehittäminen yhdessä Vantaan kulttuuripalveluiden, kaupungin markkinointiorganisaatio Visit Vantaan ja matkailutoimijoiden kesken on mainittu *Vantaan Kulttuurilinjausten 2021–2030* ohjelmassa (Kulttuurilinjaukset, 2021, s. 18). Tämän opinnäytetyön tuloksena on kehitetty kaupunkivetoinen toimintamalli Tikkurilan jokirannan palveluiden kehittämiseksi, sekä yhteissuunnittelun avulla muotoiltu jokirannan palvelukonsepti. Palvelukonsepti kokoaa toimijoiden palvelut yhteen ja tuo ne palvelukeskittymänä näkyväksi. Konsepti palvelee jokirannan toimijoita alueen yhtenäisen ilmeen suunnittelun ja viestinnän tukena.

Työn kehitystehtävä kumpuaa *Kulttuurilinjausten* (2021) visiosta, jossa tavoitteena mainitaan Vantaan kulttuurikohteiden näkyväksi ja saavutettavaksi tekeminen. Tikkurilan jokiranta on yksi linjausten kehittämiskohteista. Opinnäytetyön keskiössä on julkisen kulttuuripalvelun kehittämisen tarkastelu sekä kulttuurimatkailun ilmiön avaaminen kaupunkiorganisaation sekä kulttuuritoimijan näkökulmasta. Kulttuurimatkailun kehittäminen on käsitteenä tunnistettu ohjelmatyössä Vantaan kulttuurilinjauksissa, mutta kehittämistä ohjaava toimintamalli uupuu vielä kaupunkikulttuurin toimialalta.

Kulttuurilinjausten tavoitteena on tuoda jokirannan toimijoiden peruspalveluita tunnetuksi, houkutteleviksi ja helposti löydettäväksi kohteiksi kaupunkilaisille ja matkailijoille, ympäri vuoden (Kulttuurilinjaukset, 2021). Jokirannan kulttuuripal-

veluiden kehittäminen yhdessä alueen toimijoiden kanssa on ensiaskel kulttuuri-
matkailun vuorovaikutteisen verkoston eli ekosysteemin tunnistamiseksi (VTT
2020, s. 5). Tässä opinnäytetyössä pyritään selvittämään tarkemmin jokirannan
palveluiden kehittämisen mahdollisuuksia, haasteita ja toiveita.

Opinnäytetyön aihe on kiinnostava ja ajankohtainen. Vuoden 2022 aikana on
julkaistu uutisia Hakunilan Håkansbölen kartanon kulttuurimatkailun kehittämis-
suunnitelmasta (Vantaan Sanomat, 2022) sekä Aviapoliksen Backaksen karta-
non tapahtumapuiston (Helsingin Sanomat, 2022) edellyttämän kaavamuutok-
sen hyväksymisestä Vantaan kaupunginvaltuustossa. Lisäksi Vantaan kaupunki
julkaisi 5.5.2022 tuoreena tietona jokirannan läheisyydessä sijaitsevan Väreteh-
taan alueen muutoksesta. Tikkurila Oyj:n tehdasalueelle sijoittuu tulevaisuu-
dessa uudenlaista asumista, palveluita, työpaikkoja ja virkistysalueita. Kulttuuri-
historialliset rakennukset on tarkoitus säilyttää. (Vantaan Sanomat, 2022a.)
Tämä mahdollistaa kokonaisvaltaisen jokirannan alueen elävöittämisen.

Kulttuuri- ja matkailualaa yhdistää ikävällä tavalla koronapandemia, joka on ai-
heuttanut aloille tulonmenetyksiä ja jatkuvaa epävarmuutta kaksi vuotta kestä-
neen rajoitustoiminnan ajanjakson aikana. Kulttuurialalla erityisen huolestuttava
ilmiö koronapandemian seurauksena on kulttuuriyrittäjien ja freelancereiden ko-
kemus siitä, ettei taiteen ja kulttuurin työllistävää, elinkeinopoliittista tai hyvin-
vointia lisäävää merkitystä ymmärretä, eikä alaa arvosteta (Valtioneuvosto,
2021, s. 11).

Oman näkökulmansa alan arvostukseen ja työn vaatimusten ymmärtämiseen
tuo kevään 2022 kunta-alan lakkouhka, joka koskettaa vahvasti kunta-alan kult-
tuuritoimijoita erityisesti museoissa ja kirjastoissa. Vaatimuksissa todetaan:
”Kuntasektori tarvitsee kaikkia aloja koskevan monivuotisen palkkaohjelman
korjaamaan räikeästi jälkeen jääneitä palkkoja lähemmäs muiden sektoreiden
aloja.” (Taide- ja kulttuurialan ammattijärjestö TAKU, 2022.)

Koronapandemian aiheuttamat rajoitustoimet vaikuttivat myös matkailualalla va-
kavasti (Business Finland, 2021). Matkustusrajoitusten seurauksena kotimaan
matkailu ja ekologisesti kestävä lähimatkailu on kuitenkin saanut uudenlaista

nostetta. Kulttuurimatkailun mahdollisuuksien tunnistamisen ja kehittämisen myötä julkisen kulttuuripalvelun, paikallisten kulttuuritoimijoiden ja yritysten on mahdollista tavoittaa uutta yleisöä ja saavuttaa lisäarvoa palveluille. Lisäarvo voi näkyä esimerkiksi liiketoiminnan kasvuna. (Business Finland, n.d.)

Vantaan elinvoimaohjelmassa (2019) kulttuuripalvelut nimettiin vastaamaan jokirannan elävöittämissuunnitelmasta yhdessä monialaisen työryhmän ja alueen toimijoiden kesken. Palvelualue koordinoi ja kutsui työryhmän koolle verkostoitumaan ja ideoimaan jokirannan alueella toimivien palveluntuottajien yhteistyön kehittämistä sekä yhdessä tuotettavia tapahtumia. Koronapandemian vuoksi jo osittain kaupungin kunnostaman jokirannan viralliset avajaiset ovat siirtyneet eteenpäin jo kertaalleen. Tapahtumat ovat oiva keino tuoda jokirannan toimijoiden palveluita tunnetuksi ja näkyväksi, myös ulkopaikkakuntalaisille. Ulkopaikkakuntalaiset ovat päivämatkailijoita, jotka käyttävät samalla muita paikallisia palveluita, kuten ravitsemuspalveluita. Kulttuurialan näkökulmasta asia on merkittävä, koska nämä paikalliset lisätulot vahvistavat kulttuurimatkailun ekosysteemiä ja lisäävät kulttuuripalveluiden vaikuttavuutta.

Vuoden 2021 marraskuussa Vantaan kulttuuripalvelut järjesti alueella uuden *Valon Tikkurila* – valotapahtuman, joka yhteistyökumppaneiden palautekyselyn mukaan toi runsaasti uutta yleisöä oheistapahtumia järjestäneille toimijoille Vernissaan, Silkkitehtaan teattereille ja kaupunginmuseoon. Yleisökyselyyn vastanneista 20 % oli ulkopaikkakuntalaisia (Elävöittämissuunnitelman raportti, 2021). Kiinnostavien tapahtumien kautta on siis mahdollista tavoittaa uusia kävijöitä. Tapahtumat ovat kuitenkin suuria ponnistuksia kulttuuritoimijoiden perustyön lisäksi, joten palveluiden ja kulttuurimatkailun pitkäjänteinen kehittäminen ei voi perustua ainoastaan jokirannan alueen yhteisiin vuosittaisiin tapahtumiin.

Työ on konstruktiiivinen kehittämistyö, joka asettaa tutkimusongelman ja luo sille tutkimusaineiston keruun ja analysoinnin kautta uuden rakenteen, toimintamallin (Ojasalo ym., 2014, s. 65). Työn lähestymistapa on palvelumuotoilun prosessi. Prosessi sisältää määrittelyvaiheen toimintaympäristöstä ja nykytilasta, useista menetelmistä koostuvan toiminnallisen tutkimusvaiheen sekä suunnitteluvai-

heen. (Tuulaniemi, 2016, s. 129.) Opinnäytetyössä suunnitteluvaiheen tuloksena muodostuu toimintamalli ja palvelukonsepti. Kehittämistyön vaiheet kulkevat prosessinomaisesti ja syventävät toisiaan.

Määrittelyvaiheen tavoitteena on tunnistaa kaupunkiorganisaation sisäinen toimintaympäristö kulttuurimatkailun ja palveluiden kehittämisen asettamista vaatimuksista katsottuna. Se tarkoittaa taustatiedon keräämistä siitä, mitä alueella on jo tehty, sekä kaupunkiorganisaatiossa keskeisten asiantuntijoiden tunnistamista ja innostamista yhteiskehittämiseen. Seuraava vaihe on tutkimusvaihe, joka muodostuu kaupungin asiantuntijoiden haastatteluista ja jokirannan palveluntuottajien yhteissuunnittelun työpajoista. Viimeisenä on suunnitteluvaihe, joka pitää sisällään tulosten eli toteutuksen valmistelun. (Tuulaniemi, 2016, s. 130.)

Työn tavoite on haastava, koska kulttuurimatkailua ei ole määritelty kaupungin uudessa valtuustokauden strategiassa, jonka toimenpiteet ohjaavat koko kaupunkiorganisaation henkilöstön työtä ja kaupungin tavoitteita mittareineen (Innovaatioiden Vantaa, 2022). Strategian julkistamistilaisuudessa Vantaan kaupungin henkilökunnan kyselytunnilla 1.2.2022 kaupunginjohtaja Ritva Viljanen kuitenkin korosti, että ”asumisen, yrittämisen ja matkailun perusasiat ovat edelleen kunnallisia, sosiaali- ja terveystalouden siirtyessä uudelle hyvinvointialueelle”. Kaupunginjohtaja vastasi aluevaaleihin liittyvään kysymykseen, onko kaupungin äänestysprosentin nostamiseksi laadittu suunnitelmaa. Viljasen näkemyksen mukaan äänestäjille tulisi avata näitä kaikille tärkeitä kunnallisia asioita, joihin kaupunkilaiset voivat äänestämisenkin kautta vaikuttaa. (Viljanen, 2022.) Matkailun perusasiat kuuluvat siten kaupungin palveluvalikoimaan.

Opinnäytetyön raportti koostuu kahdeksasta luvusta. Aluksi esittelen työn tietopohjan, joka sisältää valitsemani kulttuurimatkailun ekosysteemin, palvelumuotoilun ja yhteisöllisen johtamisen käsitteet rajattuna työn kontekstiin. Tietopohja määrittelee aineiston keruun ja tutkimusmenetelmien valinnan. Aineisto kerätään kolmessa eri vaiheessa: jokirannan elävöittämissuunnitelman suunnittelun vaiheiden kartoittamisella, kaupunkiorganisaation asiantuntijoita haastattele-

malla sekä palvelumuotoilun menetelmillä jokirannan toimijoiden yhteissuunnittelun työpajoissa. Aineiston keräämisen jälkeen kokonaisaineisto analysoidaan, tulkitaan ja tulokset järjestellään kehittämissuunnitelmiksi. (Ojansalo ym., 2014, s. 144.) Kehittämissuunnitelmat sisältävät Tikkurilan jokirannan palvelukonseptin ja kaupunkivetoisen toimintamallin alueen kokonaisvaltaisten palveluiden kehittämiseksi.

Työn keskiössä on jokirannan kehittäminen kaupunkivetoisesti, palvelutuottajien mahdollisuudet ja haasteet tunnistaen. Asiakaskokemuksen ja –ymmärryksen tunnistaminen on kulttuurimatkailun kovaa ydintä. Opinnäytetyö pyrkii tunnistamaan näitä haasteita kaupunkiorganisaatiossa sekä kulttuurikohteessa. Jotta kulttuuripalveluiden vetämän elävöittämissuunnitelman asiantuntijat ja jokirannan palvelutuottajat osaavat kehittää kulttuuripalveluita matkailijoille, tulee haasteita ja mahdollisuuksia kartoittaa. Kehittämisen tueksi tulee määrittellä ja kehittää yhteisiä käytäntöjä ja työkaluja.

Tuulaniemen (2016, s. 281) mukaan kunnilla ja kaupungeilla on merkittävä rooli yhteiskunnan palveluiden tuottajana. Yhteiskunnalliset haasteet kuten väestön ikääntyminen ja valtion verokertymän pieneneminen aiheuttavat lisääntyviä paineita julkisten palveluiden rahoittamiseen ja tuottamiseen. Julkisella sektorilla on suuri haaste palveluiden kehittämiseen niukkenevilla resursseilla, mutta myös paljon potentiaalia tuottaa parempia palveluita. Palvelumuotoilun menetelmillä on mahdollista kehittää ketterästi uusia palveluratkaisuja myös julkiselle sektorille.

Kulttuurimatkailu on ilmiö, joka on tunnistettu mahdollisuus kulttuurituottajien ja matkailualan asiantuntijoiden välisen yhteistyön kehittämiseen. Aihetta on viime vuosien aikana tutkittu ja kulttuurimatkailun käsite on vakiintunut osaksi kansainvälisen matkailuorganisaatio Visit Finlandin ja liiketoiminnan kehittäjän Business Finlandin teemoja, joita tutkitaan, kehitetään ja rahoitetaan. (Business Finland, n.d.)

Ennen kulttuurituottajan uraani olen työskennellyt matkailualalla hotellivirkailijana sekä media-alalla viestinnän koordinaattorin tehtävissä, joten kulttuurimatkailu ja palveluiden tuotteistaminen ovat minulle helposti lähestyttäviä ilmiöitä. Niiden kytkeminen opinnäytetyöhöni ja omiin kulttuurituottajan kompetensseihini on luonteva suuntautuminen. Toivon työn olevan hyödynnettävissä osana Vantaan kulttuurilinjausten jalkauttamisessa, mutta myös kaupunkiorganisaation toimialojen välisissä yhteistyöhankkeissa.

Vantaan kaupungin imago on muutoksessa ja kaupunki tavoittelee lähivuosina Suomen kolmanneksi suurimman kaupungin sijaa. Kaupunki palkittiin marraskuussa 2021 Euroopan innovaationeuvoston jakamalla *Nouseva innovaatiokaupunki* – palkinnolla, perusteena sosiaaliset innovaatiot ja digitaaliset ratkaisut sekä tavoitteet hiilineutraalisuudesta (Innovaatioiden Vantaa, 2022). Vantaa on Suomen nopeimmin kasvava kaupunki ja kulttuurimatkailu on puolestaan matkailun osa-alueista nopeimmin kasvava ja kehittyvä osa-alue. On kiinnostavaa tutkia, voisiko Vantaa olla tulevaisuudessa tunnettu myös kestävän lähikulttuurimatkailun kaupunkina?



Kuva 1. Havainnekuva Veininmyllyltä (Loci Maisema-arkkitehdit Oy).

2 Palveluiden kehittäminen

Opinnäytetyön ilmiö liittyy kulttuurimatkailun ohella palveluihin liittyvään aikaisempaan kirjallisuuteen (Grönroos, 2015; kts. Moritz, 2005). Tässä luvussa käsittelem myös kuntien ja kaupunkien ekologisen, taloudellisen ja sosiokulttuurisesti kestävän kulttuurimatkailun käsitettä. Työssä rajataan tutkittava ilmiö kotimaan kulttuurimatkailuun kaupungeissa.

Työn tutkimusongelman taustatieto koostuu Vantaan kaupungin vetovoimaan ja palveluiden kehittämiseen keskittyvistä tutkimusraporteista ja julkaisuista. Keskiössä on kartoitus siitä, mitä kulttuurilinjausten kulttuurimatkailun käsite pitää sisällään. Taustatietona hyödynnän raportteja Tikkurilan jokirannan virkistysalueen ja tilojen kunnostamisesta sekä työryhmän toiminnasta (Elävöittämissyöryhmän raportti, 2021) sekä *Vantaan Kulttuurilinjauksista* (2021). Tietopohjaa peilaan Vantaan kaupungin *Innovaatioiden Vantaa* (2022) uusimpaan kaupunki-strategiaan 2022–2025.

Tietopohjaa täydentävät kaupunkien kulttuurimatkailun ilmiötä käsittelevät tutkimukset (Mikkonen ym., 2015; Tarjanne, 2020) ja palvelujen markkinoinnin teoria (Grönroos, 2009) sekä palvelumuotoilun teoria (Miettinen, 2011; Moritz, 2005; Tuulaniemi, 2016). Valitsemani ja rajaamani tietopohja perustelee opinnäytetyön merkitystä kaupungin kulttuuripalveluiden, kulttuuritoimijoiden ja yritysten yhteistyön lujittamiseksi. Kulttuurimatkailu on käsite, jonka kontekstissa yhteistyömahdollisuuksien hyötyjä on mahdollista tutkia ja perustella. Yhteisöllinen johtajuus (Kärkkäinen, 2005) on opinnäytetyön kolmas käsite. Yhteisöllinen johtajuus ilmenee jokirannan palveluntuottajien ja kaupunkiorganisaation välisessä yhteistyössä.

Kaupunkivetoinen toimintamalli tarkoittaa opinnäytetyössäni kehittämissuunnitelmaa, jossa julkinen organisaatio vastaa tietyn hallinnoimansa alueen toimintojen kehittämisestä vallitsevan kaupunkistrategian mukaisesti. Kehittäminen tapahtuu toimialojen, kuten kaupunkiympäristön ja kaupunkikulttuurin, välisenä yhteistyönä. Tästä Vantaan kaupungin esimerkkinä on Kuusijärven ulkoilualueen kehittäminen, joka on yksi kaupungin kärkihankkeista vuosina 2022–2025.

Kaupunki on varannut vuosittaisen toimintabudjetin sekä palkannut koordinaattorin vastaamaan virkistysalueen ja palveluiden kehittämisestä. (Innovaatioiden Vantaa, 2022.)

2.1 Opinnäytetyön käsitteet ja rajaus



Kuvio 1. Opinnäytetyön käsitteet ja niiden sisällöt.

Työn keskeisiä käsitteitä ovat kulttuurimatkailun ekosysteemi, palvelumuotoilu ja yhteisöllinen johtaminen. Tarkastelen näitä käsitteitä seuraavissa alaluvuissa.

2.1.1 Kulttuurimatkailun ekosysteemi

Maailman matkailujärjestön (UNWTO) laatimassa suosituksessa matkailu määritellään ”sosiaaliseksi, kulttuuriseksi ja taloudelliseksi ilmiöksi, johon sisältyy ihmisten liikkuminen tavanomaisen elinpiirin ulkopuolella, joko henkilökohtaisiin tai ammatillisiin syihin liittyen. Kävijä on puolestaan henkilö, joka matkustaa tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolelle, joko työn, vapaa-ajan tai muun henkilökohtaisen syyn takia. Kävijä voi olla yöpyvä matkailija tai päiväkävijä, joka ei yövy kohteessa”. (Mikkonen ym., 2015, s. 15.)

Kulttuurimatkailun voimavaroja ovat aineeton ja aineellinen kulttuuriperintö, taiteen alat, museot sekä taide- ja kulttuuritapahtumat (Visit Finland, n.d.). Kulttuurimatkailussa tuotetaan palveluita ja tuotteita liiketoiminnallisin perustein, alueellisia ja paikallisia kulttuurin voimavaroja arvostaen. Tavoitteena on luoda elämyksiä ja oppia niistä tai osallistua niihin. Kulttuurimatkailu vahvistaa ihmisten identiteetin rakentumista, sekä oman että muiden kulttuurien ymmärrystä ja arvostusta. (Mikkonen ym., 2015, s. 15.) Matkailijoista 16 % vuonna 2019 teki matkan kulttuurielämyksen vuoksi, mutta lähes puolet matkailijoista kertoo kuitenkin käyttäneensä kulttuuripalveluja matkallaan. (Business Finland, n.d.)

Ekosysteemi on verkostojen alusta, joka mahdollistaa vuorovaikutteisen yhteistyön yhteisen vision saavuttamiseksi (VTT, 2020, s. 5). Kulttuurimatkailun ekosysteemiä voidaan verrata matkailun ekosysteemiin. Lapin matkailuekosysteemi-hankkeessa ekosysteemin muodostavat palveluntuotanto, majoituspalvelut, ravitsemisliikkeet, liikenne, vuokraus ja leasing-palvelut, vähittäiskauppa ja huoltamotoiminta. Laajemmin Lapin matkailuekosysteemi nähdään yhteistyörakenteena, joka pitää sisällään useita kymmeniä toimijoita, kuten Lapin kunnat, maakuntahallinnon, alueorganisaatiot, matkailuhankkeet, matkanjärjestäjät, viestintäpalvelut ja oppilaitokset. (Lapland Above Ordinary, 2020.)

Lapin matkailuekosysteemiin verrattuna Vantaan kulttuurimatkailun ekosysteemin tulisi pitää sisällään Vantaan kaupunkiorganisaation toimialoista kulttuuripalvelut, matkailun, elinkeinopalveluiden kasvupalvelut ja markkinointiviestintä. Kulttuurimatkailuekosysteemin keskiössä ovat kulttuurin palveluntuottajat: yksittäiset taiteilijat, yhdistykset, yritykset ja kulttuurilaitokset. Ekosysteemi muodostuu siis yhdessä paikallisten vetovoimaisten palveluiden ja kohteiden, majoitus – ja ravintolapalveluiden sekä julkisen liikenteen toimijoiden kesken.

Kulttuurimatkailu mahdollistaa kulttuuripalveluille uuden yleisön tavoittamisen ja antaa matkailijoille elämyksiä kulttuurin parissa. Kulttuurimatkailu luo henkisten arvojen ja vaikuttavuuden lisäksi merkittävää taloudellista arvoa. Se tuo lisäarvoa peruspalvelulle ja mahdollistaa liiketoiminnan kasvua. (Business Finland, n.d.)

Kulttuuri on osa luovaa taloutta. OECD:n (2014) *Tourism and the Creative Economy* – tutkimuksessa määritellään, että matkailun ja luovan talouden välisen yhteyden vahvistaminen tuo kulttuurille uuden kohdeyleisön lisäksi uudenlaista kohdealueen imagoa ja kilpailukykyä. (Mikkonen ym., 2015, s. 15.) Valtion tasolla matkailun aikaansaama arvonlisäys eli jalostusarvo vuonna 2019 ennen koronapandemiaa oli 5,7 miljardia euroa, joka oli 2,7 prosenttia bruttokansantuotteesta. Matkailu oli muihin teollisuudenaloihin verrattuna samaa kokoluokkaa kuin metsäteollisuus ja suurempi kuin elintarviketeollisuus. (Business Finland, n.d.)

Tietoa kulttuurimatkailun vaikuttavuudesta, ilmiöistä ja kehityssuunnista tarvitaan paitsi poliittisten linjausten myös kulttuurikohteiden kehittämistoimien tueksi. Tiedon avulla kohteet voivat arvioida omia tavoitteitaan ja toimiaan myös matkailun näkökulmasta. Esimerkiksi missä määrin matkailukysyntä ja kulttuuritarjonta kohtaavat toisensa, tai kuinka kulttuuritoimijat voisivat osallistua alueen matkailun kehittämiseen ja yhteistyöhön muiden alueen toimijoiden kanssa. (Mikkonen ym., 2015, s. 29.)

Kulttuurimatkailun vaikuttavuutta voidaan tarkastella sekä kysynnän että tarjonnan lähtökohdista. Kulttuurimatkailutarjonta pohjaa yleiseen kulttuuritarjontaan; sen määrään ja laatuun. Tästä syystä kulttuurimatkailutarjontaa voidaan osittain mitata samalla tavalla kuin kulttuurin tarjontaa yleensäkin. Kulttuurimatkailu edellyttää kuitenkin usein tuotteistamista, jotta tarjonta ja matkailukysyntä kohtaavat. (Mikkonen ym., 2015, s. 26.)

Kuitenkin kulttuuritoimijoilta voi puuttua kiinnostus tuotteistamista kohtaan, mikä johtuu usein resurssien puutteesta. Siksi onkin ensiarvoisen tärkeää osoittaa laaja-alaista tietoa kulttuurimatkailun sosiokulttuurisista ja taloudellisista vaikutuksista, jotta se avaa uusia näkökulmia ja auttaa kehittämään kulttuurimatkailupalveluita. (Mikkonen ym., 2015, s. 28.) Yhteenvedona voidaan tiivistää, että kulttuurimatkailun kehittäminen mahdollistaa samalla myös paremmat kulttuuripalvelut paikallisväestölle. Se lisää yrittäjyyttä ja luovien alojen arvostusta.

Kestävä kulttuurimatkailu on tärkeä osa alueellisia kehittämisstrategioita. Kulttuuri matkailun teemana mahdollistaa kestävän kehityksen ja edistää sitä. Paikallisyhteisöjen osallistamisella varmistetaan, että päätökset edistävät kulttuuriperinnön säilymistä ja lisäksi paikallisen väestön hyvinvointia. Kestävän kulttuurimatkailun tavoitteena on kulttuurikohteiden suojelu, autenttisuuden säilyttäminen ja paikallisen talouden tukeminen. (European Commission, n.d.)



Kuvio 2. Kestävän kulttuurimatkailun ilmiö.

Kulttuurimatkailun osalta tärkeää on kiinnittää huomiota erityisesti sosiokulttuuriseen kestävyys. Se tarkoittaa paikallisten palveluiden käyttämistä ja paikallisyhteisöjen huomioimista, kulttuuriperinnön säilyttämistä ja suojelemista sekä alueen kantokyvyn huomioimista. (Hook ym., 2021, s. 9.)

Kulttuurimatkailun kehitystyöhön tarvitaan ulkopuolista rahoitusta, joka kohdennetaan toimijoiden palveluiden kehittämistyöhön. Tämä tukee kestävän ja pitkäjänteisen yhteistyön muodostumista taiteilijoiden ja kulttuurimatkailun osapuol-

ten välille. (Petäjäjärvi, 2020, s. 12.) Opetus- ja kulttuuriministeriö tukee kulttuurimatkailun kehittämistä julkisin varoin. Vuonna 2021 kulttuurimatkailun kehittämishankkeisiin myönnettiin tukea lähes kolme miljoonaa euroa. Tavoite kytkeytyy luovien alojen toimintaedellytysten edistämiseen. Lisäksi määrärahalta tuetaan kulttuurin ja luovien alojen sopeutumista muuttuneeseen toimintaympäristöön koronapandemian aikana ja sen jälkeen. (Oikeusministeriö, 2021.)

Rahoitusmahdollisuuksia on tarjolla myös maakunnallisissa ja valtakunnallisissa hankkeissa sekä EU-hankkeissa. Lisäksi kehittämismahdollisuuksia tarjoavat yksityiset säätiöt sekä yhdistykset. Visit Finland ja Business Finland tukevat kulttuurimatkailun kehittämistä koordinoimalla yhteistyötä ja järjestämällä työpajoja ja hankkeita toimijoille (Visit Finland, n.d). Näiden mahdollisuuksien lisäksi ketterä julkisen sektorin rahoitusmalli on ns. tuotantoraha, jota yhteisöt voivat hakea kaupunkivetoisen tapahtuman tuotantokuluihin (Helsingin kaupunki, 2022).

Kulttuurimatkailun ilmiötä käsitteleviä yamk-opinnäytetöitä on kulttuurituotannon opinnoissa julkaistu muutamia. Omaan tutkimukseeni pohdintaa tuovat kulttuurimatkailua kaupungin tai kunnan näkökulmasta, yhteistoiminnallista kehittämistä ja palveluiden tuotteistamista käsittelevät opinnäytetyöt.

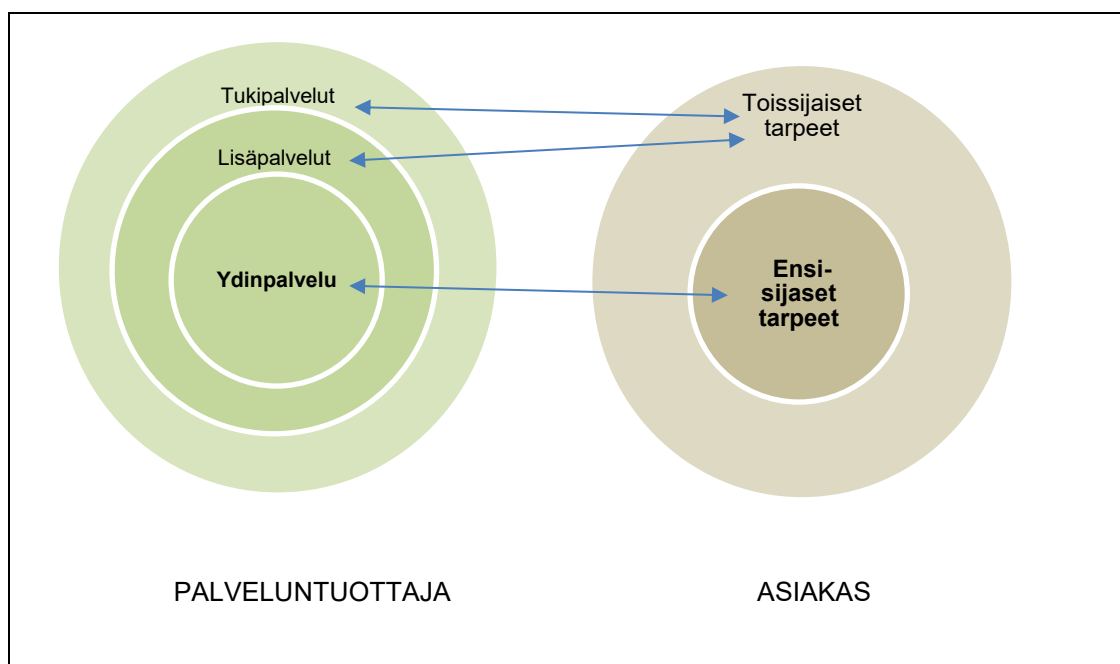
Tarinoiden matkassa-yhteistoimintamalli: kulttuurimatkailun yhteistoiminnallinen kehittämismalli (Salokannel, 2021) opinnäytetyössä Kattilakosken kulttuuri- osuuskunnan toiminnanjohtaja luo toimintamallin, jolla ”kehitetään Kärsämäen alueen kulttuurimatkailua yhteistoiminnallisilla menetelmin, yhteistyössä alueen matkailu- ja kulttuuritoimijoiden kanssa. Kehittämisen keskiössä on tarinallistaminen. Tarinaksi työstettiin kertomus Paanutontusta, joka pitää huolta kuuluisasta Paanukirkosta. Työpajassa ideoitiin palveluita ja tuotteita, joille voidaan myöntää Paanutonttu-sertifikaatti.” Työ on mielenkiintoinen ja tuo esille kulttuurimatkailukohteiden mahdollisuuden hakea sertifiointia ja liittämistä kansallisiin kulttuurireitistöihin, joka lisää kohteen näkyvyyttä.

Paikallisen elämäntavan jäljillä (Lappalainen, 2019) opinnäytetyön tutkimuskohdeena on Helsingin kulttuurimatkailun kehittäminen. Kohderyhmänä ovat kansainväliset City Breakers -matkailijat. Työn tilaaja on *Culture Tourism for City Breakers* -hanke. Opinnäytetyössä kehitetään yhteisöllinen paikallisten itse toteuttama kulttuurikierros-palvelukonsepti, joka on tarkoitus tuottaa digitaalisen sovelluksen avulla. Digitaalisuus ja immersiiiviset elämykset ovat mielenkiintoisia mahdollisuuksia kulttuurimatkailun palveluiden tuotteistamiseen, myös opinnäytetyön tuloksien jatkokehittämistä ajatellen. Tuoreimpana kansainvälisenä hankkeena Alvar Aalto – matkailureitti tuo lisäarvoa kehittämällä Aalto-kohteisiin mobiilisovelluksen, joka hyödyntää lisätyn todellisuuden sisältöä (Alvar Aalto, 2022). Aihe on mielenkiintoinen, koska Aalto-kohteista Aerolan rivitalot sijaitsevat Vantaan Aviapoliksessa.

Myös matkailualan opinnäytetöissä käsitellään kulttuurimatkailun ilmiöitä. Työni kannalta perehdyin myös Riikka Sunin (2013) *Kulttuurimatkailukohteiden toimijoiden välinen yhteistyö, laadullinen tapaustutkimus Strömforsin ruukista* – opinnäytetyöhön. Työssä tutkittiin kulttuurimatkailukohteen yrittäjien välistä yhteistyötä. Tutkimuksen keskeisimmät kehittämistarpeet liittyivät toiminnan ympäristösuuteen, palvelutarjonnan monipuolisuuteen, yhteistyöhön ja tilojen hyödyntämiseen. Tutkimuksessa ilmeni, että alueen yrittäjät kaipaavat aktiivisempaa yhteistyötä Loviisan kaupungin matkailutoimiston kanssa. (Sunin, 2013.)

2.1.2 Palvelumuotoilu

Opinnäytetyön tavoitteena on muotoilla yhteissuunnittelun avulla jokirannan ensimmäisen vaiheen palvelukonsepti. Palvelukonseptilla on erilaisia määritelmiä. Konseptissa esitetään yleisimmin palvelun keskeinen idea (Tuulaniemi, 2016, s. 189). Lovelockin ja Witzin (2011, s. 106) mukaan palvelukonsepti koostuu kolmen eri tekijän yhdistelmästä: ydin- ja lisäpalvelut sekä jakelukanavat, joiden kautta palvelu on saatavilla. Ydinpalvelu tuottaa pääasiallisen ratkaisun asiakkaiden tarpeeseen. Lisäpalvelu lisää asiakkaiden ydinpalvelusta kokemaa arvoa ja kokemusta. Jokirannan palvelukonseptissa paketoidaan ydin- ja lisäpalvelut ja tehdään ne näkyväksi.



Kuvio 3. Palvelutuotteen malli ja sen vastaaminen asiakkaiden tarpeisiin (muokailen Heikkinen, 2015, s. 28; kts. Bergström & Leppänen 2021; Sipilä, 1996).

Palvelussa on erilaisia tasoja. Ydinpalvelu on asiakkaan tarpeen täyttävä palvelun osa. Tukipalvelu liittyy ydinpalvelun tuottamiseen tai toimittamiseen. Lisäpalvelulla tarkoitetaan varsinaisen ydinpalveluprosessin ulkopuolella syntyvää palvelua. (Bergström & Leppänen, 2021.) Palvelulupauksella tarkoitetaan palvelun erityispiirteitä. Se muodostuu ydinpalvelun varaan, mutta tukipalvelut luovat palvelulle tuotantoympäristön, jossa palvelulupauksen erityispiirteet huomioidaan. Palvelulupausta voidaan kutsua myös arvolupaukseksi. (Tuulaniemi, 2016, s. 33.)

Grönroosin (2009, s. 79) mukaan palveluihin kuuluvat seuraavat kolme pääpiirrettä:

1. Palvelut koostuvat tekojen sarjoista
2. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti
3. Asiakas osallistuu tuotantoprosessiin toimittajan kanssa

Jotta tutkija voi ymmärtää palvelumuotoilun prosessin, tulee ensin muodostaa kokonaiskuva asiasta pienempien osien ja osakokonaisuuksien kautta. Palvelun

ominaisuudet on sisäistettävä ja tiedostettava niihin liittyvät haasteet. On tunnettava asiaan liittyvät käsitteet, hallittava prosessi ja menetelmät sekä osattava soveltaa tätä käytäntöön. (Tuulaniemi, 2016, s. 58.) Tämä tarkoittaa opinnäytetyön tavoitteen näkökulmasta, että sekä kaupunkiorganisaation asiantuntijoiden ja jokirannan palveluntuottajien tiedostetut ja tiedostamattomat mahdollisuudet ja haasteet palvelun tai tuotteen kehittämiseksi kaupunkilaisten ja matkailijoiden tarpeisiin tulee selvittää.

Palvelumuotoilu on ajattelu- ja toimintatapa, prosessi ja työkaluvalikoima, joka on apuna palvelun kehittämisessä. Palvelumuotoilun keskeinen tehtävä on antaa muoto näkymättömille ja abstrakteille palveluille visualisoinneilla ja malleilla. (Tuulaniemi, 2016, s. 58; ks. Miettinen, 2011 s. 21; Moritz, 2005 s. 39.) Palvelumuotoilua käytetään yleisesti tuotteiden ja palvelutarjooman kehittämiseen. Tällä tavoitellaan esimerkiksi palvelun tuotteistamista, uudistamista tai kehittämällä olemassa olevalle palvelulle lisäarvopalveluja ydintuotteen ympärille. (Koivisto ym., 2019, s. 59.)

Palvelutarjoomalla tarkoitetaan palveluntarjoajan tai palveluntarjoajien muodostaman ryhmän palvelutuotteita ja palveluita. Palvelun kehittäminen tulisikin aloittaa palvelutarjooman kuvaamisella ja arvioimisella. Tämä auttaa palveluntuottajia tunnistamaan, millaista erilaisia palveluita ja osaamista organisaatiossa on ja kuinka niitä voidaan kehittää. Palvelutarjooman tulee kehittyä asiakkaiden tarpeiden mukaan. Palvelutarjoomaa voidaan tutkia esimerkiksi sitomalla palvelut tietyn kohderyhmän ympärille, mikä auttaa markkinoinnin suunnittelua. (Jaakkola ym., 2009, s. 7.)

Opinnäytetyössä tarkastellaan jokirannan palveluntuottajien motiiveja ja mahdollisuuksia palveluiden kehittämisessä kulttuurimatkailun tarpeisiin. Kulttuurimatkailun palvelun loppukäyttäjän eli asiakkaan kokemuksen tutkimus rajautuu kuitenkin työn ulkopuolelle opinnäytetyön rajatun laajuuden vuoksi. Tutkimuksessa on hyödynnettävissä laajasti aineistoa, joka tunnistaa kulttuurimatkailijoiden erityispiirteitä ja käyttäytymistä. Tätä tietoa hyödyntäen palveluiden kehittämistä voidaan lähteä tutkimaan.

Palvelumuotoilu on konkreettinen tapa määrittää palvelutarpeita ja selvittää, kuinka niihin vastataan (Tuulaniemi, 2016, s. 96). Tuotteeseen tai palveluun liittyvä aineeton arvo sekä asiakkaan kokemaa arvo ovat palvelun lisäarvon tuottajia (Mikkonen ym., 2015, s. 29). Tarjanne (2020, s. 12) arvio, että ”luovat alat ja luova talous synnyttävät tuotteita ja palveluja, jotka vastaavat uuden arvonluonnin haasteeseen.” Uudella arvonluonnilla tarkoitetaan laajemmin, että myös yritykset pyrkivät toiminnan tuloksena luomaan taloudellisen ja emotionaalisen arvon lisäksi laajempaa kulttuurista ja sosiaalista arvoa. Tämä tapahtuu avoimien toimintamallien ja yrityksen rajat ylittävän yhteistyön avulla. Asiakaslähtöisyys on uuden arvonluonnin keskiössä.

Kun asiakkaiden tarpeet ja toiveet on ymmärretty, palvelua voidaan kehittää vastaamaan odotuksia ja tarpeita tehokkaammin. Palvelumuotoilun avulla on mahdollistaa mallintaa ja visualisoida olemassa olevan palvelun palveluekosysteemi, eli palveluun liittyvät toimijat, organisaatiot ja sidosryhmät. Palvelumuotoilun käsitteeseen liittyy myös brändiarvo, joka muodostuu ihmisen ja brändin välille vuorovaikutuksen avulla. (Tuulaniemi, 2016, s. 34.) Brändin tarkoituksena on erottautuminen kilpailijoista. Matkailualueen brändi muodostuu palveluprosesseista, fyysisestä ympäristöstä sekä suunnitellusta ja suunnittelemattomasta viestinnästä. (Tuulaniemi, 2016, s. 263.)

Palvelumuotoilun lähestymistapa soveltuu hyvin Tikkurilan jokirannan alueelle, jossa palvelu muodostuu asiakkaan ja palveluntuottajan kohtaamisesta. Palvelun keskiössä on asiakas ja vuorovaikutus. Palvelun muodosta ja tuotantoketjusta riippuen asiakasta, joka käyttää ja kuluttaa palvelun, kutsutaan palvelun loppukäyttäjäksi. Asiakaslähtöisyys palvelun kehittämisessä tarkoittaa, että tavoitteena on kehittää palvelu loppukäyttäjän motiiveista, joten asiakasymmärrystä kasvatetaan loppukäyttäjän arkielämän motiiveja ja tarpeita tarkastelemalla. (Tuulaniemi, 2016, s. 143.)

2.1.3 Yhteisöllinen johtaminen

Kaupungeilla ja kunnilla on paine uudistua, koska työikäisten osuus väestöstä pienenee, joka tarkoittaa veropohjan kaventumista. Uusia keinoja rahoittaa toimintaa kaivataan lisää. Monet haasteet kaupungeissa ja kunnissa ovat kuitenkin monimutkaisia. Samaan aikaan julkinen hallinto tarvitsee myös pysyvyyttä, vakautta ja ennustettavuutta. Kansalaisten näkökulmasta julkisen hallinnon tulisi olla luotettavaa, johdonmukaista ja oikeudenmukaista. Siksi julkinen johtaminen on tasapainoilua erilaisten ideologioiden välillä sekä pysyvyyden ja uudistamiskäytännöiden välillä. (Tienari & Harviainen, 2020, s. 48.)

Uudistuva julkishallinto tarvitsee uudistuvaa johtamista. Uudistuva johtaminen tarkoittaa organisaation toimintakulttuurin kehittämistä avoimemmaksi ja innovatiivisemmaksi. Kaupunkiorganisaation toimialojen välisen yhteistyön parantaminen ja vuorovaikutuksen lisääminen sidosryhmien kanssa ovat edellytyksiä hyvälle julkiselle hallinnolle. (Sitra, n.d.)

Sydänmaalakka (2015, ss. 64–71) esittää tämän päivän yhteiskuntaan älykkään julkisen organisaation mallia, joka on strategisesti johdettu ja jonka peruspilarit ovat asiakaslähtöinen toimintamalli, kumppanuus ja ihmiskeskeinen organisaatiokulttuuri. Asiakaslähtöisyys tarkoittaa asiakkaan mukaan ottamista palvelun suunnitteluun alusta lähtien, asiakkaan tarpeet huomioiden.

Tikkurilan jokirannan yhteinen elävöittämissuunnittelu on erimerkki kulttuuripalveluiden toimintakulttuurin kehittymisestä osallistavaksi. Monialaisen työryhmän johtaminen ja toiminnan koordinoiminen vaatii syvällistä paneutumista asiasisältöihin, mutta myös työryhmän jäsenten ajatusten ja motiivien ymmärtämiseen, jotta yhteiskehittäminen etenee hyvin tuloksiin. Tässä opinnäytetyössä sovelletaan asiakasymmärryksen ja asiakaslähtöisyyden periaatetta fasilitoivan työpajan osallistujien yhteiskehittämisen johtamiseen. Jokirannan palveluntuottajista suurin osa on kolmannen sektorin toimijoita, jotka voidaan opinnäytetyön kontekstissa nimetä kulttuuripalveluiden asiakkaiksi.

Taiteen edistämiskeskuksen läänintaiteilija Krista Petäjäjärvi toimii työssään taiteilijan asiantuntijuuden ja välittäjätoiminnan kehittämissuunnitelmassa. Petäjäjärven erityisalueena on taide osana työelämän organisaatioiden kehittämistä. Petäjäjärven (2020) näkemyksen mukaan hyvästä taiteesta hyötyvät paitsi matkailijat myös paikalliset matkailuyritykset, muut palveluntarjoajat, laajemmin koko alueen elinkeino ja sitä kautta sen asukkaat. Taiteen kautta erottaudutaan muista palveluista, ja sen kautta rakentuu sisältöä, joka edistää kunnan tai kaupunkibrändin kilpailukykyä sekä veto- ja pitovoimaa.

Mutta jotta taiteilijan työ voi tapahtua osana kulttuurimatkailua ja tuottaa siihen uusia sisältöjä, tarvitaan dialogia ja resursseja kehitystyöhön. Dialogi mahdollistaa yhteisen arvopohjan syntymisen. Se tarkoittaa keskustelunavauksia ja yhteiskehittämistä toimijoiden kesken, jonka avulla on mahdollista tunnistaa ajatusmalleja, haasteita ja mahdollisuuksia. (Petäjäjärvi, 2020, s.11.)

Petäjäjärven (2020) mukaan ”kulttuurimatkailu tarvitsee avarakatseisia taiteilijoita, mutta myös rohkeita ja kokeilunhaluisia matkailualan yrityksiä.” Avainasemassa on välittäjäosaaminen. Tulevaisuuden välittäjä tuo osapuolet yhteen ja mahdollistaa yhteistyön muotoilemalla yhteistyöprosesseja, joiden tavoitteet ovat ymmärrettäviä kaikille osapuolille. Tämä vaatii osapuolilta luottamusta ja vapautta ottaa luovuus mukaan kehittämiseen. Siten tuloksena on uusi luova ja rohkea sisältö.

Tulevaisuuden kulttuurimatkailun välittäjä voi olla esimerkiksi matkailun, tuottamisen, taiteen tai aluekehittämisen ammattilainen, henkilö, jolla on sydäntä ja tietotaitoa uusien toimintamallien kehittämiseksi. Välittäjä on myös henkilö, jonka kautta työn liiketoiminnalliset mahdollisuudet kehittyvät ja yhteistyöstä muodostuu taloudellisesti kestävää. (Petäjäjärvi, 2020, s. 12.)

Kunnilla ja kaupungeilla on merkittävä rooli kulttuurimatkailun mahdollistamisessa. Kulttuurimatkailun kehittämisessä korostuu ekosysteemyö, joka kaupunkiorganisaatiossa tarkoittaa toimialojen välistä yhteistyötä kaupunkisuunnittelusta elinkeinon kehittämiseen ja markkinointiin. Yhteisöllinen johtajuus ja mahdollistajan rooli kietoutuvat yhteen tutkiessani, miten kaupunkivetoisen tule-

vaisuuden elämyskeitaan kokonaisvaltaista kehittämistä tuetaan kaupunkiorganisaation sisältä. Samalla muodostetaan uudenlainen verkosto ja rakenne toiminnan tueksi. Yhteisöllinen johtaminen nousee esiin myös työpajojen suunnittelun ja toteuttamisen kautta.

2.2 Vantaan kulttuurilinjaukset ja kulttuurimatkailun visio

Vantaan kulttuurilinjaukset 2021–2030 on kaupungin kulttuuritoimijoiden yhteinen visio siitä, millaiseksi Vantaan kulttuurialan toimijat ja asukkaat haluavat kotikaupunkinsa kehittyvän. Julkaisu on kohdennettu taiteen ja kulttuurin parissa toimiville, niin sitä tuottaville kuin sitä kuluttaville. Kulttuurilinjaukset on koostettu yhteistyössä asukkaiden, kaupungin eri toimialojen ja kolmannen sektorin edustajien kanssa vuoden 2020 aikana ja hyväksytty vapaa-ajan lautakunnassa maaliskuussa 2021. Prosessin puheenjohtajana on toiminut kulttuurijohtaja Annukka Larkio. (Kulttuurilinjaukset, 2021, s. 5.)

Kulttuurilinjaukset sisältävät viisi erilaista teema, joiden tavoite ja toteutus esitellään kussakin luvussa. Raiteita pitkin kulttuurin äärellä – teema sisältää Vantaan kulttuurimatkailun kehittämisen vision:

Tavoitteena on Vantaan kulttuurikohteiden ja kiinnostavan historian tuotteistaminen ja tarinallistaminen eri ryhmien kiinnostuksen kohteeksi. Kaupunkimme kulttuurimatkailun neljä suurinta vetonaulaa ovat historia, luonto, tapahtumat ja ruoka. (Kulttuurilinjaukset, 2021, s. 5.)

Myös monialainen yhteistyö nousee linjauksissa esille. Kulttuurimatkailun vetonauloja nostetaan esille kaupunkiympäristössä. Lisäksi matkailijat huomioidaan kaupungin kulttuuritoimintoja sekä uudistuvia kaupunkiympäristöjä suunniteltaessa. Kehitettäväksi kohteiksi linjauksissa on mainittu Tikkurilan jokirannan alueen lisäksi Helsingin pitäjän kirkonkylän kulttuurinen ja tapahtumallinen kehittäminen ja muut historialliset miljööt ja kartanot, kuten Håkansbölen kartanoalue, Laila Pullisen veistospuisto ja kotimuseo sekä Leonardo da Vilhun veistospuisto, joiden vetovoiman tueksi linjauksissa visioidaan paikallisen kulttuurirei-tistön luominen. (Kulttuurilinjaukset, 2021, s. 18.)

Lisäksi tavoitteissa nostetaan esille kaupungin kulttuurikohteiden ja -elämysten markkinointi kulttuurimatkailijoille, yhteistyössä Visit Vantaan ja matkailutoimijoiden kanssa. Yhdessä yritysten, yhdistysten ja asukkaiden kanssa tuotetaan paikallisia matkailutuotteita ja -palveluja taloudellista ja kulttuurista elinvoimaisuutta vahvistavalla tavalla. Vetovoimaisuudesta on mainittu, että kulttuurimatkailun perustan luovat Vantaan houkuttelevat ja laadukkaat tapahtumat sekä saavutettavat kohteet. Kulttuuri tuo tunnettuutta ja tuloja kaupungille ja vantaalaisille toimijoille. (Kulttuurilinjaukset, 2021, s. 18.)

Vantaan kaupungin elinvoimaohjelman (2019) käsitteitä ovat vetovoima ja pitovoima. Vetovoimalla tarkoitetaan sitä, kuinka houkuttelevana kaupunki näyttäytyy yritysten ja asukkaiden näkökulmasta. Pitovoima muodostuu kaupungin viihtyvyydestä ja yleisestä toiminnan sujuvuudesta, jotka pitävät yritykset, työntekijät sekä asukkaat kaupungissa. Elinvoimaohjelmassa on kirjattu: ”Kulttuuri, luovat alat ja niihin liittyvät palvelut työllistävät ja luovat yrittäjyyttä. Yrittäjyyttä ja elinvoimaa Vantaalle luovat kehittyvät kulttuuripalvelut, tapahtumatuotanto sekä uudet elämyksiin perustuvat hankkeet.” (Business Vantaa, 2019.)

2.3 Matkailun nykytila

Kulttuurimatkailu on osa kansallista kulttuurin kenttää. Koronapandemian hellittäessä sekä kulttuuri että matkailu tarvitsevat elpymistä. Matkailun kiinnostavat sisällöt ja trendit syntyvät paikallisesti tuotettujen kulttuuripalveluiden ja tapahtumien kautta. Kulttuuri ja tapahtumat ovat merkittävä osa kaupunkien vetovoimaa ja liiketoiminnan ekosysteemiä. Kulttuurimatkailutuote tuo kulttuuritoimijalle tai yritykselle lisäarvoa peruspalvelun lisäksi. (Visit Finland, n.d.)

Taloustutkimuksen (2019) kirjekyselynä toteuttamaan *Kaupungit ja kunnat matkailukohteina* - tutkimukseen on vastannut yhteensä 2684 iältään 15–79-vuotias suomalaista helmi–maaliskuussa 2019. Vantaan kaupunki on tilannut tutkimuksen ennen koronapandemiaa ja seuraava tutkimus tilataan mahdollisesti 2023. Taloustutkimus Oy on antanut luvan julkaista tutkimuksesta tilaajaorganisaation omat tulokset sekä tuoteryhmän keskivertotulokset.

Raportin mukaan suomalaisista viisi prosenttia on lomailnut Vantaalla viimeisen 12 kuukauden aikana ja noin kymmenes (12 %) ainakin joskus. Tutkimuksen vertailuarvion mukaan kotimaan kaupungeista yleisimmin on lomailtu Helsingissä, jossa on lomailnut viimeisen 12 kuukauden aikana 28 % ja ainakin joskus lähes puolet suomalaisista. Seuraavaksi suosituin matkailukohde on Tampere, jossa lähes viidesosa on lomailnut viimeisen 12 kuukauden aikana ja reilu kolmannes suomalaisista joskus. (Taloustutkimus, 2019, ss. 7–9.)

Kaupunkien imagotekijöitä on vertailtu 16 eri mielikuvatekijän kautta, kuten matkailuneuvonta, saavutettavuus, kaupungin yleinen viihtyvyys ja palveluista mm. majoitus – ja ravintolapalveluiden riittävyys ja monipuolisuus. Suoraan kulttuuriin liittyviä imagotekijöitä ovat tapahtumien riittävyys ja monipuolisuus. Mielikuvatekijöiden arviointi tapahtui asteikolla +/-, jossa plussa merkitsee myönteistä arviota ja miinus kielteistä arviota kyseisestä tekijästä. Näiden tekijöiden erotus antaa arvon, jota voidaan vertailla imagotekijöiden kesken.

Tutkittujen mielikuvatekijöiden suhteen Vantaa saa suomalaisilta parhaat arviot saavutettavuudesta julkisilla kulkuneuvoilla (55) ja ostosmahdollisuuksista (50) sekä kunnan liikenneyhteyksistä ja majoituspalveluiden saatavuudesta (50). Heikoimmiksi mielikuvatekijöiksi arvioidaan nähtävyydet (-26) ja kaupungin yleinen viihtyisyys (-14). Tapahtumien riittävyys saa arvoksi luvun 16 ja monipuolisuus luvun 10. Tampereen tapahtumien vertailuarvo on kärjessä, arvot ylittävät luvun 50. (Taloustutkimus, 2019, s. 19–22.) Tutkimuksen mukaan erityisesti viihtyvyyteen ja nähtävyyksiin tulisi panostaa.

Tutkimuksen toinen opinnäytetyön kannalta merkityksellinen tulos on matkailukaupungin valintakriteeristö. Yleisesti tärkein kriteeri kaupungin valintaan liittyy sukulaisten ja tuttavien tapaamiseen. Seuraavaksi tärkein kriteeri ovat ihmiset, tunnelma ja torit. Seuraaville sijoille nousevat nähtävyydet, harrastusmahdollisuudet ja tapahtumat, ennen ravintoloita ja ostosmahdollisuuksia. Muut kulttuuriin liittyvät kriteerit kuten museot, teatterit, konsertit ja elokuvafestivaalit, eivät tutkimukseen mukaan ole vaikuttaneet merkittävästi matkailukaupungin valintaan. (Taloustutkimus, 2019, s. 39.)

Tutkimustulokset osoittavat, että matkailijat arvostavat saavutettavuutta, viihtyisyyttä, nähtävyyksiä ja hyviä julkisia yhteyksiä. Tämä tukee kestävän kulttuurimatkailun lähestymistapaa. Nähtävyydet, ihmiset, tunnelma ja torit kertovat matkailijoiden viihtymisestä julkisilla avoimilla paikoilla, jossa palvelut ovat lähellä. Matkailijat arvostavat keskeisiä yöpymis- ja ostosmahdollisuuksia.

Tikkurilan jokirannan kulttuurikeskittymä sijaitsee aivan Tikkurilan juna-aseman ja linja-autokeskuksen vieressä. Tikkurilan palvelut sijaitsevat keskustassa ja lisäksi tiedekeskus Heureka sijaitsee aivan jokirannan keskiössä. Hotelli Vantaa sijaitsee Heurekaa vastapäätä keskustan puolella jokea. Vernissassa toimii kahvila Kahvi Charlotta Vernissa, ja Silkkitehtaan teattereiden aulassa on aloittanut uusi kahvila Cafe Silkki. Alueella on siis kaikki edellytykset vetovoimaiseksi kulttuurimatkailukohteeksi. Mikäli Vantaan ratikkahanke etenee valtuuston hyväksymäksi vuonna 2023, raitiovaunuliikennöinti alkaa vuonna 2028 Mellunmäestä Tikkurilan kautta Aviapolikseen ja Helsinki-Vantaan lentokentälle (Vantaan kaupunki, 2022).

2.5 Kulttuuripalvelut mahdollistajana

Kulttuurituottajan kompetensseja kuvataan osuvasti ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon kulttuurituottajien opinnäytetyöseminaarin koosteraportissa *Kulttuurituotannosta kirjoitettua*: ”Kulttuurituottajan tehtävänä on huolehtia kulttuurin ja taiteen asemasta yhteiskunnassa ja vahvistaa sekä kehittää niitä toimenpiteitä, joiden avulla kulttuurisia kohtaamisia rikastutetaan, syvennetään ja laajennetaan.” Kulttuurituotannon ammattilaiset ovat osaltaan vaikuttamassa yhteiskuntaan sen taloudellisia, sosiaalisia ja poliittisia rakenteita myöten. Kulttuurituottaja on usein juuri se taho, jonka välityksellä moni ilmiö konkretisoituu ja ihmiset löytävät toisensa. (Strandman & Vartiainen, 2017, s. 7.) Kulttuurituottaja nähdäänkin usein verkostoissa mahdollistajan roolissa. Halonen (2017, s. 10) toteaa samaisessa raportissa, että yamk-opinnäytetöiden raporteissa nousee usein esille tuottajien kehitystehtävä yhteisöjen rakentamisessa ja asiakasläh-töisyyden vahvistamisessa.

Tuottajan kompetensseista erityisesti taloushallinto, kulttuuripalveluiden ideointi, suunnittelu, tuottaminen ja konseptointi sekä markkinointiviestintä ovat myös kulttuurimatkailun kehittämisen osa-alueita. Vaikka taiteen ja matkailun lainalaisuudet eroavat merkittävästi toisistaan, niiden yhteinen rajapinta antaa lisäarvoa sekä kulttuuripalveluille kuin matkailuyrittäjillekin. Kuten Petäjäjärvi (2020) totesi, kulttuurimatkailu tarvitsee tulevaisuuden välittäjiä avaamaan dialogia ja mahdollistamaan luovuuden syntymistä, jolla tavoitellaan kestäviä ja arvoja tuottavia kulttuurimatkailupalveluita.

Koska Vantaan kaupungin kulttuurimatkailun kehittäminen on vasta alkuvaiheessa, sen tunnistaminen ja osaamisen vahvistaminen on ensiarvoisen tärkeää. Vantaan Kuusijärven ulkoilualueen kehittäminen (Innovaatioiden Vantaa, 2022) on kaupunkitasoinen kärkihanke, joka viitoittaa tietä myös muille vastaaville tulevaisuuden hankkeille. Verrattain uusi kaupunkikulttuurin toimiala tarvitsee monipuolista osaamista, jolla vastataan kulttuurilinjausten visioon Vantaasta vetovoimaisena kulttuurimatkailukaupunkina.

Kulttuurialan sisällöt tuovat matkailuun ainutlaatuisia erottautumis- ja vetovoimatekijöitä. Lisäksi matkailu tarjoaa valmiit jakelu-, myynti- ja näkyvyyskanavat ja kehittää kulttuuripalveluiden kannattavuutta ja liiketoimintaa. (Metropolia, 2022.) Ammattikorkeakouluista Metropolia, Haaga-Helia, LAB ja Jyväskylän ammattikorkeakoulu toteuttivat vuosina 2018–2020 yhteistyönä *Culture Tourism for City Brakers* – hankkeen. Hankkeessa tuotettiin kulttuurimatkailun toimijaverkostoille kehittäjäfoorumeita, jotka toivat yhteen kulttuuri- ja matkailualan toimijoita, ammattilaisia ja opiskelijoita. Hankkeen tuloksina on julkaistu kulttuurimatkailun raportteja ja suosituksia. (CTCB, 2020.) Osallistuin Jyväskylän kehittäjäfoorumiin vuonna 2019, samalla kun työskentelin Sodankylässä *Tapahtumat matkailutuotteiksi*-hankkeessa ja innostuin kulttuurimatkailusta mahdollisuutena kehittää ja tuotteistaa kulttuuripalveluita.

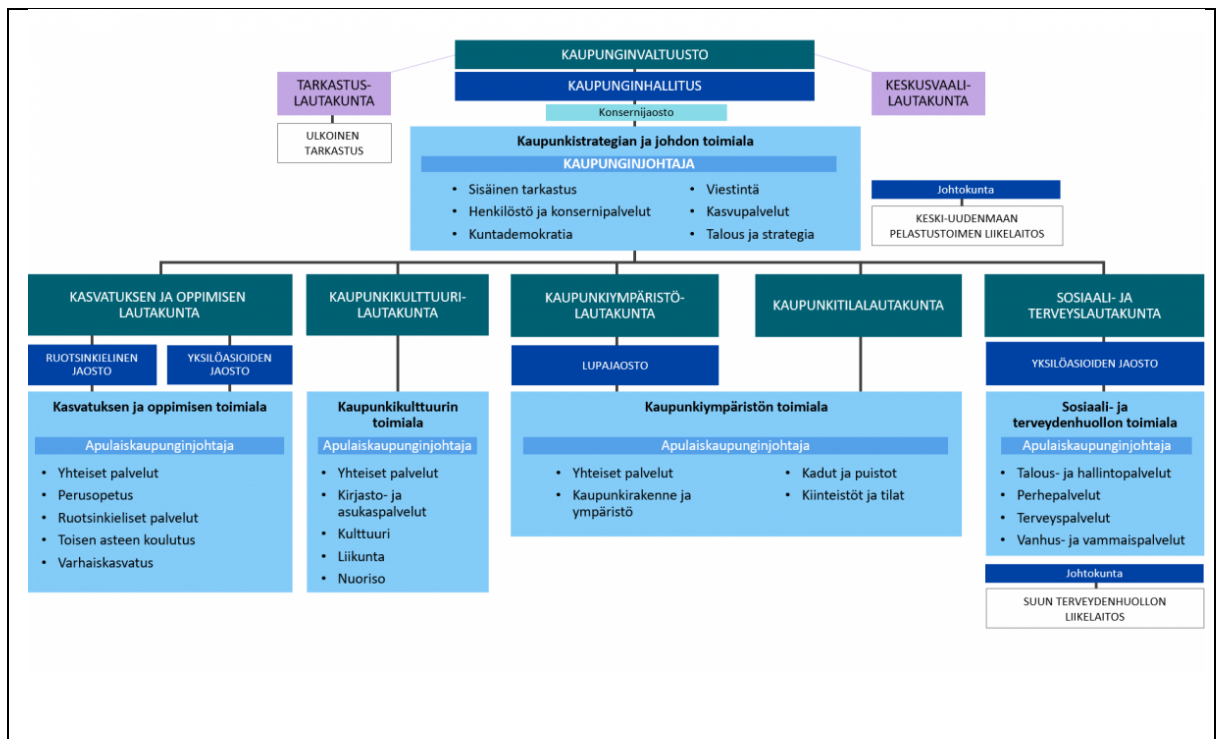
Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tietopohja tarjoaa ajankohtaisen ja monipuolisen tiedon opinnäytetyön aiheen nykyhetkestä. Julkaistut raportit ja visiot yhdessä aiheen muun kirjallisuuden avulla antavat näkemyksen kulttuurimatkailun

haasteista ja mahdollisuuksista kaupunkisektorilla. Ne avaavat keskeistä käsitteistöä ja ohjaavat opinnäytetyötä tutkimuskysymysten kautta kohti aineiston keuruuta.

3 Vantaan kulttuuripalvelut

3.1 Kulttuurin palvelualueet kaupunkiorganisaatiossa

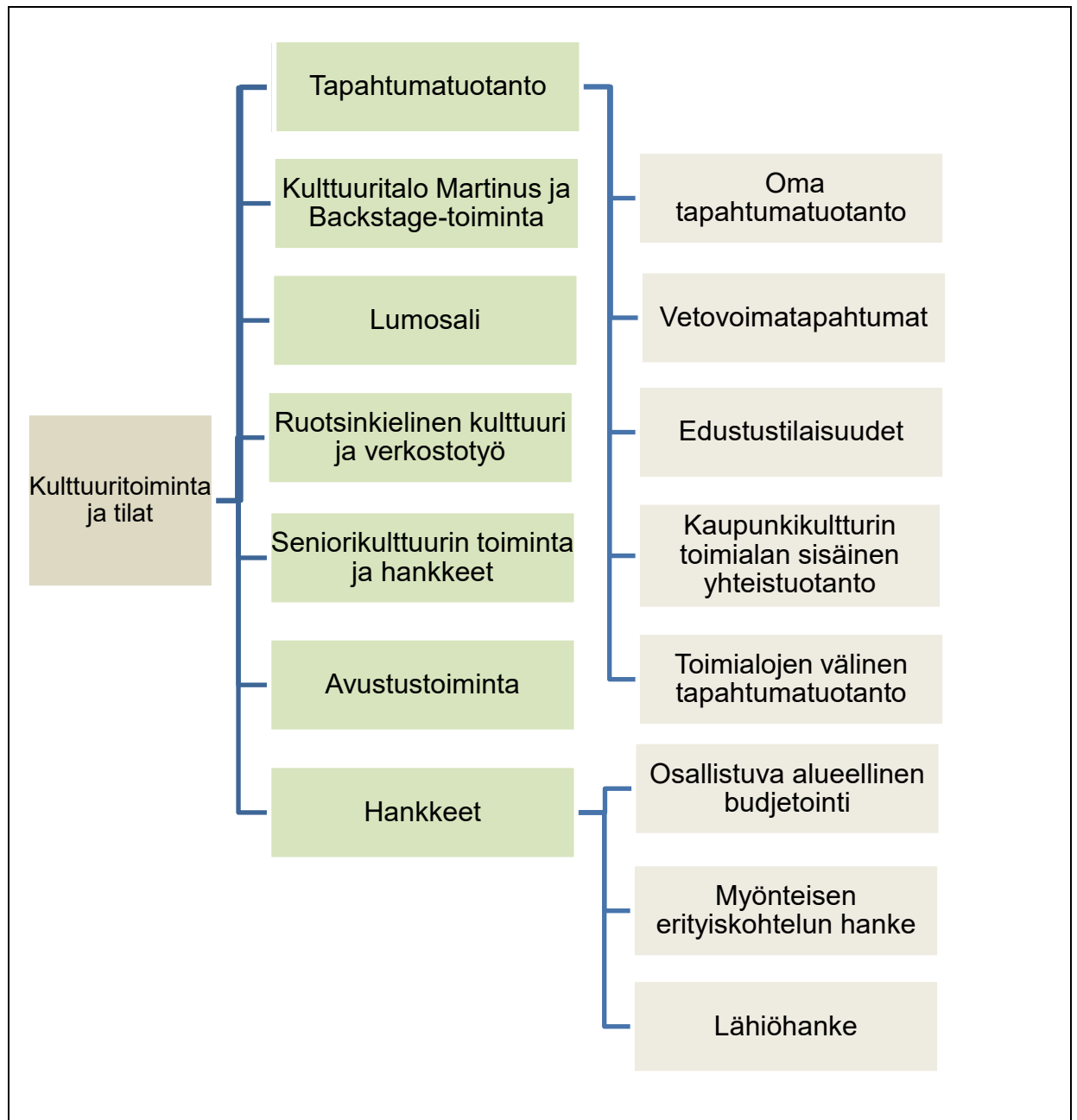
Vantaan kaupungin organisaatio jakautuu viiteen toimialaan: kaupunkistrategian ja johdon, kaupunkiympäristön, kasvatuksen ja oppimisen, kaupunkikulttuurin sekä sosiaali- ja terveydenhuollon toimialaan (Vantaan kaupunki, 2022d). Vuoden 2023 alusta sosiaali- ja terveydenhuollon toimiala siirtyy Kerava-Vantaa hyvinvointialueen uuteen organisaatioon. Toimialoja johtavat apulaiskaupunginjohtajat.



Kuvio 4. Kaupungin organisaatiokaavio (Vantaan kaupunki, 2022d).

Kaupunkikulttuurin toimiala koostuu kirjasto- ja asukaspalvelujen, kulttuurin, liikunnan ja nuorison palvelualueista sekä koko organisaation läpäisevästä yhteiset palvelut - yksiköstä. Kulttuurin palvelualueetta johtaa kulttuurijohtaja ja ala

koostuu kolmesta palvelualueesta: museot, kulttuuritoiminta ja tilat sekä lastenkulttuuri ja taiteen perusopetus. (Vantaan kaupunki, 2022d.)



Kuvio 5. Kulttuuritoiminta ja tilat – palvelualue, Vantaan kulttuuripalvelut.

Jokirannan kulttuuripalveluiden kehittäminen istuu luontevimmin kulttuuritoiminta ja tilat – palvelualueelle, joka on vastannut jokirannan elävöittämissuunnittelun koordinoimisesta. Kulttuuritoiminta ja tilat – palvelualueen tehtävänä on kaupunkikulttuuripalveluiden ja -tapahtumien tuottaminen (kuvio 5).

Palvelualueella työskentelee kulttuuripäällikön alaisuudessa kokopäiväisesti 9 kulttuurituottajaa sekä tekninen tuottaja ja palvelukoordinaattori. Kaksi tuottajista työskentelee Kulttuuritalo Martinuksessa ja monitoimitila Lumosalissa päivittäisten tapahtumien ja tilavarausten tuotanto-, myynti- ja markkinointitehtävissä. Myös Martinuksen tekninen vakituinen henkilökunta kuuluu palvelualueen henkilöstöön. Operatiivisesta toiminnasta Martinuksessa vastaa kulttuuritalon vs. päällikkö.

Muiden kulttuurituottajien vastuualueet on jaettu yleiseen tapahtumatuotantoon, seniorikulttuurin tuottamiseen ja kehittämiseen, ruotsinkieliseen kulttuurituotantoon sekä kulttuurin avustustoimintaan. Vastuualueista yleinen tapahtumatuotanto työllistää kaikkia tuottajia. Tapahtumatuotanto sisältää omien kaupunki- ja verkostotapahtumien sekä hankkeiden lisäksi ulkopuolisten vetovoimatapahtumien koordinoitua, kaupungin edustustilaisuuksien järjestämistä sekä yhteistyötapahtumatuotantoa kaupungin muiden toimialojen kanssa ja kaupunkikulttuurin toimialan sisällä.

Kulttuuripalveluiden kävijätilaston (2021) mukaan koronapandemian yleisörajoituksista ja useiden tapahtumien peruuntumisesta huolimatta palvelualue tuotti omien tilojensa ulkopuolella 125 omatuotantoista tapahtumaa tai tilaisuutta, joissa kävijöitä oli yhteensä 21 300 ja koordinoi seitsemän ulkopuolista vetovoimatapahtumaa, joissa kävijöitä oli yhteensä 55 000. Koronapandemia vaikutti tapahtumien ja kävijöiden kokonaismääriin, mutta samalla virtuaalituotantojen määrä on kasvanut.

Lisäksi palvelualue hallinnoi erilaisia hankkeita, kuten vuonna 2021 kulttuuritalo Martinuksen nuoria osallistavaa Lähiöhanketta ja Myönteisen erityiskohtelun avustusohjelmaa, jossa palvelualue oli toteuttamassa osallistuvan budjetoinnin hanketta monialaisena yhteistyönä. Lisäksi palvelualue tuotti itse oman osallistavan julkisen taiteen hankkeen Koivukylän lasten ja nuorten kanssa. Palvelualueen kulttuurituottajien työkenttä on laaja, mutta samalla monipuolinen. Kulttuuri vaikuttaa Vantaalla taiteen ja kulttuurin kentän lisäksi myös osana kaupunkiympäristön ja osallisuuden suunnittelua. Keväällä 2022 palvelualue tuottaa

myös ensimmäisen Vantaa ratikan taidesisältöisen markkinointitapahtuman. Jokirannan palveluiden ja kulttuurimatkailun kehittäminen avaa uusia mahdollisuuksia eri toimijoiden välisen yhteistyön ja kumppanuuksien rakentamiseen.

3.2 Jokirannan palvelukeskittymä

Vantaan kulttuuripalvelut on koordinoanut vuodesta 2020 alkaen jokivarren elävöittämissuunnittelua. Työryhmässä on mukana yksityisen, julkisen ja kolmannen sektorin toimijoita. Yhdistyksiä ovat Tikkurilan Teatteri, Vantaa-Seura, Vantaan elävän musiikin yhdistys Velmu ry, Vantaan taiteilijaseura sekä uuden Silkkitehtaan teatterit – keskittymän Tanssiteatteri Raatikko ja Teatteri Vantaa. Tiedekeskus Heurekan toiminnasta vastaa Tiedekeskussäätiö (Heureka, 2022). Elokvateatteri Bio Grand on työryhmän toimijoista ainut yritys.

Kaupungin toiminnan edustajia työryhmässä ovat Lastenkulttuurikeskus Pessi, kulttuurisen nuorisotyön kulttuuritehdas Vernissa, sekä Vantaan kaupunginmuseo. Työryhmässä on mukana myös jokirannan alueen ulkopuolella sijaitsevista palveluista Tikkurilan kirjasto ja Vantaan Sanataidekoulu, jotka ovat olleet työryhmässä mukana suunnittelemassa yhteisiä jokirannan avajaisia. (Elävöittämissuunnitteluryhmän raportti, 2021.) Työryhmän toiminnasta vastaa kulttuuripäällikkö ja koordinaattorina on toiminut kulttuurituottaja, joka on koostanut väliraportin elävöittämissuunnitelmasta. Työn tukena on hyödynnetty suunnittelu- ja konsultointipalvelu Ramboll Finlandin tekemää alueen rakennusselvitystä. Opinnäytesyö rajautuu fyysisesti Tikkurilan jokirannan alueella toimivien tai sen välittömässä läheisyydessä sijaitsevien toimijoiden palveluiden yhteiskehittämiseen.

Tikkurilan jokiranta on Tikkurilan merkittävä virkistysalue. Keskustan täydennys- ja liikerakentaminen sekä uusi Vantaan raitiotielinja kehittävät keskustan profiilia ja tuovat alueelle lisää käyttäjiä. Alueen kaupunkisuunnittelussa toteutuu laaja osallistaminen ja yhteiskehittäminen. Tulevaisuudessa jokirannan puistoalue palvelee yhä useampia asukkaita ja turisteja. (Vantaan kaupunki, 2022a.)

Tikkurilan jokirannasta järjestettiin vuosina 2015–2016 maisema-arkkitehtuurikilpailu, jonka voitti LOCI maisema-arkkitehdit Oy, Keidas-nimisellä ehdotuksellaan. Ehdotuksen pohjalta vuonna 2017 valmistui yleissuunnitelma, jonka tavoitteena on kehittää jokirannasta viihtyisä ja monikäyttöinen puistoalue. (Elävöittämissuunnitelman raportti, 2021.)

Alueelle on valmistunut jo uusia toimintoja. Tikkurilantien varressa puistoalueen keskellä sijaitsevalle Ävikin huvilan tontille rakennettiin aidattu leikkialue kesällä 2020. Leikkialueen teema ”kaislikossa suhisee” on saanut innoituksensa ympäröivästä jokiluonnosta ja se näkyy leikkipaikan ilmeessä. Joenrantaan on sijoitettu puu- ja kivipintaisia tasoja, jotka mahdollistavat oleskelun veden äärellä.

Samana vuonna aloitettiin myös Vernissa- ja Värитеhtaanrannan puistoalueiden rakentaminen. Koskelta purettiin pato vuonna 2019 näyttävästi purkujuhlan merkeissä. Kulttuuripalvelut tuotti purkujuhlan, ja kaupungin viestintä nosti kanavilleen patojen purkamisen puolesta puhuvan näyttelijä Jasper Pääkkösen purkujuhlan onnittelupuheen. Purkaminen mahdollisti vaelluskalojen esiintymisen vesistöissä. Vedenpinta laski ja uutta ranta-aluetta vapautui virkistyskäyttöön. Vernissan rannalle on rakennettu oleskelupaikkoja, uusi kevyen liikenteen silta on valmistunut joen yli ja alueen valaistusta on parannettu. (Elävöittämissuunnitelman raportti, 2021.)

Jokivarren puustoa on pyritty säilyttämään mahdollisimman paljon. Suojeltujen rakennusten, Vernissatehtaan polttouunin piipun ja padon reunaosien, säilyttämisellä alueelle jää merkittävä Tikkurilan teollisuushistoriaan liittyvä kulttuurihistoriallinen arvo. (Vantaan kaupunki, 2022a.) Myös loput jokirannan uudistamisen työvaiheet, kuten Vernissan peruskorjaus ja tiedepuiston uudistus sekä erilaiset kunnostukset koskien Veininmyllyn ja Villa Söderbon aluetta on määrä valmistua lähiaikoina. Punamultainen Veininmylly on entinen viljamyly ja sen viereinen keltainen huvila on toiminut myllyn omistajan kotitalona myllyn aloittaessa toiminnan 1930-luvulla. Uusimpana innovaationa on suunnitteilla saunaravintolan rakentuminen joenrantaan. (Elävöittämissuunnitelman raportti, 2021.)

4 Tikkurilan jokiranta – tulevaisuuden elämyskeidas?

Tavoitteena on tuottaa kaupunkivetoinen toimintamalli jokirannan palveluiden kehittämiseksi, sekä muotoilla yhteissuunnittelun kautta Tikkurilan jokirannan palvelukonsepti. Jokirannan palveluntuottajat osallistuvat yhteissuunnitteluun ja palveluiden kehittämiseen. Toimintamalli lisää kulttuurituottajien ja sidosryhmien ymmärrystä kulttuurimatkailun lisäarvoa tuottavista palveluista, selkeyttää yhteistyötä kaupunkiorganisaation sisällä ja ohjaa markkinointiviestinnän suunnittelua. Palvelukonsepti kokoaa jokirannan palveluntuottajien tarpeet ja olemassa olevat palvelut ja tuo ne näkyväksi.

- Pääkysymys: Miten toteutetaan kaupunkivetoinen toimintamalli ja jokirannan palvelukonsepti Tikkurilan jokirannan kokonaisvaltaiseksi kehittämiseksi?
- Alakysymys 1: Mitä toimenpiteitä elävöittämissyöryhmässä on jo tehty?
- Alakysymys 2: Mitä asioita toimintamallin kehittämisessä on huomioitava?
- Alakysymys 3: Mitä asioita palveluiden kehittämisessä on huomioitava?

Jokirannan palveluiden kehittäminen on Vantaan kulttuurilinjausten yksi keskeisistä teemoista (Kulttuurilinjaukset, 2021). Työn tilaajalle toimintamalli ja palvelukonsepti avaavat näkemystä siitä, mihin toimenpiteisiin seuraavaksi tulisi suuntautua.

5 Konstruktiivinen tutkimus ja palvelumuotoilun menetelmä

Kehittämistyön yleiset päävaiheet ovat lähtötilanteen kartoittaminen, tavoitteen määrittely, suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja raportointi. Opinnäytetyö on konstruktiivinen tutkimus, jossa hyödynnetään palvelumuotoilun menetelmiä asiakasymmärryksen vahvistamiseksi. (Ojasalo ym., 2020, s. 67.) Opinnäytetyön aineistonhankintamenetelmät ovat esitutkimus, teemahaastattelut sekä fasilitoi-

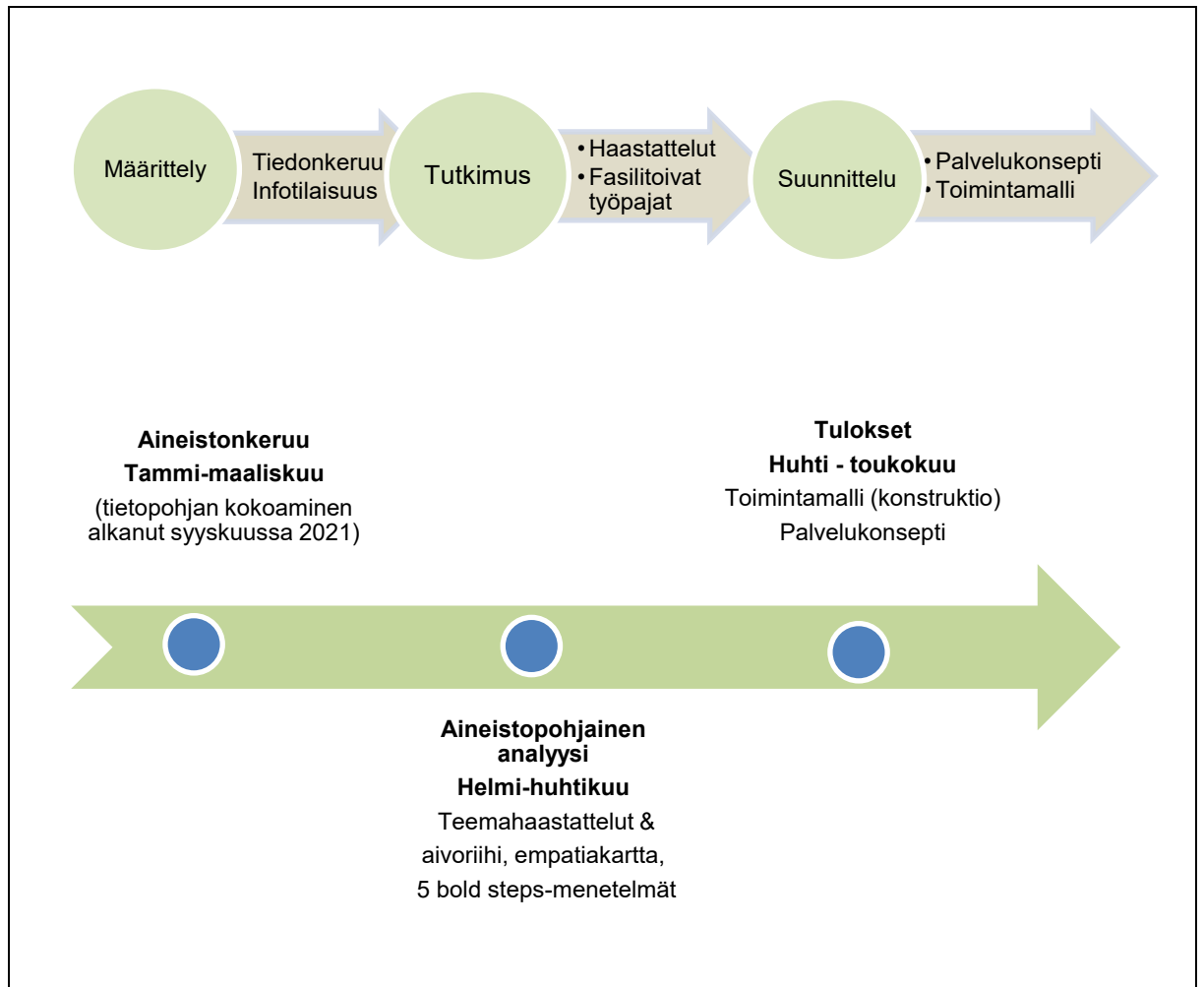
van työpajan osallistavat menetelmät. Tutkimuksen tuloksena muodostuu uudenlainen rakenne, konstruktio, joka on kulttuurimatkailun tavoitteita edistävä kaupunkivetoinen toimintamalli. Esitutkimuksen ja osallistavien menetelmien tulosten avulla koostan jokirannan palvelukonseptin, joka ohjaa alueen palveluiden kehittämistä.

Opinnäytetyön tutkimusvaiheen määrittely alkoi tammikuussa 2022 toimintaympäristön kartoituksella ja tiedon keruulla siitä, millaisia tuloksia jokirannan elävöittämissuunnitelun suunnittelutyö oli tuottanut vuodesta 2020 alkaen. Tämän tiedon perusteella valikoin kaupungin asiantuntijat teemahaastatteluun. Kaupungin matkailun ja markkinoinnin asiantuntijan yksilöhaastattelu toteutui 24.1. Ensimmäinen fokusryhmähaastattelu toteutui 14.3. kulttuuripalveluiden ja elinkeinopalveluihin kuuluvan kasvupalvelut – palvelualueen asiantuntijoiden kesken sekä toinen fokusryhmähaastattelu 25.3. kaupungin viestinnän sidosryhmän kanssa.

Aineistonkeruun aikataulu:

- 17.1. Elävöittämissuunnitelun koordinaattorin tapaaminen, kulttuuripalvelut
- 24.1. Yksilöhaastattelu, kaupunkiorganisaation matkailu ja markkinointi
- 14.2. Infotilaisuus, elävöittämissuunnitelma
- 14.3. Fokusryhmähaastattelu (A): kaupunkiorganisaation kulttuuri- ja kasvupalvelut
- 23.3. Fasilitoitu työpaja (A) jokirannan teatterit: Bio Grand, Tanssiteatteri Raatikko, Teatteri Vantaa ja Tikkurilan Teatteri
- 25.3. Fokusryhmähaastattelu (B): kaupunkiorganisaation viestintä
- 28.3. Fasilitoitu työpaja (B) muut toimijat: Animaatiostudio, Kaupunginmuseo, kulttuuritehdas Vernissa, lastenkulttuurikeskus Pessi, Tiedekeskus Heureka, Vantaa-seura, Vantaan Taiteilijaseura ja Vantaan elävän musiikin yhdistys Velmu ry.

Kuviossa 6 esittelen opinnäytetyön tutkimusprosessin vaiheet sekä aikajanan.



Kuvio 6. Opinnäytetyön tutkimusprosessin vaiheet ja aikajana.

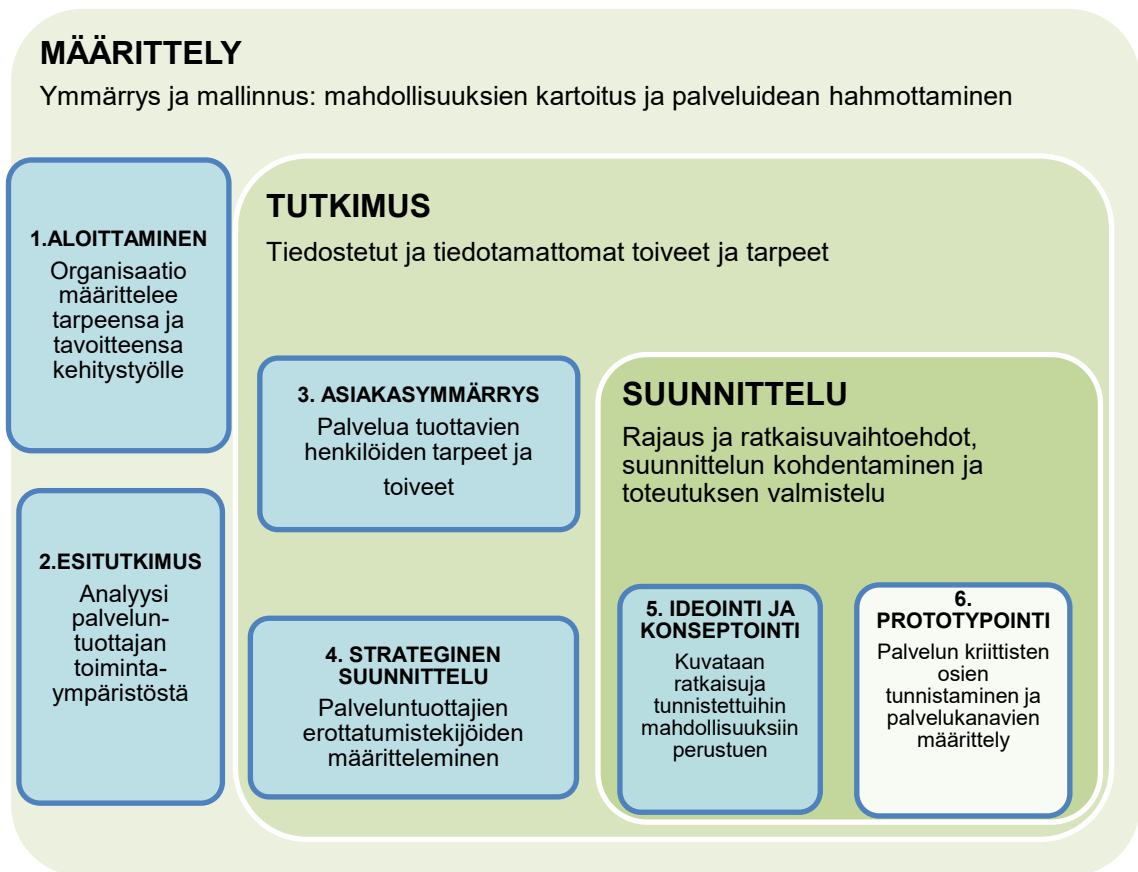
Elävöittämissyöryhmän raportin (2021) perusteella järjestin jokirannan elävöittämissyöryhmälle 14.2. infotilaisuuden tutkimuksestani ja tulevista työpajoista. Kutsuin työryhmän jäsenet ilmoittautumaan vapaaehtoiseen työpajaan, valittavana oli neljä eri ajankohtaa maaliskuun lopulla. Näistä ilmoittautumisista muodostin kaksi erillistä työpajaa 23.3. ja 28.3, jotka järjestettiin Tikkurilan jokirannan Silkkitehtaalla, jossa sijaitsee kulttuuripalveluiden työtilat ja avaria yhteissuunnitteluun sopivia työtiloja.

Aloitin aineiston litteroinnin ja muistiinpanojen tekemisen heti haastatteluiden ja työpajojen jälkeen. Haastatteluiden aineistoanalyysi valmistui huhtikuun puolivälissä ja työpajojen analyysi sekä tulokset toukokuun alussa.

5.1 Metodologiset lähtökohdat

Konstruktiiivisen tutkimuksen tavoitteena on rakentaa tutkimustiedon pohjalta käytännön ongelmaan perusteltu ratkaisu, joka tuo organisaatioon uutta tietoa. Lähestymistapa ei rajaa pois mitään menetelmää. Tässä opinnäytetyössä luodaan konkreettinen toimintamalli, joka on uudenlainen rakenne. Konstruktiiivinen lähestymistapa korostaa myös tutkimuksen kohteiden välistä vuorovaikutusta ja kommunikaatiota. Konstruktiiivisessa tutkimuksen lähestymistavassa on yhtäläisyyksiä palvelumuotoilun menetelmään. Palvelumuotoilun keskeisin ominaispiirre on palvelun käyttäjien ja muiden osapuolten toiminnan, tarpeiden, toiveiden ja muiden taustalla olevien tekijöiden syvällinen ymmärtäminen. (Ojasalo ym., 2014, ss. 65–74.) Osapuolten näkemyksiä on tärkeä tuntea mahdollisimman syvällisesti, jotta toimintamalli on mahdollisimman onnistunut. Käytän palvelumuotoilun lähestymistapaa ja menetelmiä nopean kehittämisen mahdollistamiseksi.

Miettisen (2011, s. 65) mukaan muotoiluprosessin suunnittelua tukevat perinteiset tutkimusmenetelmät. Tiedonkeruu aloitetaan usein haastattelulla. Myös Tuulaniemen (2016, ss. 145–146) näkemyksen mukaan asiakasymmärrys on laajempi käsite, jonka tavoitteena on tutkia kohderyhmän odotuksia, tarpeita ja toiveita. Asiakasymmärrystä voidaan tutkimuksesta riippuen tehdä myös oman organisaation sisällä tai sidosryhmissä. Asiakasymmärryksen kerääminen alkaa taustatiedon keräämisellä. Laadullinen tutkimusmenetelmä tuo esille ns. hiljaista tietoa. Koska palvelun keskiössä on ihminen, on ymmärrettävä myös organisaation ja palvelun tuottavan henkilöstön tarpeet ja odotukset.



Kuvio 7. Palvelumuotoilun prosessin vaiheet opinnäytetyössä (mukaihen Tuulaniemi 2016, s. 130–131).

Palvelumuotoiluprosessin vaiheet ovat määrittely, tutkimus, suunnittelu, palveluntuotanto ja arviointi (Tuulaniemi, 2016, s. 130). Opinnäytetyön prosessi rajautuu määrittelyyn, tutkimukseen ja suunnittelun vaiheisiin. Suunnittelun vaiheesta (kuvio 7) toteutetaan ideoinnin ja konseptoinnin, mutta prototyypointi rajautuu tämän opinnäytetyön vaiheista pois.

Taulukko 1. Tutkimuskysymykset, menetelmä, kohderyhmä ja tavoite.

Kysymys	Menetelmä	Kohderyhmä	Tavoite
Alakysymys 1: Mitä toimenpiteitä elävöittämissuoritusryhmässä on jo tehty?	Esiselvitys: Haastattelu Dokumentit Infotilaisuus	Elävöittämissuoritusryhmän koordinaattorin tapaaminen Infotilaisuus elävöittämissuoritusryhmälle	Nykytilan ja toimintaympäristön kartointus Tehtyjen toimenpiteiden selvittäminen
Alakysymys 2: Mitä asioita toimintamallin kehittämisessä on huomioitava?	Teema- haastattelut: Yksilö- haastattelu Fokusryhmä- haastattelu	Kaupungin asiantuntijat: Matkailu ja markkinointi Kulttuuri- ja kasvupalvelut Markkinointi	Tuottaa tietoa toimintamalliin Kaupunkiorganisaation sisäisen yhteistyön kehittäminen
Alakysymys 3: Mitä asioita palveluiden kehittämisessä on huomioitava?	Fasilitoivat työpajat: aivoriihi	Työpajat A ja B	Tuottaa tietoa toimintamalliin ja palvelukonseptiin: palvelutarjooma
<i>Alakysymys 3.1</i> Millaisia palveluita jokirannassa on jo tarjolla? <i>Alakysymys 3.2</i> Millainen on asiakkaalle muodostuva palvelun arvo?	Fasilitoiva työpaja: empatiakartta	Työpaja A	Tuottaa tietoa toimintamalliin ja palvelukonseptiin: asiakasprofiilit palvelun arvo
<i>Alakysymys 3.3.</i> Millaisia haasteita ja mahdollisuuksia jokirannan toimijat tunnistavat palveluiden kehittämisessä matkailijalle?	Fasilitoiva työpaja: 5 bold steps – visiokartta	Työpaja B	Mahdollisuuksien ja haasteiden tunnistaminen Tuottaa tietoa toimintamalliin ja konseptiin: visio

Esitän taulukossa (1) luvun 5 opinnäytetyön metodisen kokonaisuuden; tutkimuskysymykset sekä menetelmät, kohderyhmän ja tavoitteen. Alakysymykset vastaavat pääkysymykseen: Miten toteutetaan kaupunkivetoinen toimintamalli ja jokirannan palvelukonsepti Tikkurilan jokirannan kokonaisvaltaiseksi kehittämiseksi?

5.2 Aineistonkeruu ja analysointi

Opinnäytetyön aineistonkeruu tapahtuu esitutkimuksen, teemahaastatteluiden ja fasilitoitujen työpajojen menetelmillä. Näiden menetelmien tuloksena muodostuva aineisto analysoidaan sisältöanalyysin avulla. Aineiston analyysissä pyritään soveltamaan mahdollisimman paljon aineistolähtöistä sisältöanalyysiä. Täysin aineistolähtöinen analyysi ei kuitenkaan ole mahdollista, sillä analyysissä hyödynnetään myös olemassa olevan aikaisemman kirjallisuuden käsitteitä. (Ojasalo ym., 2014, s. 139.)

Sisällön analyysi tapahtui aineistoa pelkistämällä eli pilkkomalla aineistoa osiin. Sen avulla pyritään siihen, että aineisto tiivistyy ja monimuotoisesta ja runsaasta aineistosta tunnistetaan ja rajataan pieni määrä näkökulmia. Pelkistäminen toi esille uusia alaluokkia, jotka ryhmittelin olemassa olevien pääluokkien alle. Haastatteluiden analyysin tuloksena muodostui uusia asioita, joiden avulla on mahdollista muodostaa kaupunkivetoisen toimintamallin rakenne. Työpajojen aineiston analyysin tuloksena muodostuivat jokirannan palvelukeskittymän asiakasprofiilit, palvelunarvo ja visio jokirannan elämyskeitaasta. (Ojasalo ym., 2014, s. 139.) Analysoinnin tulokset ovat valmiit vasta tulkinnan ja johtopäätösten kautta. Tulkinta tuo esiin kehitettävästä ilmiöstä uutta tietoa, joka perustuu teoriaan. Laadullisissa tutkimuksissa tulkintaa tehdään koko kehittämisprosessin ajan. (Ojasalo ym., 2014, s. 143.)

Aineiston keruussa eettisyys näyttäytyy lähteiden merkitsemisenä. Metodeista asiantuntija- ja fokusryhmähaastattelussa sekä työpajoissa noudatetaan tietosuojaa sekä anonymiteettisuojaa raportointivaiheessa. Keräämäni tieto säilyy luottamuksellisena ja kerroin tutkittaville ennakkoon, mihin tarkoitukseen tietoa

kerätään, käytetään ja säilytetään. Lisäksi anoin ja minulle myönnettiin tutkimuslupa toimialojen välisten asiantuntijoiden haastatteluiden suorittamiseen.

5.2.1 Toimintaympäristön kartoittaminen ja tiedottaminen

Palvelumuotoilun prosessin määrittelyvaiheen ensimmäinen osa (kuvio 7) koostaa tietoa, millaisia toimenpiteitä ja suunnitelmia jokirannan työryhmä on kulttuuripalveluiden koordinoimassa hankkeessa jo aikaisemmin tehnyt. Kutsuin jokirannan elävöittämistyöryhmän koordinaattorin (asiantuntija B) Teams-tapaamiseen, jossa kävimme läpi hänen kokemuksiaan ja tietoa jokirannan elävöittämistyöryhmän toiminnasta ja työpajojen tuloksista. Hän on koordinoinut työryhmän toimintaa 2020 syksystä alkaen. Sen aikana työryhmälle oli järjestetty yksi ulkopuolisen konsultin fasilitoima työpaja, jonka tulokset oli jaettu työryhmälle.

Kävimme tarkasti lävitse työpajan yhteenvedon, ja sain lisäksi luettavakseni esityksen (Ramboll Finland, 2021) joka on muodostunut elävöittämistyöryhmän tapaamisten ja konsultin työpajan (Tamora, 2021) tuloksena. Tämän aineiston ja keskustelun avulla sain hyvän näkemyksen siitä, millaisia asioita elävöittämistyöryhmässä oli käsitelty. Työryhmässä oli nostettu esille useita kehittämissuhteita, kuten yhteisen markkinoinnin edistäminen. Tämä aineisto ja keskustelu muodostaa yhdessä esiselvityksen aineiston. Esiselvityksen aineiston pohjalta kykenin koostamaan jokirannan toimijoille esityksen opinnäytetyöni tutkimuksesta ja ehdotuksen siitä, mitä esille nousseita asioita voisimme edistää opinnäytetyöni prosessissa. Tämä oli tutkimuksen kannalta merkittävä vaihe, koska se mahdollisti hyvän lähtökohdan asiakasymmärryksen muodostumiselle.

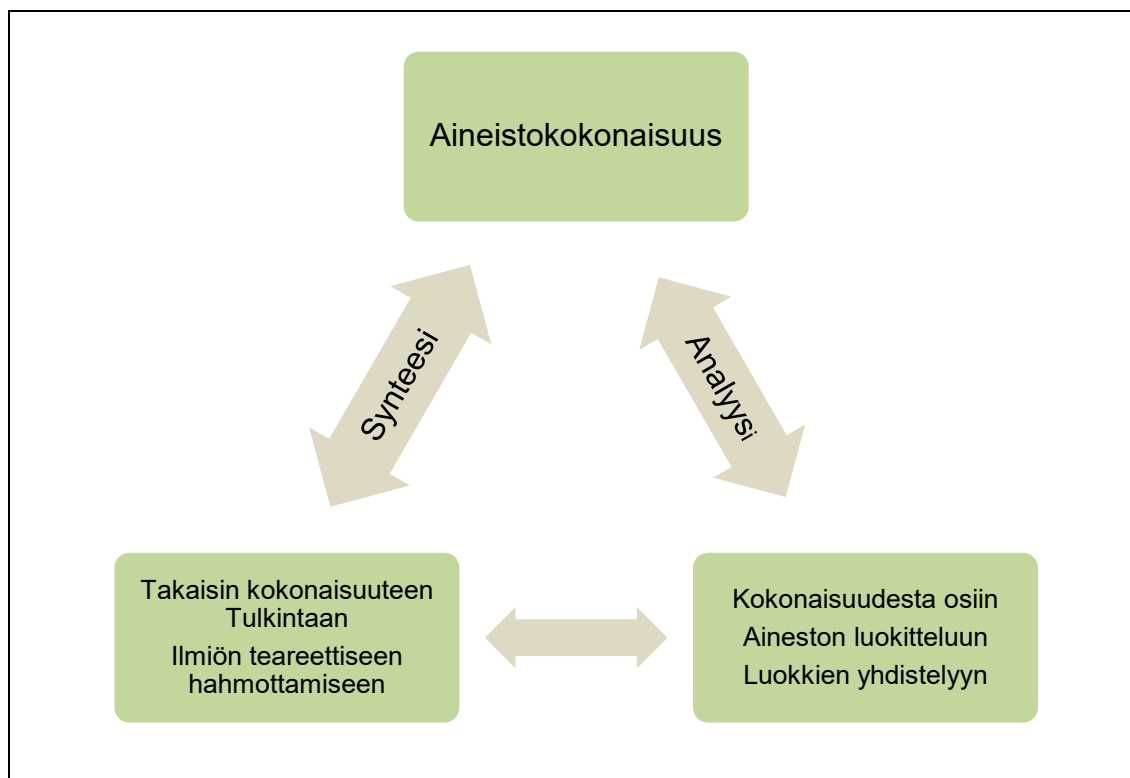
Tämän jälkeen koordinaattori lähetti jokirannan toimijoille kutsun Teams-infotilaisuuteen, joka järjestettiin tunnin mittaisena tapaamisena. Kutsussa oli mainittu tapaamisen agenda, jonka aluksi tulisin esittelemään opinnäytetyöni, jonka aiheena oli palveluiden ja markkinoinnin kehittäminen. Sen jälkeen työryhmän oli tarkoitus keskustella jokirannan avajaisten valmisteluista. Tapaamiseen osallistuivat lähes kaikki kutsutut, mukana oli myös muutamia uusia työryhmän jäseniä. Osallistujia oli yhteensä 20 henkilöä (Infotilaisuus). Esittelen tapaamisen tulokset luvussa 6.1.

5.2.2 Teemahaastattelut

Toinen määrittelyvaihe (kuvia 7) on esitutkimus, jossa tuotetaan analyysin Vantaan kaupunkiorganisaation toimintaympäristöstä. Menetelmänä on haastattelu, joka on yksi kehittämistyön yleisimmistä laadullisista tiedonkeruumenetelmistä. Kun tavoitteena on asioiden ja yksilön motiivien selventäminen sekä uusien näkökulmien avaaminen, haastattelu on luonteva ja nopea tutkimusmenetelmä. (Ojasalo ym., s. 106.) Teemahaastattelut toteutettiin yksilö – ja fokusryhmähaastatteluina.

Tutkimuskysymysten pohjalta valitsin haastattelukysymykset, joiden teemojen perusteella jaoin kaupunkiorganisaation asiantuntijat kolmeen eri ryhmään: matkailu ja markkinointi, kulttuuri- ja kasvupalvelut, sekä viestintä. Koska haastateltavat työskentelevät eri toimialoilla, toimitin tutkimuslupahakemuksen kaupungin kirjaamoon, josta se välitettiin kaupunginjohtajan viranhaltijapäätösten hyväksymisprosessiin. Tutkimusluvan saatuaani lähetin haastateltaville Teams-haastattelukutsun, jonka liitteenä oli tutkimustiedote sekä suostumuslomake. Lisäksi lähetin ennakkoon tiedoksi käsiteltävät teemat, jotta osallistujilla oli mahdollisuus valmistautua haastatteluun.

Kaikki haastateltavat vastasivat myönteisesti haastattelukutsuun. Toteutin yhteensä kolme haastattelua; yhden yksilöhaastattelun (matkailu ja markkinointi) sekä kaksi fokusryhmähaastattelua. Fokusryhmähaastatteluun A (kulttuuri- ja kasvupalvelut) osallistui viisi henkilöä sekä fokusryhmähaastattelu B (viestintä) kaksi henkilöä. Olin valmistautunut huolella jokaiseen haastatteluun. Haastattelun aluksi esittelin tiiviisti opinnäytetyön aiheen ja taustoitin tulevia kysymyksiä esittelemällä, mitä asioita elävöittämissä ryhmässä on tähän mennessä käsitelty ja suunniteltu.



Kuvio 8. Aineistopohjaisen analyysin prosessi (mukaillen Hirsjärvi & Hurme, 2014, s. 144).

Yksilöhaastattelu on yleisin haastattelumenetelmä (Hirsjärvi & Hurme, 2014, s. 61). Yksilöhaastattelun tutkimuskohde on henkilö, jolla on mahdollisuus tuoda esille omaa näkökulmaa korostavia asioita (Ojasalo ym., 2020, s. 106). Kaupungin matkailun ja markkinoinnin asiantuntija on ollut mukana kommentoimassa kulttuurilinjauksia sekä elävöittämissyöryhmässä kaupungin matkailun edustajana. Siksi kutsuin hänet ensimmäiseen haastatteluun. Yksilöhaastattelu soveltuu menetelmäksi hyvin, koska kaupungin matkailun ja jokirannan toimijoiden vuorovaikutus oli jo ehtinyt käynnistyä elävöittämissyöryhmän yhteisissä työpaikoissa. Kerättävää tietoa oli paljon tarjolla ja yksilöhaastattelussa pystyimme keskittymään siihen, millaisia haasteita ja mahdollisuuksia matkailun asiantuntija kokee kehittämisaiheen ympärillä. Lähetin asiantuntijalle ennakoon tutkimustiedotteen, suostumuslomakkeen sekä tiedoksi haastattelun teemat. Haastattelun toteutin Vantaan kaupungin Microsoft Teams-palvelua ja tallennusmahdollisuutta hyödyntäen. Kysymykset ovat liitteenä (liite 1).

Haastattelun ajankohta oli tammikuun lopulla, kun olin kerännyt tietopohjan ja valinnut työni keskeiset käsitteet, jotka esiintyivät kysymyksissä. Haastattelun kysymykset olivat puolistrukturoituja. Puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset on suunniteltu huolellisesti etukäteen. Metodi myös mahdollistaa myöhempien haastatteluiden muokkaamisen edellisen haastattelun vastausten mukaan, jos niissä ilmenee uutta tietoa. (Ojasalo ym. 2014, 41.) Yksilöhaastattelun tavoitteena oli saada tietoa Visit Vantaan toimintaympäristöstä, visiosta, tavoitteesta ja kumppaneista. Kysymysten tavoitteena oli myös kerätä tietoa Vantaan matkailun nykytilasta ja selvittää, kuinka elävöittämisryhmän suunnitelmat vastaavat Visit Vantaan mahdollisuuksiin ja toiveisiin alueen kulttuurimatkailun kehittämistä.

Seuraavassa tutkimusvaiheessa toteutin kaksi fokusryhmähaastattelua. Ensimmäiseen fokusryhmähaastatteluun (A) kutsuin viisi osallistujaa, joista kaksi on kulttuuripalveluiden edustajaa sekä kolme elinkeinopalveluiden kasvupalvelut – palvelualueen edustajaa. Ryhmä koostui päällikkötason ja asiantuntijatason osallistujista.

Toiseen fokusryhmähaastatteluun (B) olin kutsunut neljä haastateltavaa, mutta haastateltavien määrä rajautui osallistujien ehdotuksesta työtilanteeseen vedoten, yksi edustaja kaupungin markkinoinnista kahden kutsutun sijaan ja kaksi edustajaa kaupunkikulttuurin viestinnästä. Kaupunkikulttuurin osalta toinen haastateltava perui haastattelun ennakoimattoman esteen vuoksi, joten lopulta toteutin fokusryhmähaastattelun kahden markkinoinnin ja viestinnän päällikkötason asiantuntijoiden kesken.

Fokusryhmähaastatteluissa koin, että haastateltavat antoivat tilaa toistensa ajatuksille ja kaikissa haastatteluissa asioista puhuttiin kiertelemättä. Jokainen toi mielipiteensä esille perustellusti. Tutkijan näkökulmasta haastattelu toi esille kiinnostavia mielipide-eroja kulttuurin ja taiteen yleisestä vaikuttavuudesta sekä yhteistyön kehittämisen käytännöistä.

Kaikki haastattelut tapahtuivat etänä Teams – ohjelman ja sen tallennusmahdollisuutta hyödyntäen. Asiantuntijat työskentelevät Vantaan kulttuuripalveluissa

sekä kaupunkiorganisaation muut jäsenet Vantaan kaupungin elinkeinopalveluiden kasvupalveluissa sekä kaupunkistrategian ja johdon viestinnässä sekä kaupunkikulttuurin viestinnässä. Koska kaikilla asiantuntijoilla on oma suhteensa ja osaaminen tutkittavaan aiheeseen, valitsin tähänkin haastattelumetodiksi puolistrukturoidun haastattelumenetelmän. Haastattelujen teemat ja kysymykset ovat liitteenä (liite 2).

Yksilöhaastatteluun verrattuna ryhmähaastattelun etu on se, että ryhmän dynamiikka mahdollistaa käsiteltävien asioiden uusille tasoille viemisen. Fokusryhmähaastattelussa tutkija asettaa tutkimusteemat ja kysymykset sen mukaan, mitä tietoa halutaan saada esille. Tämän perusteella arvioidaan, keitä haastatteluun tulee kutsua tavoitteiden saavuttamiseksi. Myös ryhmän jäsenten sopivuutta samaan haastatteluun tulee pohtia. (Ojasalo ym., 2020, ss.111–112.)

Fokusryhmäkeskustelun tavoite on vapaamuotoisempi kuin yksilöhaastattelu. Haastateltavat ovat vuorovaikutuksessa tutkijan ja ryhmän kanssa, jolloin haastateltavat voivat pohtia asioita vapaammin ja yleensä tämä tuottaa monipuolista tietoa tutkittavasta teemasta. Tutkija keskustelee koko ryhmän kanssa, mutta voi myös suunnata kysymyksiä tietyille osallistujille. (Hirsjärvi & Hurme, 2014, s. 61.) Tätä tekniikkaa käytin fokusryhmähaastattelussa hyvin tuloksin.

Haastatteluiden jälkeen litteroin haastattelut ja luin tekstin useampaan kertaan. Sen jälkeen koodasin aineistosta nousevia keskeisiä ja toistuvia teemoja. Luokittelin löytämäni teemat pääluokiksi ja analysoin aineistoa uudelleen löytämieni käsitteiden näkökulmasta. Lopuksi yhdistin pääluokat uudeksi kokonaisuudeksi siten, että asiayhteydet säilyivät. Näin muodostuu synteesi (kuvio 8). Analyysi on perusteena aineiston tulkinnalle. Tulokset osoittavat luvussa 6.2, mitä asioita kaupunkivetoisen toimintamallin kehittämisessä tulee huomioida.

5.2.3 Fasilitoivat työpajat

Opinnäytetyön työpajojen tutkimusvaiheen tavoite on asiakasymmärryksen syventäminen ja strateginen suunnittelu työpajoissa (Tuulaniemi, 2016, s. 130).

Toimin työpajojen fasilitaattorina. Työpajojen aineiston tietopohja on muodostunut tietopohjan ja haastattelujen (esitely luvuissa 5.2.1 ja 5.2.2) huomioiden ja tulosten pohjalta.

Toteutin kaksi työpajaa (A ja B) jokirannan toimijoille maaliskuussa. Aiemmin helmikuussa olin esitellyt kehittämistyöni Tikkurilan jokirannan elävöittämissuunnitelman infokokouksessa ja kutsunut jokirannan palveluntuottajat osallistumaan työpajaan. Infokokouksessa jaoin linkin ilmoittautumiseen, jossa kartoitin sopivia ajankohtia. Koska yhtä yhteistä ajankohtaa ei löytynyt, jaoin osallistujat kahteen ryhmään. Toiseen työpajaan valikoituivat alueen teatterit (A) ja toiseen muut kolmannen sektorin ja kaupungin toimijat (B).

Lähetin työpajakutsun liitteenä tutkimustiedotteen sekä suostumuslomakkeen, johon pyysin allekirjoitukset työpajan aluksi. Työpajan paikaksi valitsin kaupunkikulttuurin isoimmat ja viihtyisimmät toimistotilat Silkkitehtaantiellä, aivan jokirannan tuntumassa. Tarkoitus oli samalla käynnillä kutsua toimijat tutustumaan tiloihin, jossa kulttuuripalvelut työskentelevät normaalisti. Työpajojen kesto oli kaksi tuntia. Työpajojen teemat ovat liitteenä (liitteet 4–6).

Osallistava suunnittelu kuuluu keskeisesti palvelumuotoiluprosessin luovien menetelmien tiedonkeruun lähteeksi (Moritz, 2005, s. 51; kts. Ojasalo ym., 2020, s. 71; Miettinen, 2011, s. 64). Palvelumuotoilun keskeinen ominaispiirre on kokemuksellinen suunnittelu, jossa visualisointi ja prototypointi korostuvat. Yhteissuunnittelun tuloksena syntyneistä ideoista voidaan muodostaa visuaalinen palvelukonsepti, jonka avulla on mahdollista testata palvelun toimivuutta. (Ojasalo ym., 2020, s. 71.)

Osallistavaa suunnittelua kuvaillaan myös yhteissuunnitteluksi. Yhteissuunnittelun työpaja sisältää seuraavat vaiheet: tilaisuuden ja tavoitteiden esittelyn, viritäytymisen, yhteissuunnitteluvaiheen, ryhmien esitykset ja loppukeskustelun. Suunnitteluajattelua tuetaan erilaisilla visuaalisilla virikkeillä, kuten valokuvilla tai tiedonkeruusta poimituilla lainauksilla. Materiaalin tarkoituksena on ohjata ryhmän suunnittelua ja antaa keskustelua herättäviä näkökulmia aiheeseen. (Miettinen, 2020, s. 82.)

Sovelsin osallistavan ja yhteissuunnittelun menetelmää fasilitoimissani jokirannan palveluntuottajien työpajoissa. Käytin menetelminä palvelun tasojen kuvausta aivoriihimenetelmällä (Ojasalo ym., 2020, s. 160) sekä palvelumuotoilun työkortteista *empatiakarttaa* palveluntuottajien (työpaja A) asiakasymmärryksen ja arvonluonnin tutkimukseen sekä *5 bold steps* – karttaa palveluntuottajien (työpaja B) tiedostettujen ja tiedostamattomien haasteiden ja mahdollisuuksien selvittämiseksi. (Design better business, n.d.)

Ojasalon ym. (2020, ss. 160–161) mukaan aivoriihityöskentely on luovan ongelmanratkaisun standardimenetelmä, jolla tuotetaan ryhmässä uusia ideoita ja lähestymistapoja tutkimuksen aiheena olevaan ongelmaan. Työvaiheet noudattavat pääosin osallistavan työpajan vaiheita. Valintavaiheessa ideoita tarkastellaan kriittisesti ja niitä pyritään arvioimaan. Valintavaihe erottaa aivoriihityöpajan muista käyttämistäni osallistavista menetelmistäni, koska palvelumuotoilun työkorttien mahdollistamassa menetelmässä osallistujien itse tuottamia ja dokumentoituja ratkaisuja ei arvioida työpajassa kriittisesti, koska ne perustuvat käyttäjäkohtaiseen asiakasymmärrykseen. Työkorttien tarkoituksena oli niissä esitettyjen kysymysten avulla saada työpajan osallistuja pohtimaan ja jäsentämään tutkittavaa aihetta. Dokumentoitujen työkorttien pohjalta tehtävänäni oli analysoida ja tulkita niille rakennetut tulokset. (Design better business, n.d.)

Työpajojen jälkeen kirjoitin puhtaaksi työpajan aikana tekemäni muistiinpanot ja työkorttien tekstit, jotka tiivistin ja koodasin aineistolähtöisellä menetelmällä. Tämän jälkeen luokittelin ja poimin aineistosta poikkeavuuksia sekä samankaltaisuuksia ja tarkastelin niiden toistuvuutta. (Kananen, 2015, s. 90.) Analyysin avulla syntynyttä laadullista aineistoa voidaan tulkita monin tavoin. Aineiston tulkintaa ohjaavat tutkimusongelmasta johdetut tutkimuskysymykset. (Kananen, 2015, ss. 93–94.) Työpajojen aineistolle esittämäni kysymys oli: millaisia haasteita ja mahdollisuuksia jokirannan toimijat tunnistavat palveluiden kehittämisessä matkailijoille? Palvelun tasoja pohdin tarkennetulla lisäkysymyksellä, millaisia tuotteita on jo olemassa? Empatiakartan aineistoa tarkastelin kysymällä aineistolta, mitä arvoa palvelu tuottaa asiakkaille?

Ensimmäiseen työpajaan osallistui yhteensä 6 edustajaa alueen teattereista: Tikkurilan Teatteri, Teatteri Vantaa, Tanssiteatteri Raatikko ja elokuvateatteri Bio Grand. Aloitimme työpajan aamukahveilla ja tutustumiskierroksella. Esittelin kokoustilan isoa näyttöä hyödyntäen laatimani alustuksen jokirannan kehittämisen vaiheista, työpajan tavoitteesta ja aikataulusta. Tämän jälkeen jaoin osallistujat työskentelemään samassa tilassa kahden henkilön pienryhmissä. Elokuva-teatteri Bio Grand ja Tikkurilan Teatteri muodostivat yhteisen ryhmän. Muista teattereista oli kummastakin paikalla kaksi edustajaa, joten heidän oli luontevaa tehtävänannon kannalta toimia pareittain oman kollegan kanssa. Jaoin jokaisen teatterin edustajalle post-it-lappuja sekä kynät ja tussit.

Työpajan ensimmäisenä tehtävänä oli pohtia oman palvelun ydin-, lisä- ja tukipalvelu ja kuvailla tärkeintä palvelua yhdellä sanalla kirjoittamalla se lappuun. Menetelmänä käytin aivoriihityöskentelyä, jonka tavoitteena oli tunnistaa oman palvelun tasot ja vaiheet ja purkaa ajatukset yhteisen keskustelun kautta. Annoin aikaa 10 minuuttia keskustella ryhmässä teemasta ja kirjoittaa laput valmiiksi. Tämän jälkeen keräsin laput ja asettelin ne fläppitaululle ryhmittäin. Jokainen ryhmä esitteli ja perusteli, kuinka he olivat päätyneet valintoihin. Yhteisen keskustelun jälkeen pyysin ryhmiä miettimään, mitä tuotteita tai palveluita ydinpalvelu sisältää. Tehtävän havainnollistamiseksi annoin selkeän esimerkin palvelun eri tasoista aikaisemmin tuottamani liikkuvan puurobaari-palvelun avulla, joka kiersi jokirannassa Vantaa-päivänä myymässä luomupuuroa (liite 4).

Kymmenen minuutin innostuneen keskustelun jälkeen saimme fläppitaululle täydennystä perusteluineen. Tämän jälkeen pyysin miettimään, mitkä ydinpalveluista ovat sellaisia, jotka ovat avoimia kaikille palvelusta kiinnostuneille, eli poistamaan taululta esimerkiksi päiväkotij- ja koululaisryhmille suunnatut näytökset. Keskustelimme valinnoista yhdessä.

Pienen tauon jälkeen jaoin ryhmille A3 – kokoisen palvelumuotoilun menetelmiin sisältyvät työkalun, *empathiakartan*. Dave Grayn (2017) kehittämä empatiakartta on palvelumuotoilun työväline, joka soveltuu yksittäisten asiakkaiden ja asiakassegmenttien tarpeiden kartoittamiseen. Empatiakartan keskiössä on

hahmo, jolle luodaan kuvitteellinen asiakasprofiili. Fasilitoitava henkilö antaa asiakkaalle nimen, iän ja ammatin. Asiakasprofiili syntyy olemassa olevasta asiakasymmärryksestä. Asiakkaan tarpeita ja toiveita pohditaan kartan avulla. Menetelmän tavoitteena on ohjata palveluntuottajaa tunnistamaan asiakkaan syvällisempiä tarpeita ja valintoja, sekä osoittamaan mahdollisia puutteita asiakasymmärryksessä. (Game Storming, n.d.)

Asiakasprofiilin luomisen jälkeen pohditaan millaiset positiiviset ja negatiiviset trendit vaikuttavat asiakkaan elämään. Tämän jälkeen kartoitetaan asiakkaan elämän olemassa olevat mahdollisuudet ja pelot. Lopuksi pohditaan, millaisia toiveita ja pelkoja asiakkaan elämässä esiintyy. Näiden pohjalta on mahdollista tunnistaa asiakkaan todellinen tarve tai toive. (Design better business, n.d.)

Annoin 20 minuuttia aikaa keskusteluun, pohdintaan ja lomakkeen täyttämiseen. Tämän jälkeen jokainen teatteri kertoi oman persoonan demografiset tekijät ja kuusi ympäröivää tekijää. Lopuksi pyysin osallistujia vielä kertomaan persoonana toiveet, jotka kirjasin fläppitaululle. Tämän jälkeen annoin lisäpohdittavaa, miten asiakkaiden toiveisiin vastataan? Mitä palvelun suunnittelussa tulee ottaa huomioon? Näistä kysymyksistä muodostettiin ajureita, jotka muotoutuivat lopuksi konkreettisiksi toimenpiteiksi. Työpajasta A muodostui aineistoksi muistiinpanojeni lisäksi kaksi A2-kokoista fläppitaulusivua, joista toinen sisälsi post-it lapuista muodostuneet palvelun tasot ja toinen empatiakartan pohjalta ajureiden avulla muodostuneet tuotteet, sekä neljä A3-kokoista empatiakarttaa.

Lisäksi keskustelimme vuosittaisen yhteisen jokirannan tapahtuman suunnittelusta ja sen jatkotoimenpiteistä. Työpajan osallistujat innostuivat ehdottamastani Kekrijuhla-teemasta ja marraskuisesta ajankohdasta. Sovimme, että keskustelen tapahtuman teemasta ja ajankohdasta vielä toisen työpajan osallistujien kesken, jonka jälkeen palaan asiaan ja ajankohta lyödään lukkoon.

Seuraavalla viikolla työpajaan (B) osallistui yhteensä 9 henkilöä. Toimijat edustivat Tiedekeskus Heurekaa, Vantaan taiteilijaseuraa, Vantaa-seuraa ja Vantaan

elävän musiikin yhdistys Velmua. Kaupungin toimijoista mukana oli kulttuuritehdas Vernissan yleinen toiminta ja animaatiostudio sekä kaupunginmuseo, Lastenkulttuurikeskus Pessi sekä kulttuuritoiminta – ja tilat.

Työpajan runko eteni samalla tavalla esittelyn ja kuulumiskierroksen jälkeen ja taustatietojen esittelyn kautta työryhmien muodostamiseen, palvelun tasojen ja tarjooman pohdintaan. Työpareiksi jaoin jo itsestään syntyneen tilaan sijoittumisen seurauksena Tiedekeskus Heureka ja kaupunginmuseo, Velmu ry ja Vantaa-seura, Vernissan yleinen toiminta ja animaatiostudio sekä lastenkulttuuri ja Taiteilijaseura.

Empatiakartta-menetelmän jätin tietoisesti pois tästä työpajasta (B), koska tämän ryhmän palveluntuottajien, kuten lastenkulttuurin ja kulttuurisen nuorisotyön, kohderyhmät ovat rajatumpia. Sen sijaan hyödynsin palvelumuotoilun *5 bold step* – menetelmää, jonka avulla kartoitin toimijoiden haasteita ja mahdollisuuksia. Tämäkin työkalulomake on visuaalinen kartta, jonka keskiössä on viisi porrasta kohti tavoiteltua visiota. Visioksi muodostettiin yhteisesti jokirannan tulevaisuuden elämyskeidas. Osallistujien monialaisen ja – paikkaisen toiminnan vuoksi vaihtoehtona oli myös asettaa omaan toimintaan sopivampi visio.

Jokainen palveluntuottaja (työpaja B) kulttuuritehdas Vernissaa lukuun ottamatta täytti oman kartan parityönä toisen toimijan kanssa. Vernissan karttaa täyttivät yhdessä kulttuurisen nuorisotyön edustaja ja animaatiostudion edustaja. Työkalu auttaa vision suunnittelussa sekä viiden rohkean askeleen asettamiseksi, jolla visio saavutetaan. Lisäksi työkalun avulla voidaan selvittää, mitkä asiat tukevat ja haastavat visiota ja millaisia mahdollisuuksia työskentelylle luodaan. Visio-pohja auttaa strategian suunnittelukriteerien löytämiseen ja päättämiseen. Visio antaa vastauksen kysymykseen, mitä kohti olemme menossa. (Lokitz, van der Pijl & Solomon, 2016, s. 58.) Lopuksi keskustelimme työkortin sisällöistä sekä yhteisestä tapahtumasta, joka päätettiin järjestää yhdessä 4.–5.11.2022 Tikkurilan jokirannan Kekrijuhlanä.

Työpajasta B aineistoksi muodostui kuusi A3-visiokarttaa sekä muistiinpanoni keskustelusta.

Analyysivaiheessa koostin työpajoissa A ja B syntyneen materiaalin ja muistiinpanoni ja käsittelin sitä yhtenä aineistona. Ensin etsin aineistosta jokaisen toimijan ydin-, lisä- ja tukipalvelut. Tämän jälkeen kokosin palvelutuotteet taulukkoon visuaaliseksi kuvioksi (11) ja liitin jokaisen toimijan palvelutarjooman oheen havainnollistavan ja helposti saatavilla olevan valokuvan, joilla on julkaisuoikeudet. Tämän jälkeen aloitin aineistoanalyysin koodaamalla ja luokittelemalla palvelut. Vertailin palveluntuottajien ydinpalveluita ja lisäpalveluita. Työpajojen A ja B tulokset esittelen luvussa 6.3.

5.3 Oma roolini kehittäjänä

Opinnäytetyön aineiston keruussa roolini on kehittämistyön tekijä ja tutkija. Lähestyn tutkimuskysymyksiä tutkijan näkökulmasta ja siirrän ammatti-identiteettini kulttuurituottajana taka-alalle. Kulttuurituottajan koulutukseni ja työroolini myötä olen löytänyt kehitettävän aiheen, mutta aineiston keruussa ja analysoinnissa pitäydyn tutkijaroolissa ja analysoin aineistoa neutraalisti ja eettisesti.

Tulee kuitenkin ottaa huomioon, että kulttuurituottajan kompetenssit mahdollistavat kehittämistyön tutkimusongelman tunnistamisen. Oman työn positio kaupunkiorganisaation sisällä on edellytys sisäisen kehittämisen näkökulmasta. Ulkopuolinen konsultti voi tehdä laadullista ja määrällistä tutkimusta aiheesta, mutta työn tulosten juurtumisen ja jatkokehittämisen kannalta koen, että organisaatiossa itsessään tapahtuva kehittäminen on kaikista hedelmällisin lähestymistapa.

6 Kehittämistyön tulokset

6.1 Määrittelyvaiheen tulokset

Määrittelyvaiheen tulokset vastaavat kysymykseen, millaisia havaintoja ja toimenpiteitä jokirannan elävöittämissyöryhmässä on jo tehty. Jokirannan elävöittämissyöryhmän raportista (2021), konsultin työpajamateriaalista (Tamora, 2021) ja koordinaattorin tapaamisen (asiantuntija B) tuloksena esiin nousivat seuraavat jokirannan palveluntuottajien toimenpide-ehdotukset:

- Jokirantaan tarvitaan oma tuottaja tai koordinaattori, joka koordinoi yhteistä toimintaa.
- Tilakeskuksen tulisi remontoida tyhjillään olevat tilat
- Kulttuuripalveluiden ja kaupunkiympäristön yhteistyönä tehdään tapahtuma-aluekortit helpottamaan tapahtumien järjestämistä eri toimijoiden yhteistyönä.
- Kaupungilta toivotaan yhteistä linjaa tapahtumien järjestämiseksi sekä kaupungin omistamien kiinteistöjen ja tilojen käyttöä, jonka avulla voidaan mahdollistaa jokirannan säännöllisempi ohjelmatarjonta.
- Aluerahaa toivotaan tapahtumien järjestämisen tueksi.
- Kaupungin elinkeinopalveluita toivotaan mukaan työryhmään.
- Kulttuurikeskittymää markkinoidaan yhteisenä alueena (brändäys).
- Alueen toimijoiden palvelut koostetaan yhteen pakettiin.
- Toimijoiden yhteinen vuosikello, markkinoinnin edistäjänä ja työkaluna.

Näiden toimenpiteiden pohjalta valmistin jokirannan elävöittämissuunnitelman infotilaisuuden power point – esityksen, johon tiivistin opinnäytetyöni tutkimuksen käsitteen, tutkimusmenetelmät ja ehdotukseni jokirannan toimijoille työpajoista. (liite 4). Infotilaisuus järjestettiin Teams-tapaamisena 14.2.2022 ja infotilaisuudessa oli 20 osallistujaa. Heistä suurin osa oli jokirannan palveluntuottajia, mutta myös kaupunkiorganisaation asiantuntijoista oli paikalla kulttuuripalvelut ja kaupunkiympäristön toimiala, joka vastaa virkistysalueiden kunnostamisesta. Infotilaisuudessa toin esille myös tutkimustuloksia siitä, kuinka kulttuurimatkailu tuo kulttuuritoimijoille uusia yleisöjä ja lisäarvoa palveluille. Viittasin myös Petäjäjärven (2020) sitaatteihin toimijoiden välisen dialogin merkityksestä. Lopuksi annoin mahdollisuuden palautteeseen ja kysymyksille.

Infotilaisuuden osallistuja kaupunginmuseosta (1) kiitteli tutkimusotetta asiakaslähtöisyydestä. Samalla tuli myös ilmi, että kaupunginmuseolla on kulttuurimatkailun kehittämishanke vireillä Håkansbölen kartanolla Hakunilassa. Vantaa-

seuran osallistuja (2) kertoi, että Vantaalla on tehty Kirkonkylän tapahtumista aikaisimpina vuosina kesäesitettä, josta on kuitenkin luovuttu, koska kaupunki ei enää tue paperiesitteiden painamista. Huolena oli, ettei aloiteta sellaista projektia, josta kaupunki on aikaisemmin vetäytynyt. Selvensin vielä osallistujalle tarkemmin asiaa, ja selvisi että Vantaa-seura olisi mielellään mukana työstämässä digitaalista sisältöä jokirannan toimijoiden kesken. Lisäksi osallistuja (3) Tanssi-teatteri Raatikosta toi esille toiveen, että yhteisen jokirannan tapahtuman edistämistä jatketaan myös fasilitoimassani työpajassa. Hän antoi myös palautetta, että viestinnän ja markkinoinnin kehittäminen on keskeistä, koska Silkkitehtaiden teatterit jäävät kaupungin viestinnässä usein vähemmälle huomiolle.

Lisäksi kysyin työryhmältä lisätietoa saunaravintolan suunnittelun edistymisestä, ja saimme selvityksen tilanteesta kaupunkiympäristön toimialan edustajalta. Vantaan kaupunkisuunnittelulautakunnan kesällä 2021 järjestämän avoimen liikepaikanluovutuskilpailun voitti Luotsi Invest Oy ja P&R Arkkitehdit Oy ehdotuksella ”Vuolle”, joka oli ainut kilpailuun saapunut ehdotus. Hankkeen tavoitteena on elävöittää kaupunkilaisten yhteistä ympäristöä, lisätä Tikkurilan jokirannan virkistyskäyttöä ja tuoda jokirannan läheisyyteen uutta ympärivuotista liiketoimintaa. Toteuttaja vastaa hankkeen liikeideasta, toteuttamisesta, investoinneista ja palveluntuottamisesta. (Vantaan kaupunki, 2022c.)

Vuolle-kilpailuehdotus sisältää useita palveluideoita, joka nostaisi alueen kulttuurimatkailullista arvoa. Rakennus jakaantuu ravintolaan, saunaosastoon ja neuvottelutiloihin. Ravintolasalissa on asiakaspaikkoja 200 hengelle, sisällä ja terassilla. Saunaravintolan palveluiden lisäksi ehdotus luo joen ympärille rakentuvan kaupunkitilan. Se mahdollistaa terassitoimintojen lisäksi jokeen liittyvien aktiviteettien (melonta, sup-lautailu, kalastus, uiminen) järjestämisen. Joen rantaan esitetään pientä laiturialuetta, josta melonta, uiminen ym. on mahdollista luontevasti järjestää. Rantaan esitetään myös rakennettavaksi kelluva jokilava pienimuotoisia konsertteja ja esityksiä varten. (Vantaan kaupunki, 2022c.)

Infotilaisuuden jälkeen tarkistin vielä jokirannan kunnostamisen aikataulun ja otin yhteyttä jokirannan virkistysalueiden suunnittelusta ja kunnostamisesta vas-

taavaan maisema-arkkitehtiin, Rambollin Hanna Keskiseen. Tiedustelin jokirannan suunnittelumateriaalien julkaisuoikeuksia ja sitä, miten työ edistyy jatkossa. Keskinen on osallistunut jokirannan elävöittämissyöryhmän tapaamisiin. Keskinen (2022) mukaan suunnitteluaineistot ovat julkisia ja niitä päivitetään Vantaan kaupungin nettisivuille aina sitä mukaa, kun seuraava hankeaikataulu etenee. Kaupunkiympäristön toimialalla on oma työryhmä, jossa käydään läpi suunnittelu- ja rakennushankkeen etenemistä puolen vuoden välein. Ryhmän puheenjohtajana toimii rakennuspäällikkö Jaakko Koivunurmi.

Sain yhteydenoton Silkkitehtaan kiinteistöyhtiön toimitusjohtajalta Tommi Liimataiselta (2022) joka ilmoitti kiinnostuksensa osallistua alueen kehittämiskeskusteluihin. Tieto elävöittämissyöryhmästä oli tullut Liimataiselle Teatteri Raatikon edustajan kautta. Päällimmäisenä Liimatainen kaipasi tietoa siitä, mitä suunnitelmia Silkkitehtaan viereiselle alueelle Tikkurilantien varteen on olemassa. Alueella sijaitsee Veininmylly ja Villa Söderbo. Välitin tiedustelun peruskorjausten osalta elävöittämissyöryhmän koordinaattorille (asiantuntija B).

Sain häneltä vastauksena kaupungin kiinteistötalouden yksiköstä lähetetyn sähköpostin. Siinä selvitettiin, että kiinteistöjen peruskorjauksista on laadittu hankesuunnitelmat vuonna 2019, mutta kaupungin investointiohjelmaan ei tuolloin ole saatu rahoitusta niiden toteuttamiseksi. Tämän vuoksi hankesuunnitelmaa ei ole hyväksytty ja tästä johtuen rakennukset on tarkoitus myydä. Tontilla on parhailaan käynnissä stabiliteettiselvitys, jonka tarkoituksena on selvittää rakennusten alla olevan maan riittävä stabiliteetti. Kun se on varmistettu ja turvattu, maanvuokraoikeudella kiinteistöt on tarkoitus asettaa julkiseen myyntiin. Ehto käytölle olisi, että rakennukset tulee korjata yhteistyössä kaupunginmuseon kanssa. Tulevaa käyttötarkoitusta sanelee voimassa oleva lähivirkistysalueen asemakaava. Myllyn osalta tämä mahdollistaa esimerkiksi ravintolatoiminnan. Söderbon osalta se tarkoittaa, että pienimuotoinen majoitustoimintakin olisi kiinteistössä mahdollista. (Vantaan kiinteistötalous, 2022.)

Opinnäytetyön määrittelyvaiheen tulosten yhteenvetona havaitsin, että jokirannan palveluntuottajat tarvitsevat kaupungilta lisäresursseja sekä yhteisen linjauksen ja päätöksiä siitä, miten alueen kehittämistä tuetaan kaupunkivetoisesti. Alueen palveluiden paketointi ja yhteismarkkinointi nousi vahvasti esille.

6.2 Teemahaastatteluiden analyysin tulokset

Kaupunkiorganisaation asiantuntijoiden haastatteluiden analyysin kautta muodostuneet tulokset antavat vastauksen tutkimuksen kysymykseen; mitä asioita toimintamallin kehittämisessä tulee huomioida? Aineistolähtöisen analyysin tuloksena muodostui uusia alaluokkia ja synteesejä (kuvio 9) jotka kokoavat yhteen keskeiset kaupunkiorganisaation asiantuntijoiden haastatteluiden tulokset (Ojasalo ym., s.144).



Kuvio 9. Aineistosta esiin nousseet asiat.

Haastatteluiden tulosten yhteenvedona esitän kuviossa (9) haastatteluiden pääteemat: kaupunkiorganisaation haasteet ja mahdollisuudet, ekosysteemi, jokirannan palveluiden kehittäminen, markkinointi ja brändi sekä elävöittämissyöryhmän täydentäminen.

Aineistosta nousee tyypittelyn kautta esiin pääteemoille uusia alaluokkia: kulttuurimatkailu Vantaalla, kulttuuri- ja omatoimimatkailu, Jokirannan elävöittäminen, Visit Vantaa – markkinointiorganisaatio, ekosysteemisopimus, asiakassegmentti, matkailuverkosto, vantaa.fi ja visitvantaa.fi-sivustot, yritysyhteistyö, palvelun konseptointi ja tuotteistaminen, tuotantoraha, kulttuuripalveluiden ja tapahtumien kehittäminen, Lohifestarit, wau-elementti, Jokivarren oppimis- ja hyvinvointikampus, ruokaklusteri sekä kaupunkiorganisaation vahvistukset työryhmään. Esitän seuraavaksi aineistolähtöisen analyysin pohjalta nousseet tulokset ja johtopäätökset.

6.2.1 Kaupunkiorganisaation haasteet ja mahdollisuudet

Haastatteluiden pääteema oli kaupunkiorganisaation haasteet ja mahdollisuudet, joka nosti esille aiheiksi kulttuurimatkailun Vantaalla, Visit Vantaa-markkinointiorganisaation, kulttuuri- ja omatoimimatkailun sekä jokirannan elävöittämisen. Yleisesti haastateltavat kokivat, että kulttuurimatkailu tutkimuksen teemana on kaupunkiorganisaatiolle tärkeä, koska se on mainittu kulttuurilinjauksissa ja sen käsitettä on avattava. Markkinoinnin sidosryhmän haastateltavista osallistuja kuitenkin pyysi huomioimaan, että termi voisi olla yhtä hyvin ”kulttuurista kiinnostuneet”. Samassa sidosryhmässä oli myös vastakkainen mielipide. Matkailu pääkäsitteenä auttaa haasteeseen, mikä kaupunkikulttuurin toimialan viestinnässä on tunnistettu. Yhdenvertaisuuden kannalta tiettyjen toimijoiden nostoja voi perustella matkailukärjellä Visit-palvelualustalla. Tulee kuitenkin huomioida, että matkailijoille suunnatulla markkinoinnilla on omat reunaehdonsa.

”Ydinjuttu on, että matkailupalvelun tulee olla saatavilla, ei 24/7 ja 365, mutta sen tulee olla 350 vrk ja klo 10–18 eli säännölliset aukioloajat ja säännöllinen tarjonta” (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi).

Jokirannan yleisen viihtyvyyden ja sen kulttuuritarjonnan kehittäminen koettiin tarpeellisenä. Kulttuurimatkailijan termi herätti keskustelua. Kaikki olivat samaa mieltä siitä, että palveluita tulee ensisijaisesti kehittää jokirannan olemassa oleville asiakkaille sekä kaupunkilaisille.

”En lähtisi siitä tavoitteesta, että jokirannassa tuotetaan suoraan matkailijalle jotain, vaan meidän pitää tuottaa viihtyisää ympäristöä ja säännöllisesti tarjolla olevia palveluita täällä oleville asukkaille. Koska siitä se matkailija kiinnostuu, mitä paikalliset tekee. Ja toisaalta, sitten kun matkailija tuo omat euronsa, paikallisille on monipuolisempaa ja runsaampaa palvelua.” (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi.)

Kulttuurimatkailu käsitteenä toi viestinnän asiantuntijalle ensisijaisesti mielikuvan ryhmämatkailusta ja hän nostikin esille toiveen omatoimimatkaileijoiden tavoittamisesta jokirantaan. Myös matkailun ja markkinoinnin asiantuntija painotti kulttuurimatkailun käsitteen avaamista. ”Kulttuurimatkailu ei tarkoita, että pitää matkailla kokeakseen kulttuuria. Kulttuuri on mukana matkan varrella, se sama kulttuuri mitä ne paikalliset kuluttaa.” (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi.)

Visit Vantaa on asiantuntija- ja markkinointiorganisaatio, jonka tehtävä on palveluntuottajien ja matkailijoiden kohtauttaminen. Visit Vantaa ei itse myy palveluita tai järjestä tapahtumia, vaan se toimii viestin viejänä kansallisten myyntityöntekijöiden kuten Visit Finlandin tai erilaisten ryhmämyyntikanavien suuntaan. Visit Vantaa on siirretty organisaatiomuutoksessa vuonna 2020 toimialan sisällä elinkeinopalvelusta kaupungin viestinnän alaisuuteen. Painopiste on siten siirtynyt matkailun kehittämisestä kohti matkailun markkinointia. Tämä herätti pohdintaa Visit Vantaan toiminta-ajatuksista ja nosti esiin kysymyksen toiminnan tavoitteen ja resurssien kohtaamattomuudesta. (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi.)

”Onko oleellista, että meidät tunnetaan Vantaana, vai onko oleellista se, että meidän palveluitamme kulutetaan ja me hyödytään siitä verotulotolla? Ja sillä että ylimääräisten asiakkaiden eli matkailijoiden eurot mahdollistavat laajemman tarjonnan, jolloin paikallisilla on enemmän tarjontaa? Tarvitaanko imagoa vai pitäisikö sittenkin tehdä enemmän elinkeinon kehittämistä, jolloin kehittämällä sitä tarjontaa meille tulisi enemmän rahaa ja paikallisille enemmän mahdollisuuksia? (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi.)

Visit Vantaan yksi keskeinen tehtävä on matkailutoimijoiden verkoston koordinaatio. Vantaan matkailuverkostossa on mukana vantaalaiset toimijat, kuten kaupungin museo. Verkostoja, joissa Visit Vantaa on yhteydessä muihin visit-or-

ganisaatioihin ovat esimerkiksi Visit Finlandin Helsinki region -suuralueyhteistyöverkosto, Congress Network Finland (kongressi- ja kokousalan toimijat), Suoma ry (kotimaan matkailun verkosto) ja Uudenmaan liiton matkailuryhmä. (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi.)

6.2.2 Kulttuurimatkailun ekosysteemi

Kulttuurimatkailun ekosysteemin teemasta nousi esille yritysysteistyö, Vantaan ruokaklusteri ja ekosysteemisopimus. Haastatteluissa korostui vahva verkosto – ja ekosysteemikehittämisen tarve. Kulttuurimatkailun ekosysteemi ajateltiin muodostuvan jokirannassa matkailun, kulttuurin, elintarvike- ja majoitusliikkeiden symbioosina. Tikkurilan keskeinen sijainti nostettiin vahvuutena esiin. Myös kaupunkiorganisaation toimialojen välinen yhteistyö (cross over) mainittiin useampaan otteeseen. Matkailun ja markkinoinnin asiantuntija korosti kulttuuritoimijoiden aloitteellisuutta palveluiden kehittämisessä ja yritysysteistyön lisäämisessä.

”Tänä päivänä hotellit sanoo, että me olemme paikallisten olohuone, tätä samanlaista mentaliteettia kaivataan kulttuuripuolelle” (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi).

Kasvupalveluiden asiantuntija huomautti, että myös matkailualaa tulisi kehittää ja myös matkailutoimijoiden tulisi olla aloitteellisia yhteistyössä.

”Me haluamme varmistaa, että rakennetaan vahvoja kokonaisuuksia luomalla yhteistoimintaa toimijoiden ja sektoreiden välillä. Matkailualaa pitäisi uudistaa suhteessa muihin toimijoihin. Esimerkiksi matkailu, kulttuuri ja lähiruoka tulisi tuoda vahvaan yhteistyöhön. (Asiantuntija D, kasvupalvelut.)

Yritysysteistyöstä keskusteltiin, että kulttuuripalvelut on menneinä vuosina koettu myös yrityskielteisiksi. Muutosta on havaittu, mutta tavat ja ennakkoluulot istuvat tiukassa. Kerroin asiantuntijoille, että yritysysteistyön lisääminen on asetettu kulttuurin tulostavoitteisiin ja omat kokemukseni vuoden 2020 alusta ovat päinvastaiset. Vuoden 2021 Valon Tikkurila – valotapahtumassa yrittäjiä kannustettiin mukaan tarjoamaan palveluita tapahtuman keskipisteeseen Tikkurilan

aukiolle, yhteistyössä Torikauppiasyhdistyksen kanssa. Myös Tikkurilan alueen ravintola- ja muille yrityksille tiedotettiin tapahtumasta ennakkoon. Kerroin, että tällaista yhteistyötä ollaan lisäämässä kulttuurin palvelualueella.

”On hyvä havainto, että elinkeinopalvelut pitää saada mukaan, koska kaupallinen kannattava liiketoiminta kannattelee kulttuurimatkailutoimintaa” (Asiantuntija F, kasvupalvelut).

Kulttuurin ja kasvupalveluiden sidosryhmän haastattelussa tuli ilmi, että kesän 2022 ajaksi Tikkurilan Asematielle sijoittuvaa yrittäjävetoista kesäterassia oli kaupungin työryhmässä mietitty myös jokirantaan sijoittuvaksi. Seuraavina vuosina tämä on todennäköistä. Yrittäjiin kohdistuvassa viestinnässä tulee myös ottaa huomioon, että 40 % viime vuonna perustetuista vantaalaisista yrityksistä on ulkomaalaistaustaisia. (Asiantuntija F, kasvupalvelut.)

Matkailun ja markkinoinnin asiantuntijan haastattelussa tuli esiin vahva ”ruoka edellä” – ajattelu yleisesti matkailun vetonaulana sekä jokirannan kehittämisessä. Matkailija voi ohittaa lähes kaikki muut palvelut, mutta ravintoa täytyy matkan aikana nauttia. Kahvilat ja ravintolat voisivat toimia samalla ”sisäänheitäjinä” kulttuuripalveluihin. Nähtiin, että jokirannassa voisi sijaita useampi ravintola ja kahviloita.

”Jokirannassa olisi useampi gastronominen ruokapaikka, omia erikoisuuksia, ja miksei haettaisi ruokaklusterista vantaalaisuutta?” (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi).

Ruokaklusteri on kymmenien toimijoiden verkosto, joka edistää vantaalaista ruokakulttuuria yhdessä. Suurimpia toimijoita ovat Fazer ja HK, mukana on myös ns. vertikaaliviljelijöitä, start up – yrityksiä ja oppilaitoksia. Suurin tähänastinen ponnistus oli vantaalaisten ravintoloiden Vantaa-menu, joka lanseerattiin juuri ennen koronapandemiaa. Klusteritoiminnan johdolla järjestettiin myös kaupunkiviljelyprojekti, jossa toimijat opastivat kaupunkilaisia viljelemään ja keräämään satoa. Toimijat muodostavat heterogeenisen joukon, jossa erilaisuus on vahvuus, joka saattaa synnyttää uusia oivalluksia. (Asiantuntija D, kasvupalvelut.)

”Aiheena Tikkurilan jokiranta voisi olla sellainen, että ruokaklusterin yritykset voisivat todeta, että jos tuon teeman ympäriltä järjestetään infoa, niin voisin olla mukana esimerkiksi työpajassa. Kun jokirannan asia edistyy, meidän kannattaisi informoida heitä siitä, mitä meillä on ja kutsuttaisiin mukaan näitä toimijoita.” (Asiantuntija E, kasvupalvelut.)

Asiantuntijat toivat haastattelussa esiin, että kasvupalvelut ovat mukana pääkaupunkiseudun ekosysteemisopimus-hankkeessa. Hankkeen keskiössä on sidosryhmäverkostojen yhteiskehittäminen kaupunkien EU-hankkeissa. Sopimuksen piirissä on neljä painopistettä: uudet avaukset, yleinen ekosysteemien kehittäminen, digitaalisten luovien alojen työkalut ja hyvinvointi. Ekosysteemisopimus on rahoitusinstrumentti, jota myös matkailu- ja kulttuuriala voisi hyödyntää. Se tarjoaa mm. markkina- ja digitaalisen osaamisen kehittämistä.

”Kulttuuritoimijat eivät ole yksin. Tulee vahvistaa yhteistyötä, jotta kaupunki osaa kuunnella tarpeita. On tärkeää, että kartoitetaan heidän tarpeitansa ja toiveita, ja osaamme palvella heitä. Voimme tarjota infraa, dataa, palveluita, mutta ensin tulee kuunnella, mitkä ovat aidosti heidän tarpeitaan. Pitäisi aina miettiä, että yksi sektori yksin ei pärjää, tarvitaan isoja kokonaisuuksia, joissa kaupunki toimii kokeilualustana, palvelualueena ekosysteemin toimijoille.” (Asiantuntija D, kasvupalvelut.)

Kasvupalveluiden asiantuntija muistutti, että elinkeinopalveluiden asiakkaita ovat ensisijaisesti yritykset, mutta myös luovan alan yritykset, jotka tuovat alueelle työpaikkoja. Myös jokirannan kehittämisen malli nousi esiin haastattelussa.

”Olisi tärkeää, että elävöittämissyöryhmässä ymmärrettäisiin symbioosi. Jos nyt lähdetään tekemään pysyvä kulttuurimatkailun malli, pitää pohtia alusta saakka, että tehdäänkö se kulttuurin tukirahoilla, vai lähtisikö se liiketoimintana rullaamaan ja toisi jatkossa kulttuurin sisällöntuottajille enemmän mahdollisuuksia tehdä kulttuuria.” (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi.)

Matkailun ja markkinoinnin asiantuntijan kysymys on mielenkiitoinen. Ajatus liiketoimintamallista on hyvä peruste kulttuurimatkailukohteen kehittämiseen, mutta jokirannassa suurin osa palveluista toimii yhdistysvetoisesti sekä kaupungin omana palvelutuotantona. Siksi erilaisia rahoitusmalleja tarvitaan.

6.2.3 Markkinointi ja brändi

Markkinointi ja brändi haastattelun teemana nosti esiin käsitteet asiakassegmentti, matkailuverkosto, vantaa.fi ja visitvantaa.fi-sivustot sekä palvelun konseptointi ja tuotteistaminen. Kaikki haastateltavat tunnistivat, että markkinointi on keskeinen toimenpide, jolla palveluita tuodaan tutuiksi asukkaille ja matkailijoille. Visit Vantaa – sivuille voidaan tehdä mainos Tikkurilan jokirannasta, kun alue on rakentunut valmiiksi vuonna 2024. Ehdotettiin myös, että jokirannan palveluntuottajat, jotka myyvät säännöllisiä palveluita (kuten teatterit), voisivat liittyä mukaan kaupungin Visit Vantaa - matkailuverkostoon. Viestinnän tarpeellisuus nousi esiin.

”Kaupungin ensimmäinen markkinointiponnistus olisi saattaa tietoon, että on olemassa Tikkurilan jokiranta, joka kehittyy” (Asiantuntija A, matkailu ja markkinointi).

”Voi viestittää, kun sinne tulee tiettyjä lisätoimintoja, mutta viestitetään koko ajan, että se on jo siellä, se on luontokohde myös” (Asiantuntija E, kasvupalvelut).

Kysyin viestinnän sidosryhmältä, mistä syntyy brändi. Kysymys oli asiantuntijoille kiinnostava ja se herätti syvällisempää pohdintaa. Asiantuntija toi esiin Fiskarsin ruukkikylän, jossa oli juuri käynyt, mutta ei lähtisi uudestaan, koska siellä ei tapahtunut mitään sellaista, joka houkuttelisi lähtemään uudelleen. Keskustelimme Fiskarsin ruukkikylästä, jonka todettiin olevan brändi ja kaunis, kiinnostava paikka sen historiallisen kontekstin johdosta. Siitä on myös muodostunut aito kylä, jossa toimii muotoilijoita ja taiteilijoita.

Viestinnän asiantuntija korosti, että Fiskars luo sellaista henkeä, mitä on vaikea saavuttaa ilman autenttisuutta. Brändin rakentaminen on vaikeaa ja siksi jokirannan brändin tulisi pohjautua olemassa olevaan historiaan, jotta se on juurevaa. Hän totesi, että jo kaupungin maankäytön toimialalla pitäisi alkaa suunnittelemaan brändejä, tehdä tiivistä kaupunkimaista historiaa kunnioittavaa purkamista ja uudisrakentamista sekä liiketiloja säännöllisesti avoinna oleville palveluntarjoajille. Hän nosti esille kysymyksen, mistä brändin ainekset löytyvät. Mikä

olisi itseään kunnioittava tapa rakentaa vantaalaisen palvelukeskittymän brändiä? Asiantuntijat kävivät keskustelua siitä, että ihmiset tekevät sen brändin ja markkinoinnin pitää vastata brändin mielikuvaan.

”Ehkä kaupunkirakenteellisesti brändin viestintäkokonaisuuden luominen tuntuu keinotekoiselta, jos palvelut on ripoteltu hajalleen, se ole aidosti keskittymä. Viestinnällä voidaan aikaansaada myös harhaanjohtavia mielikuvia. Pitäisi olla aidosti yhtenäinen, aito sisältö, mitä siellä tapahtuu. Ja onko siellä jo tarpeeksi katseltavaa, oleskeltavaa, ajanvietettä? Teollinen historia on avainsana, Vernissa ja rautatie, kaupunginmuseo ja Silkkitehdas (1930-luvulta). Se on kaunis vanha punatiilinen rakennus ja miellyttää esteettistä silmää.” (Asiantuntija H, viestintä.)

Asiakassegmentit tulivat myös esille haastatteluissa. Omatoimimatkailijoiden lisäksi jokirannan potentiaalisia asiakkaita ovat kaupunkilaiset, erityisesti Tikkurilan alueen asukkaat. Asukkaat voidaan segmentoida jo olemassa olevien palveluiden ja kunnostettujen toimintojen perusteella seuraaviin: lapsiperheet, seniorit, taiteen ja tieteen kuluttajat, ryhmämatkalaiset ja ulkoilua harrastavat. Monikulttuuriset perheet viettävät aikaa jokirannassa grillaten kesällä. Tämä luo mahdollisuuden monenlaisiin kohtaamisiin. ”Tikkurila on tavallaan ihmisten sulatusuuni, vähän kuin Manhattan New Yorkissa, ihmisiä on joka puolelta maailmaa. Monimuotoisuus on voimavara. Varjopuolella puhutaan juurettomuudesta. Mutta voimmeko me edistää sitä, että ihmiset kohtaavat jokirannassa ja katso- taankin tästä eteenpäin? (Asiantuntija F, kasvupalvelut.)

Esille tuli myös jokirannan palveluntuottajien toive alueen yhteisen markkinoinnin keskittämisestä ja alueen vahvuuksien tunnistamisesta.

”Näkisin että laajennettaisiin yhtenäisyyden kulttuuria, että hahmotettaisiin jokirannan alue kulttuurikeskittymänä ja alettaisiin viestiä siitä joka suunnasta, työryhmän lisäksi, yhtenäisenä alueena” (Asiantuntija B, kulttuuripalvelut).

Viestinnän asiantuntijat (fokusryhmähaastattelu B) olivat kuitenkin yhtä mieltä siitä, ettei alueen yhtenäistä markkinointia ole kannattava aloittaa, ennen kuin alueella on riittävästi palveluita säännöllisesti avoinna. Myös fokusryhmässä B tehtiin sama huomio.

”Mietittäisiin huolella, että mitä kaikkea sinne jokirantaan pitäisi saada, että siitä tulee kiinnostava. Ja miten ne tukevat toisiaan? Panostaisin siihen, että meidän jokirantamme kulttuurillinen tuote on kunnossa; Terve-tuloa mukaan, täällä se on, näin sinne pääsee, tällainen yhteisö yrityksiä ja kulttuuritoimijoita tekevät teille ohjelmaa ympäri vuoden. Sitten siitä on ilo kertoa, kun meillä on vahva ymmärrys siitä, mitä asukkaat, ohikulkijat ja matkailijat tulevat mielellään seuraamaan.” (Asiantuntija E, kasvupalvelut.)

Myös vastakkainen mielipide tuli esille. Ajatusta haluttiin täydentää myös huomiolla, että joillekin asukkaille jokiranta on jo valmis.

”Kaikkihan ei halua valmista ympäristöä, kaikki ei halua odottaa viittä vuotta, koska jos me segmentoimme käyttäjäporukan, siellähän pörrää jo paljon ihmisiä, joille se on valmis maisema. Me koiranulkoiluttajat ollaan tyytyväisiä. Muistetaan myös ne, jotka hakevat rauhaa ja puistoja, se on ainutlaatuinen hiljentymisen paikka. Ja leikkipuisto on valmis paikka monille.” (Asiantuntija F, kasvupalvelut.)

Markkinoinnin sidosryhmässä ehdotettiin, että jokirannan palveluille tehdään oma vantaa.fi – nettisivu, johon palvelut koostetaan. Jokirannan elävöittämissyöryhmässä oli ehdotettu omia brändättyjä nettisivuja, mutta fokusryhmähaastattelussa (B) kävi ilmi, ettei kaupungin markkinoinnilla ole paikallisten sivujen ylläpitämiseen resursseja. ”Alueen omat nettisivut kuulostaa kapealta lähestymistavalta. Tätä on yritetty Variston ja Petikon alueiden yhteismarkkinoinnissa. Pitäisikö olla jo valmiiksi tuttu konsepti, kuten Visit Vantaa? Ettei luoda uutta kanaavaa, jonka markkinointiin menee kaikki paukut. Meillä on muutenkin haasteena esimerkiksi, että miten yritykset löytävät meidän palvelumme.” (Asiantuntija F, kasvupalvelut.) Kaupungin markkinoinnissa on tehty linjaus keskittää palveluiden kokoaminen ja kohdentaa palveluita kohderyhmittäin. Asiantuntija G kertoi, että jokirannan palvelut ovat mukana tässä mallissa.

6.2.4 Jokirannan alueen kehittäminen

Jokirannan alueen kehittämisen teema nosti esille kulttuuripalveluiden ja tapahtumien kehittämisen, tuotantorahan, Lohifestarit, hyvinvointikeskus ja oppimiskampuksen ja wau-elementin. Kulttuurin sidosryhmän edustaja muistutti, ettei

jokirannan kehittäminen ole uusi avaus. Elävöittämissyöryhmä on toiminut jo vuodesta 2020 asti kulttuuripalveluiden vastuulla. Alueen toimijat ovat olleet innolla mukana työryhmässä ja olleet kiitollisia siitä, että heidät on otettu mukaan alueen kehittämiseen:

”Projektin lähti liikkeelle elinvoimaohjelmasta ja kulttuurille tuli vetovastuu. Me järjestämme vuosittain ison tapahtuman, jossa ollaan organisaattori ja tehdään yhteistyötä kaikkien toimijoiden kanssa. Avustuksinkin voidaan tukea. Mutta yhteistyötä tulee buustata edelleen, vaikka kaikki ovatkin jo valmiita tulemaan jokirantaan ”ulos taloistaan.” (Asiantuntija C, kulttuuripalvelut.)

Paikalliset yritykset kaipaavat kaupungin ”hyvän mahdollistamista” eli tapahtumia. Nousi esiin kysymys, voisiko kaupunki tehdä lisää tapahtumia, joilla yritykset voivat paikata koronan jälkeistä kassaa. Lisäksi tapahtumien monipuolisuus ja kansainvälisyys nousi esille.

”Keitä halutaan ottaa huomioon? Ei riitä, että meillä on ne kansainväliset markkinat. Ei voida sillä perustella, että meillä on kansainvälisiä tapahtumia. Ei riitä, että on kansainväliset markkinat, se ei ole omaa ja paikallista”. (Asiantuntija F, kasvupalvelut.)

Kaupungin asiantuntijat toivoivat jokirantaan tanssia, yhteislauluiltoja, kohtaamisia, opastettuja reittejä, liikunnallisia toimintoja ja virallisen uimapaikan. Toin esille jokirannan toimijoiden innovoiman idean Lohifestareista. Se koettiin myönteisenä alueen historiaa, kulttuuria ja pop up – ruokaa tarjoavana tapahtumana. Se olisi myös luonnollinen alusta, jossa esimerkiksi ruokaklusterin toimijat olisivat mukana.

”Lohifestari olisi karnevaali, joka kokoaa laajoja massoja sen ympärille. Siihen pystyisi liittämään myös alueen ulkopuolella olevat ravintolat, sillä saataisiin aika laajalti yritys yhteistyön ideaa myös edistettyä.” (Asiantuntija B, kulttuuripalvelut.)

Markkinoinnin sidosryhmän haastattelussa nostin esiin vaihtoehtoisia rahoitusmalleja ketterien tapahtumien järjestämiseksi. Käytin esimerkkinä Helsingin Tapahtumasäätiön Helsinki-päivän tuotantorahaa, jota yhteisöt voivat hakea 100–4000 euron väliltä tapahtuman tuotantokuluihin. Kaupunki vastaa tapahtuman

kattomarkkinoinnista. (Helsingin kaupunki, 2022.) Tämä koettiin kiinnostavana esimerkkinä.

”Rahoitusmalli on mielenkiintoinen, nyt avustushaku on hidas ja harvoin tapahtuva päätös lautakuntien kautta, ja summat ovat isoja, tällä mallilla tukea voisi myöntää vaikka nopeastikin. Olisi siis kaksitasoinen rahoitus, on isompia, jotka vievät enemmän aikaa, ja sitten näitä nopeita ja pieniä.” (Asiantuntija G, viestintä.)

Pohdintaa herätti matkailun ja kasvupalveluiden sidosryhmässä, millainen olisi pysyvä ja vuodenaikoina muuntuva jokirannan wau-elementti. Tällä tarkoitettiin esimerkiksi Heureka tai uuden saunaravintolan julkisivun elementtiä, joka voisi olla digitaalinen ja liikkeestä muuntuva. Sellainen, joka herättäisi laajan kiinnostuksen ja saisi tulemaan paikalle uudelleenkin. Keskusteluun nousi myös kaupungin valtuustoaloite jokirannan kiinteästä lavasta.

Tarkoitus hyvä, mutta voisiko sen yhdistää Veinin myllyyn sen lavan? Ja tämä lava on otettava yleissuunnitelmassa huomioon. Jokirannan toimenpiteitä voidaan kehittää, vaikka kuinka paljon, pointti ei ole siinä, kuinka paljon niitä keksitään, vaan että ne ovat tarkoituksen mukaisia. Kaupungin on tärkeää selvittää itselleen kehittämisen tavoite.” (Asiantuntija F, kasvupalvelut.)

Kulttuurin ja kasvupalveluiden ryhmähaastattelussa ideoitiin yhteistyötä Tikkurilan jokiniemeen vuonna 2026 valmistuvan uuden oppimiskampus ja hyvinvointikeskus – keskittymän kanssa. Kampus tuo alueelle uusia opiskelijoita, asukkaita ja asiakkaita. Tämä tulee ottaa huomioon jokirannan kehittämisessä. ”Kun uusi Oppimiskampus on lopullisessa muodossaan 2026, alueella liikkuu opiskelijoita ja muita asukkaita, iso kampus on aika lähellä jokirantaa. Rakennetaan jokirannasta niin kiinnostava kohde, että siitä tulee opiskelijoiden suosima alue.” (Asiantuntija E, kasvupalvelut.)

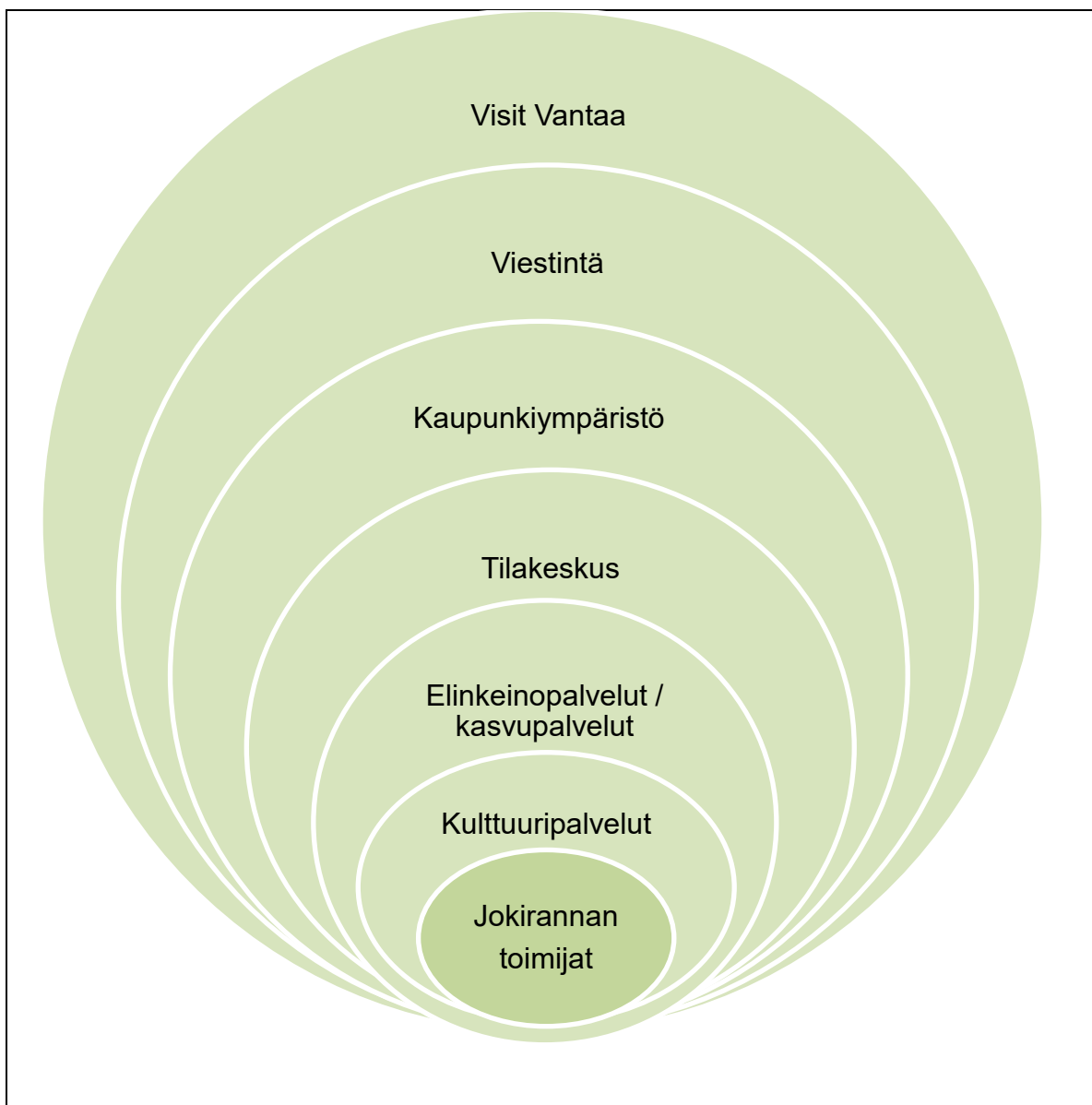
Esiin nousi myös ajatus, voisiko uuden saunaravintolan kokoustilat olla osa opiskelijakampuksen varausjärjestelmää, tai olisiko kunnostettavat Veininmylly ja Villa Söderbo mahdollisesti tulevaisuudessa toiminnallisesti osa kampusta?

6.2.5 Elävöittämissuuryhman täydentäminen

Haastateltavat olivat samaa mieltä siitä, millainen olisi ihanteellinen työryhmä jatkamaan jokirannan alueen kehittämistä. Ideaali työryhmä muodostuu kaupunkiorganisaation sisällä kulttuurin, kasvupalveluiden, kaupunkiympäristön ja tilakeskuksen asiantuntijoista. Kaupungin ulkopuoliset toimijat ovat luonnollisesti jokirannan palveluntuottajat ja yritykset.

”Rohkaisun sana koko projektille, edellyttää onnistuessaan saumatonta yhteistyötä kohti yhteistä tavoitetta. Kannatettava hanke, kaupungin eri toimialat saataisiin toimimaan innokkaasti, joten on tärkeää, että työryhmässä olisi innokkaita yhteen hiileen puhaltajia.” (Asiantuntija E, kasvupalvelut.)

Lisäksi Tikkurilan alueen muut yrittäjät tulee kutsua mukaan tapahtumien suunnitteluun. Ruokaklustereille voidaan järjestää oma työpaja tai tilaisuus, kun tarjolla on sopiva teema kuten ruokatapahtuma jokirannassa. Myös torikauppiasyhdistys mainittiin ulkopuolisista toimijoista. Haastatteluiden analyysin perusteella muodostui näkemys (kuvio 10) kaupunkiorganisaation sisäisistä sidosryhmistä, joiden yhteistyötä vaaditaan kulttuurimatkailun kehittämiseksi Tikkurilan jokirannassa. Jokirannan palveluntuottajat ovat keskiössä palveluiden kehittämisessä ja uloin kehä muodostuu Visit Vantaan tehtävästä markkinoida palveluita matkailijoille. Kulttuurimatkailun elinkeinon kehittämisen vastuu jakautuu kerroksittain kulttuuri-, kasvupalveluiden, Tilakeskuksen, kaupunkiympäristön toimialan ja viestinnän sidosryhmien kesken.



Kuvio 10. Jokirannan kulttuurimatkailun kehittämisen sidosryhmät ja roolit kaupunkiorganisaatiossa

Haastatteluista esille nousseet asiat muodostavat kokonaisuuden, jonka pohjalta on mahdollista tehdä tulkintaa ja johtopäätöksiä kaupunkivetoisen toimintamallin rakentamiseksi. Esittelen toimintamallin kehittämissuhteissa luvussa 7.1.

6.3 Työpajan tulokset

Työpajojen aineistoksi muodostui aivoriihimenetelmällä kerätyt palvelutarjooma (työpajat A ja B) sekä *empatiakartta* (työpaja A) ja *5 bold steps* – työkortit. Seuraavaksi esittelen työpajojen tulokset.

6.3.1 Palvelutarjooma

Tämä alaluku vastaa kysymykseen, mitä palveluita jokirannan alueella on jo tarjolla? Työpajojen A ja B työskentelyn tuloksena rakentui kuva jokirannan toimijoiden palveluiden tasoista; ydin-, lisä- ja tukipalveluista. Nämä muodostavat yhdessä palvelutarjooman. Jaakkolan ym. (2009) mukaan palvelutarjooman arvioinnin avulla voidaan tunnistaa, millaisia kehittämistarpeita palveluihin kohdistuu. Ensimmäisenä tunnistetaan, mitä palveluita todella tarjotaan. Tarjooman kehittämiseen vaikuttaa esimerkiksi asiakkaiden muuttuvat tarpeet, yhteiskunnalliset ilmiöt ja kilpailuasetelma.

Ydinpalvelun määrittely aiheutti pohdintaa teattereiden työpajassa (A). Tanssiteatteri Raatikon edustajat pohtivat ydintuotteen nimeä tanssiteatteriesityksen ja tanssiesityksen välillä, ja päätyivät lopulta tanssiesitykseen. Lisäpalveluksi nimettiin työpajat ja tukipalveluksi kuljetuspalvelu ryhmille. Teatteri Vantaan ydinpalveluksi määriteltiin esitystoiminta, lisäpalveluna ravintolatoiminta ja tukipalveluna lipunmyynti, tekniikka ja henkilökunta. Vernissassa toimivan Tikkurilan Teatterin ydinpalveluksi muodostui teatteritaiteen perusopetus, lisäpalveluksi kahvila Charlotta. Nämä palvelut yhdessä tuottavat kokonaisvaltaisen teatterielämyksen. Tukipalveluna mainittiin toimiva infra, sisältäen Vernissan muut tilat. Bio Grandin ydinpalveluksi muodostui lyhyen pohdinnan jälkeen elokuvat. Lisäpalveluksi nimettiin leffaherkut ja tukipalveluksi lähiteatteri ja ”olohuoneen jatke.”

Yhteisen keskustelun jälkeen pyysin ryhmiä miettimään, sisältääkö ydinpalvelu muita tuotteita tai palveluita. Kymmenen minuutin innostuneen keskustelun jälkeen saimme fläppitaululle täydennystä perusteluineen. Raatikon tuotteet olivat esiintyjät, yhteistuotannot, kiertueteokset sekä vaihtuvat näytökset, joissa on

ajankohtainen teema kuten ilmastonmuutos. Myös asiakassegmenttejä nostettiin tiedostamatta esille: ryhmät, kuluttaja-asiakkaat sekä perheet.

Teatteri Vantaan tuotteet ovat omat tuotannot (lastenesitykset) sekä vierailuesitykset, näytelmät, konsertit, klubi-ilta, pop up – tapahtumat, ystävien jäsenillat ja yhteistyöprojektit. Tikkurilan teatterin tuotteet olivat Meidän Laila – musikaali, Bio Grandin tuotteet ovat lasten elokuvat, kassamagneetit, taide-elokuvat, matineanäytökset ja oopperaelokuvat.

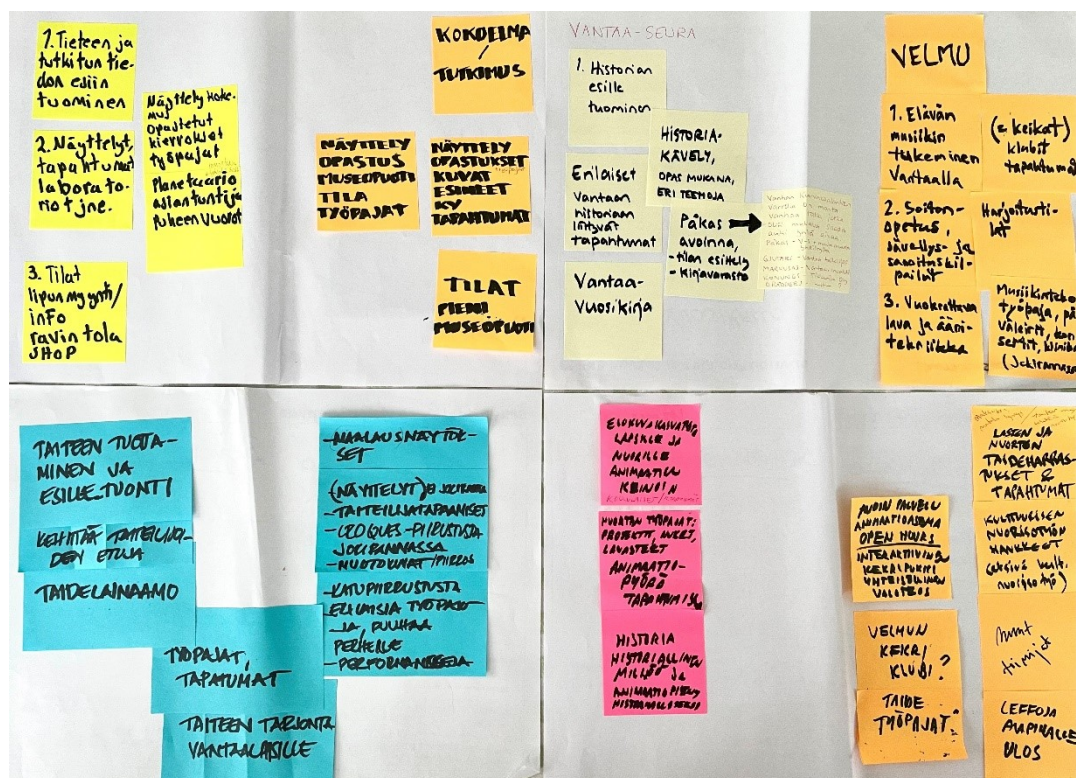
Tämän jälkeen pyysin miettimään, mitkä ydinpalveluista ovat sellaisia, jotka ovat avoimia jokirannan palvelusta kiinnostuneille, eli poistamaan taululta rajatut kohderyhmät kuten esimerkiksi päiväkotij- ja koululaisryhmille suunnatut tai näytökset. Raatikko poisti taululta muihin kaupunkeihin sijoittuvat kiertueetokset ja palvelun nimeltä esiintyjät. Teatteri Vantaa poisti taululta muualle suunnatut pop up – tapahtumat, ystävien jäsenillat ja yhteistyöprojektit. Tikkurilan Teatterin taiteen perusopetus jäi lopulta taululle, koska perusopetus on avointa kaikille siitä kiinnostuneille.



Kuva 2: Jokirannan teattereiden palveluiden tasot ja tuotteet (kuva: Viskari-Perttu, 2022).

Fläppitaululle jäivät jäljelle jokirannan teattereiden palvelutuotteet, jotka ovat avoimia kaikille (kuva 2). Esitän teattereiden palvelutarjoomat koonnissa (kuvio 11).

Muiden jokirannan palveluntuottajien työpajassa (B) muodostui vastaavalla menetelmällä palvelun tasot sekä palvelutarjooma. Palvelun tasot aiheuttivat pohdintaa myös tässä työpajassa. Kaupungin toimijoiden osalta ydinpalvelu muodostui palvelualueen keskeisen tehtävän mukaisesti.



Kuva 3. Työpajan dokumentointia: muiden toimijoiden palveluiden tasot ja tuotteet (kuva: Viskari-Perttu, 2022).

Kuvassa 3 esitän työpajan (B) syntyneen aineiston, joka syntyi samalla aivoriihi-menettelmällä, kuin teattereiden työpajassa (työpaja A). Kaupunginmuseon ja tiedekeskus Heurekan palveluissa on huomattavaa samankaltaisuutta. Kaupun-

ginmuseon ydinpalvelu sisältää kokoelman ja tutkimuksen, Heurekalla taas tieteen ja tutkitun tiedon esille tuomisen. Museon lisäpalveluita ovat näyttelyt, opastukset, museopuoti ja työpajat, tukipalveluna tilat. Tiedekeskus Heurekan lisäpalvelut ovat näyttelyt, tapahtumat, laboratoriot, planetaario, opastetut näyttelykierrokset, työpajat sekä seminaarit (asiantuntijapuheenvuorot). Tukipalveluna on lipunmyynti ja info, Tiederavintola ja Heureka Shop. Tiedekeskus Heurekalla on pitkä perinne vierailukohteena ja nähtävyytenä myös matkailijoille vuodesta 1989 alkaen. Tiedekeskus Heureka on ”monipuolinen elämyskokonaisuus, joka tarjoaa vuorovaikutteisia näyttelyitä, planetaarioelokuvia, tiedeohjelmia ja tapahtumia ympäri vuoden. Heureka jakaa oivaltamisen ilon keskimäärin noin 300 000 kävijän kanssa vuosittain ja kuuluu Suomen suosituimpiin vapaa-ajankeskukseen”. (Tiedekeskus Heureka, n.d.)

Vantaa-seuran ydinpalvelu on historian esille tuominen, lisäpalveluna Vantaan historiaan liittyvät tapahtumat, tukipalveluna Vantaa-vuosikirjan toimittaminen ja julkaisu. Historiakävelyt sijoittuvat post-it lapulla ydinpalvelun ja lisäpalvelun välille. Historiakävely on palvelu, jossa opas johdattaa kävijät vaihtuviin teemoihin niihin liittyvissä ympäristöissä. Historiakävely on mielenkiintoinen ja erittäin suosittu ostettavissa oleva tuote. Tapahtumissa historiakävelyiden paikat varataan usein loppuun nopeasti, esimerkiksi Why so Myrtsi 2020-tapahtumassa.

Vantaa-seuran aineistosta käy ilmi myös mielenkiintoinen toive. Vanhan Kuninkaantien varrella on monia vanhoja taloja, jotka seura toivoo avaavan ovensa samaan aikaan esimerkiksi jokirannan tapahtuman yhteydessä. Perinnetalo Pääkas, taiteilijatalo Gjutars, Vantaan Invalidit ry:n Markusas, Tikkurila Oy:n Konungs sekä Orädderj muodostavat idyllisen käsityöläisalueen Tikkurilan Väri-tehtaan alueella, aivan jokirannan läheisyydessä. Vantaan Elävän Musiikin yhdistys Velmun ydintuote on elävän musiikin tukeminen Vantaalla, joka näkyy keikkoina, konsertteina, klubeina ja tapahtumina. Lisäpalveluina on soitonopetus, työpajat, musaklinikat, päiväleirit, harjoitustilat sekä sävellys ja sanoituskilpailujen järjestäminen. Tukipalveluna on vuokrattava lava, äänitekniikka sekä teknikkopalvelut.

Vantaan taiteilijaseuran ydinpalvelu on taiteen tuottaminen ja esilletuonti. Lisäpalveluna on taidelainaamo ja tukipalveluna seura kehittää taiteilijoiden etuja. Lisäpohdinnan kautta tuotteiksi muodostuivat lisäksi näyttelyt, työpajat ja tapahtumat, kuten maalausnäytökset, taiteilijatapaamiset sekä performanssit. Pohdinnassa tuli ilmi kohderyhmänä perheet ja jokirannan yhteisiin tapahtumiin ohjelmanumerona taiteilijaseuran croques- ja muotokuvapiirustus.

Lastenkulttuurikeskus Pessin ydintuote on lastenkulttuuripalvelu ja lastenkulttuurikeskukset. Palvelu sisältää näyttelyitä, työpajoja ja esityksiä sekä vapaa-ajan toimintaa. Selkeitä lisä- ja tukipalveluita on vaikea määritellä, koska toiminta on julkista ja lakisääteistä. Lastenkulttuurikeskuksella on kuitenkin tuotetistettuja palveluita, kuten uusi Lastenkulttuurikeskus Pyykkitupa, jonka tila on remontoitu Hakunilan Håkansböle-kartanon vanhasta pyykkituparakennuksesta. Lasten Pyykkituvalla on oma maskotti, pyykkituvan lepakkopehmolelu Chiro. (Vantaan kaupunki, 2022b.)

Kulttuuritehdas Vernissan ydintuote on lasten ja nuorten taideharrastusten ja tapahtumien mahdollistaminen. Lisäpalveluna on kulttuurisen nuorisotyön hankkeet (etsivä ja kulttuurinen nuorisotyö) ja tukipalveluna tilojen vuokraus muille toimijoille. Tilojen vuokraus mahdollistaa myös laajemman tapahtumatuotannon muille kohderyhmille. Vernissassa toimivan animaatiostudion ydinpalvelu on lasten ja nuorten elokuvakasvatus animaation keinoin. Toiminta on suunnattu koululaisille ja kaupungin nuorten työpajojen asiakkaille. Iltatoiminta on kaikille nuorille avointa.

Vernissan lisä- ja tukipalveluna on nuorten työpajat, projektit, animaationuket ja lavasteet sekä liikkuva animaatiostudio-polkupyörä, joko on kätevä tapa kuvata animaatioita tapahtumissa. Syntyi ajatus, että jokirannassa animaatiolavaste voisi mukailia jokirannan historiaa ja myös animaatiostudion kiinteän toimintapisteen miljööön voisi muuntaa ja tarinallistaa enemmän Vernissan historiaa mukailevaksi. Esitän yhteenvedona Tikkurilan jokirannan palvelutarjooman seuraavassa kuviossa (11).



Kaupunginmuseo

- Kokoelma ja tutkimus
- Näyttelyopastus, työpajat, museopuoti, tapahtumat**
- tila, kuvat, esineistö



Bio Grand

- Elokuvat:** kassamangneetit, lasten elokuvat, taide-elokuvat, Matinea- elokuvat ja oopperat
- leffaherkut
- Olohuoneen jatke, lähiteatteri**



Tikkurilan teatteri

- Teatteri- ja taiteen perusopetus
- Taiteen perusopetus 7 - 18 - vuotiaat
- Teatteri, sirkus ja lyhytkurssit
- Teatteriesitys, tilat ja kahvila: kokonaisvaltainen teatterielämys**



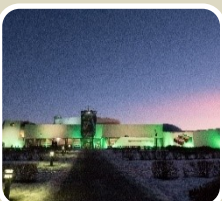
Animaatiotyöpaja

- elokuvakasvatusta lapsille ja nuorille animaation keinoin (koululaiset / iltaryhmät)
- nuorten työpajat, projektit, nuket, lavasteet, animaatiopyörä tapahtumissa
- Historiallinen miljöö ja animaatiopisteen muokkaaminen historialliseksi
- avoin palvelu, open hours, yhteisölliset valoteokset, ulkoilmaleffoja alapihalle**



Vantaan Taiteilijaseura

- Taiteen tuottaminen ja esilletuonti
- taiteilijoiden etujen kehittämien
- Taidelainaamo**
- Työpajat**
- Tapahtumat, näytökset, taiteiljatapaamiset, performanssit**



Tiedekeskus Heureka

- Tieteen ja tutkitun tiedon esiin tuominen
- Näyttelyt, tapahtumat, laboratoriot, työpajat, kierrokset, seminaarit, tilat, Tiederavintola ja Shop**
- lipunmyynti & info



Vantaa-seura

- Historian esille tuominen
- teemoitetut opastetut historiakävelyt**
- Historiaan liittyvät tapahtumat** kuten Helsingan Keskiaikapäivä
- Vantaa - vuosikirja



Vantaan elävän musiikin yhdistys Velmu ry

- Elävän musiikin tukeminen Vantaalla: **keikat, klubit, tapahtumat**
- Soitonopetus, sävellys ja sanoituskilpailut, harjoitustilat
- Vuokrattava lava ja äänitekniikka
- työpajat, päiväleirit, konsertit, klinikat



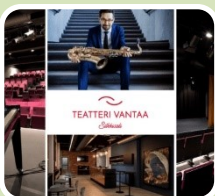
Kulttuuritehdas Vernissa

- Lasten ja nuorten taideharrastukset **ja tapahtumat**
- Kulttuurisen nuorisotyön hankkeet (etsivä ja kulttuurinen nuorisotyö)
- Tilojen vuokraus muille toimijoille
- **taidetyöpajat ja avoin toiminta**



Tanssiteatteri Raatikko

- Tanssiesitykset koko perheelle**
- Yhdessä viihtyminen ja tekeminen**
- Ryhmä- ja kuluttaja-asiakkaat
- Ajankohtaisuus yhdistettynä kohderyhmään, kuten ilmastonmuutos
- Työpajat ja kuljetukset ryhmille



Teatteri Vantaa

- Esitystoiminta: vierailuesitykset, konsertit, näytelmät**
- omat tuotannot**, pientuotannot ja lastenesitykset
- Klubi-illat**
- Ravintolapalvelut**, lipunmyynti, tekniikka, henkilökunta



Lastenkulttuurikeskus Pessi

- Lastenkulttuuripalvelu
- Lasten kulttuurikeskukset
- Vapaa-ajan toiminta
- Näyttelyt, työpajat, esitykset**

Kuvio 11. Tikkurilan jokirannan kaikille avoimet palvelut ja tuotteet.

Tummennetulla tekstillä kirjoitetut palvelut nostan jokirannan palvelukonseptiin palvelutarjoomaan (liite 7). Palvelutarjooma sisältää palveluita ja tuotteita, jotka ovat kaikkien kaupunkilaisten ja matkailijoiden saatavilla.

6.3.2 Empatiakartta ja palvelun arvo

Tämä alaluku vastaa kysymykseen, millainen on asiakkaalle muodostuva palvelunarvo. Empatiakartan (liite 5) avulla tutkin jokirannan teattereiden osallistujien (työpaja A) asiakasymmärrystä sekä palvelun arvon muodostumista. Analysoinnin ja tulkinnan tulokset esitän kuviossa 12. *Empatiakartalla* keskellä olevat persoonat syntyivät palveluntuottajien olemassa olevasta asiakasymmärryksestä. Kartalle muodostui neljän asiakaspersoonan demografiset tekijät, elämään vaikuttavat positiiviset ja negatiiviset trendit, olemassa olevat mahdollisuudet ja pelot sekä toiveet. (Design better business, n.d.)

Jokainen teatteri työsti oman empatiakartan toisten tuloksista tietämättä. Kävimme yhdessä tulokset sanallisesti läpi. Persooniksi muodostui neljä naisihmistä; kaksi työikäistä (Tanssiteatteri Raatikko ja Teatteri Vantaa) ja kaksi samanikäistä eläkeläistä (Tikkurilan teatteri ja Bio Grand). Tulos yllätti ja hieman huvittikin jälkimmäisten teattereiden edustajia. Tuloksessa on nähtävissä, että ensimmäinen mielikuva asiakkaasta on seniori-ikäinen, vaikka palvelutarjooma on suunnattu kaikenikäisille.

Kaikkia persoonia yhdistää huoli maailmanpoliittisesta tilanteesta. Ukrainan sodasta johtuva pelko ja hintojen nousu, koronatilanne sekä ilmastokriisi näkyivät kaikissa vastauksissa. Eläkeläisillä on myös huoli yksinäisyydestä, terveydestä ja taloudesta. Työikäisillä huolta aiheuttaa elämäntilanteen aiheuttama kiire lastenhoidon ja työn parissa. Mahdollisuuksina työikäisillä oli kuitenkin koronatilanteen helpottuminen, perheenisäys, mahdollinen työssä eteneminen, palkankorotus kunta-alan lakon vuoksi, lisääntynyt vapaa-aika ja matkustamisen helpottuminen. Eläkeläisillä iloa elämään tuottivat aktiivinen ystäväpiiri, lisäaika harrastuksille ja lapsenlapsille sekä ystäville ja terveys.

Tämän jälkeen jokainen teatteri kirjasi persoonalle vielä toiveen, joka liittyy teatterin tarjoamaan palveluun. Toiveiksi nousivat laatu, edullisuus, ilo, pysyvyys, yhdessäolo, tunne-elämykset, piristys, ja sisältöä elämään. Kirjasin persoonien toiveet fläppitaululle ja esitin kysymyksen (muotoiluajurin): Miten asiakkaiden toiveisiin vastataan palveluiden kehittämisessä? Tiedostamaton kysymys on: mitä arvoa toiminta voi tarjota asiakkaalle? Kuviossa 12 esitän asiakasprofiilit ja jokaiselle neljälle asiakkaalle muodostuvan palvelun arvon.

Kysymyksen pohjalta keskustelimme jokaisen teatterin kanssa ja kirjasin pohdinat fläppitaululle. Tanssiteatteri Raatikon ideana mukavaan tekemiseen perheenkassa muodostui tapahtumien kokonaisuus, kuten Halloween-tapahtuma. Teatteri Vantaan palveluksi vastauksena työikäisten tunne-elämysten ja pysyvyyden toiveeseen muodostui palvelupaketti, joka sisältää kokoustilojen vuokran sekä teatteriesityksen. Lisäksi Teatteri Vantaa voisi järjestää taiteilijatapaamisia yleisölle.

Bio Grand on pohtinut erilaisten yhteisöllisten tapaamisten teemailtoja, joka tuli vastauksena esiin yhdessä olemisen ja aktiivisuuden toiveeseen. Myös olohuoneen merkitys tuli esille. Tikkurilan Teatteri muodosti palvelupaketin, joka sisältää teatteriesityksen lisäksi kuljetuksen ja tarjoilun kahvilassa. Kokonaiselämys oli keskeistä. Muotoiluajurin kautta muodostui palvelun tuottama arvo asiakkaan näkökulmasta (Design Better Business, n.d.).

Empatiakartan avulla kerätyn aineiston analyysin tuloksena muodostui jokirannan teattereiden asiakasprofiileja, palvelutuotteita sekä asiakkaan kokema palvelun arvo, jotka olen koostanut kuvioon 12.

Laura Hakulinen, sairaanhoitaja 42v.
naimisissa (1 lapsi, puoliso ja kani)

Taloudellisen tilanteen epävarmuus,
Ukrainen sota, hintojen nousu
Puoliso voi jäädä työttömäksi
Huoli lapsesta, "huono äiti"
Lastenhoito ja kiire työelämässä

Varma työpaikka, koronatilanne
helpottuu. Palkankorotus (lakko)
Perheellisäys, terveys säilyy
Enemmän vapaa-aikaa, matkustaminen

**ARVO: Mukavaa tekemistä perheen
kanssa**

**Laadukasta ja edulliseen hintaan
Tasapainosta elämää**

TANSSITEATTERI RAATIKKO

**Tapahtumien kokonaisuus kuten
Halloween - tapahtuma.**

Vilma Virtanen eläkeläinen 67 v.
juuri eläköitynyt

Epävakaa maailmantilanne
Työyhteisön katoaminen
Terveys

Lisääntynyt vapaa-aika (uhka ja
mahdollisuus)

Lisää aikaa harrastuksille ja
yhteiselle tekemiselle lastenlasten
kanssa

**ARVO: Terveys, yhdessäolo,
aktiivisuus**

**Irtiottoa, laaja tarjonta,
viihtyisyys/siisteys**

BIO GRAND

**Yhteisölliset tapaamiset esim.
leffakerho**

Marjatta Marjamäki eläkeläinen 67v.
asuu Tikkurilassa

Maailmantilanne: sota ja korona
Ajoittainen tekemisen puute
Terveys, talous ja yksinäisyys
Koronatilanteen helpottuminen
(rajoitusten poistuminen)

Hiukan säästöjä, varaa kuluttaa
Aktiivinen ystäväporukka, paljon
vapaa-aikaa
Virikkeellisiä eläkepäiviä
Erlaisia aktiviteetteja ja elämyksiä

**ARVO: Piristystä, elämyksiä, olla
osa yhteisöä, sisältää elämään**

TIKKURILAN TEATTERI

**Palvelupaketti: kuljetus, tarjoilu ja
esitys**

Irma Heikkinen, kanslisti, 53
naimisissa, 3 lasta

Korona, sota, ympäristö
Kiire, stressi, lomautuksen pelko
Pelko sodasta ja huoli ilmastosta
lasten puolesta, hintojen
kallistuminen

Kevätreissu etelään, yhteisöllisyys,
Yleneminen, palkankorotus
Kesäloma, lapsenlapset, 10 kilon
laihduuttaminen

**ARVO: Toivoa, iloa, tunne-
elämyksiä, yhteisöllisyyttä,
pysyvyyttä**

TEATTERI VANTAA

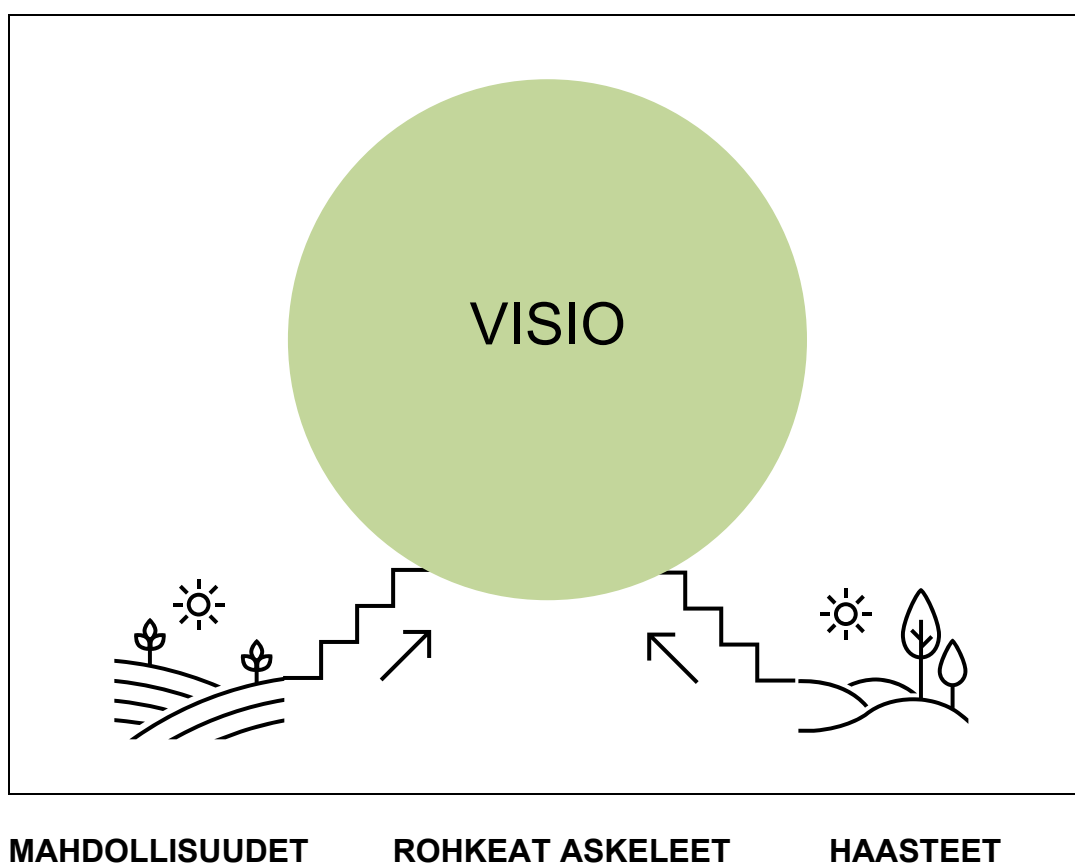
**Taiteilijataapaamiset
Palvelupaketti: Seminaarit ja
kokoukset + teatteriesitys**

Kuvio 12. Asiakaspersoonan demografiset tekijät, pelot ja huolet, mahdollisuudet ja ilot sekä toiveet, joiden pohjalta muodostuivat uudet palvelut.

Menetelmänä *empatiakartta* lisää ymmärrystä asiakkaan tarpeista ja toiveista, jota voidaan hyödyntää palvelun kehittämisessä ja kohdentamisessa myös uusille asiakkaille.

6.3.3 Visio, mahdollisuudet ja haasteet

Palvelumuotoilun *5 bold steps* – menetelmän tulokset tuovat esiin vastauksia kysymykseen, millaisia ovat jokirannan toimijoiden näkemät haasteet, mahdollisuudet ja visio Tikkurilan jokirannan palveluiden kehittämisessä kaupunkilaisille ja matkailijalle? Tätä menetelmää sovelsin työpajassa B.



Kuvio 13. Rohkeat askeleet – kartta

Haasteiden, mahdollisuuksien ja vision lisäksi työkorttiin kirjattiin viisi toiminnan askelta, jotka vievät kohti yhdessä määritellyä visiota. Jokainen toimija (työpajassa B) kulttuuritehdas Vernissaa lukuun ottamatta täytti oman kartan parityönä toisen toimijan kanssa. Vernissan karttaa täyttivät yhdessä kulttuurisen nuorisotyön edustaja ja animaatiostudion edustaja. Aineistoksi muodostui kuusi A3 –

karttaa sekä muistiinpanoni keskustelusta. Esitän koostetun aineiston taulukoissa 2–5.

Taulukko 2. Tiedekeskus Heurekan ja kaupunginmuseon 5 bold steps – kartalle nousseet tiedot.

Mahdollisuudet	Heurekan ja kaupunginmuseon Rohkeat askeleet	Haasteet
<ul style="list-style-type: none"> •Tunnetaan toistemme toimintaa paremmin, synergia ja laadukas asiakaspalvelu ja palveluiden paketointi (kokonaiskokemus) • esim. <i>Kiva kulttuuripäivä Tikkurilassa</i>, jossa mukana Hotelli Vantaa ja ravintoloita •benchmarking: mitä haetaan? • yrittäjät, yhdistykset, asukkaat ja kaupunki mukaan: asukaslähtöisyys, asiakastutkimus, selvitys ja kartoitus tarpeista. • näkyvyys • monipuolinen yhteistyö • tavoitetaan uusia yleisöä • lisärahoitus, jos mahdollista, esim. tuotantorahoituksen kautta 	<ul style="list-style-type: none"> •Palveluiden paketointi •Vetäjä + resurssointi •tapahtumasisältöjen uudelleen miettiminen •jalkautuminen sisätiloista ulos <p style="text-align: center;">•VISIO!</p> <ul style="list-style-type: none"> •Tulevaisuuden elämyskeidas •useiden toimijoiden alusta tavoittaa yleisöä 	<ul style="list-style-type: none"> •Nykyiset kaupungin brändilinjaukset: saadaanko tarpeeksi erottuvaa ja vetovoimaista (markkinointia) •Päällekkäiset tapahtumat: jonkinlainen tapahtumien kokonaisuussuunnittelu; verkosto, tiedotuskanavat •jonkun pitää vetää kokonaisuutta: nimetty ihminen (vastuunjako) •Raha, resurssit, työntekijät! •Aikataulujen sovittaminen muiden toimijoiden kanssa •sisältöjen sovittaminen teemoihin, Heureka toimii vahvasti tiede edellä •koordinointi ja toimijoiden välinen viestintä

Heureka ja kaupunginmuseo asettivat yhteiseksi visioksi: Tulevaisuuden elämyskeidas; useiden toimijoiden yhteinen alusta tavoittaa yleisöä. Mahdollisuuksina tunnistettiin synergiaetu, laadukas asiakaspalvelu ja palveluiden paketointi. Tämä edellyttää sitä, että muiden palveluita tunnetaan paremmin. Hotelli Vantaa mainittiin yhtenä tapahtumakumppanina. Yhteistyö tapahtuisi yrittäjien, yhdistysten, asukkaiden ja kaupungin kanssa. Monipuolisen yhteistyön lisäksi visio mahdollistaisi toimijoiden ja palveluiden näkyvyyden ja monipuolisuuden. Lisärahoitus, esimerkkinä tuotantoraha, mahdollistaisi kehittämistä.

Haasteina nousivat esiin nykyiset kaupungin brändilinjaukset, jotka ohjaavat markkinointia. Saadaanko niiden puitteissa tarpeeksi erottuvaa ja vetovoimaista markkinointia? Tällä hetkellä toimijoiden tapahtumat voivat olla päällekkäisiä ja tarvittaisiin kokonaissuunnittelua ja yhteinen tiedotuskanava. Haasteena nähtiin myös resurssien (rahan ja henkilökunnan) puute, aikataulujen sovittaminen, yhteisten teemojen sovittaminen yhteisiin tapahtumiin ja markkinointiin sekä koordinaatio ja toimijoiden välinen viestintä.

Näiden mahdollisuuksien ja haasteiden keskeltä viisi otettavaa rohkeaa askelta kohti visiota ovat: Palveluiden paketointi, yhteinen koordinaattori, tapahtumasisältöjen uudelleen miettiminen ja jalkautuminen sisätiloista ulos jokirantaan. Kaupunginmuseo nosti myös yhteiseen keskusteluun tärkeän kysymyksen, miten jatkamme yhteistä suunnittelua ja mikä on se yhteinen alusta, jolla toimijat tiedottavat toisiaan. Tähän muut toimijat eivät osanneet heti vastata, joten ehdotin että jatkamme yhteistä suunnittelua elävöittämissyöryryhmässä kesällä ja ensimmäinen yhteinen palvelualusta voisi olla Vantaan tapahtumakalenteri, johon viestinä perustaisi oman Tikkurilan jokiranta – teeman. Ajatusta kannatettiin, koska se helpottaa asiakaspalvelua tilanteissa, kun asiakkaat kysyvät kaupunginmuseon infossa, mitä muuta jokirannan alueella tapahtuu ja millaisia palveluita on avoinna.

Taulukko 3. Vantaa-seuran 5 bold steps – kartalle nousseet tiedot.

Mahdollisuudet	Vantaa-seuran rohkeat askeleet	Haasteet
<ul style="list-style-type: none"> • visio tukee Vantaa-seuran tavoitteita • viso lisää yhteisöllisyyttä ja asukkaiden hyvinvointia • tuotantoraha olisi kevyt hakea, ei välttämättä kovin suuri summa, myös kevyt tilittää 	<ul style="list-style-type: none"> •Historiakävelyiden konseptointi •Påkas-perinnetalon avoimet ovet •eMuseo-palvelun tuottaminen alueelle, ei samanlainen "seinätön muso" (paikkana Påkas?) •Kohderyhmien laajentaminen <p style="text-align: center;"> •VISIO! •Jokirannan kulttuurikeskittymän elävöittäminen </p>	<ul style="list-style-type: none"> •Resurssipula, tekijöitä on vähän •palvelu (opastus) vaikeampi toteuttaa pimeällä ja talvella (ei voida olla "aina auki") •Resurssit / raha, kuka maksaa oppaan palkkion ja muut kulut? (esim. tuotantoraha) •toimijoiden välinen yhteistyö, miten saadaan sujuvaksi, tarvitaan oma tuottaja •miten markkinoidaan yhdessä?

Vantaa-seuran visio on jokirannan kulttuurikeskittymän elävöittäminen. Visio tukee seuran tavoitetta sekä lisää yhteisöllisyyttä ja asukkaiden hyvinvointia. Tuotantoraha olisi kevyt tapa hakea, ja tämä voisi mahdollistaa myös pienempien summien nopeamman hakemisen. Haasteina mainittiin resurssipula, vuodenajan vaihtelut historiakävelyihin, toimijoiden välisen yhteistyön sujuvaksi tekeminen ja markkinoinnin haaste, erityisesti se miten markkinoidaan yhdessä? Haasteissa ilmenee myös tarve alueen omaan tuottajaan. Rohkeat askeleet ovat historiakävelyiden konseptointi, Påkas-perinnetalon avoimet ovet, eMuseo-palvelun tuottaminen alueelle sekä kohderyhmien laajentaminen.

Vantaa-Seura on tehnyt ensimmäiset eMuseo-reitit Kirkonkylään. Osa reiteistä on käännetty ruotsiksi. Se on nettisivusto ja mobiilisovelluspalvelu, jonne on luotu erilaisia reittejä kulttuuriympäristöihin ja paikallismuseoihin. Opas on käytettävissä kännykällä, tabletilla tai tietokoneella ja sen avulla voi tutustua kulttuurikohteeseen joko kotisohvalta tai paikan päällä kohteessa. (eMuseo, 2022.)

Taiteilijaseuran visio oli Taiteilijatalo Gjutars & jokiranta. Gjutarsin taiteilijatalo sijaitsee Värитеhtaan alueen vieressä n. 600 metriä kulttuuritehdas Vernissasta. Myös kotiseututalo Pákas sijaitsee läheisellä tontilla. Myös Taiteilijaseura tunnistaa vastaavanlaisia mahdollisuuksia visiossa. Se mahdollistaa näkyvyyttä, uusia kävijöitä ja laajempaa vuorovaikutusta seuralle ja gallerioille. Gjutarsin lisäksi taiteilijaseuralla on näyttelytila Galleria K. Tikkurilan keskustassa Asematiellä.

Haasteina nousivat esiin kulttuurimatkailun kehittämisen edellytyksenä oleva ympärivuotisuus. Seuralla on vain yksi palkattu työntekijä, joka ei riitä siihen, että ollaan säännöllisesti avoinna. Tällä hetkellä työntekijä ja taiteilijaseuran vaihtuvan teosnäyttelyn kuvataiteilija vastaavat yhdessä vuoroin näyttelyn auki pitämisestä. Taiteilijaseuran toiminnan askeleet kohti visiota ovat hyvin konkreettisia ja pohdittuja. Näyttelytarjonnan lisäksi on mahdollista järjestää taiteilijataapaamisia, näytöksiä, performanssitaidetta ja erilaiset piirrustustekniikoiden työpajoja jokirantaan ja katutaiteilijamyyntiin.

Taulukossa 4 esitän taiteilijaseuran ja Lastenkulttuurikeskus Pessin mahdollisuudet, haasteet ja rohkeat askeleet.

Taulukko 4. Taiteilijaseuran ja Lastenkulttuurikeskus Pessin 5 bold steps – kartalle nousseet tiedot.

Mahdollisuudet	Taiteilijaseuran ja lastenkulttuurin Rohkeat askeleet	Haasteet
<ul style="list-style-type: none"> •Mahdollistaa näkyvyyttä seuralle ja gallerioille •uusia kävijöitä ja asiakkaita •tapaamisia, keskusteluita •vuorovaikutusta •"Jokiranta - täppä" kaupungin tapahtumakalenteriin on hyvä idea! •tuotantoraha olisi haettavissa, mahdollistaisivat myös muiden kuin kaupungin osallistumisen •tuottajaresurssi pitää olla tähän 	<ul style="list-style-type: none"> •Näyttelytarjonta •taiteilijatapaamiset •näytökset taiteen tekemisestä •performanssitaideita ja croquispiirrustusta jokirantaan •muotokuvapiirrustusta katutaiteilijamyyntiin •katumaalasta , piirrustusta ja työpajoja •monitaiteiset taidepajaprojektit jokirantaan (tarina, performanssi, toiminnalliset pisteet •Perhelauantait - avointa näyttely ym. toimintaa •esityksiä, konsertteja, kesäleirit •valotapahtuma sopii hyvin syksyyn, kirjallisuustapahtuma sopisi vuodenaikaan <p style="text-align: center;">•VISIO</p> <ul style="list-style-type: none"> •Tikkurilan jokirannan tapahtumat (kuten Kekrijuhla 2022) •Gjuters & jokiranta 	<ul style="list-style-type: none"> •Pienet resurssit ja vain yksi palkattu työntekijä, kuka järjestää (tapahtumia, ohjelmaa)? •Ei voida olla "avoinna" ympärivuotisesti näillä resursseilla. Tarvitaan tuottaja ja budjetti! •Resurssit (omassa tuotantobudjetissa otettava huomioon) •avoimet tilat vaativat myös henkilökuntaresursseja •marraskuussa voi olla vaikea tehdä ulkotapahtumia (Kekrijuhla 2022)

Lastenkulttuurikeskus Pessin visio on jokirannan yhteiset tapahtumat, kuten Kekrijuhla 2022. Yhteinen tapahtumakalenteri ja tuotantoraha saivat kannatusta. Tuotantoraha mahdollistaisi kaupungin ulkopuolisten yhdistysten osallistumisen yhteisiin tapahtumiin. Yhteinen tuottaja, budjetti ja henkilökuntaresursseja toimintaan tarvitaan, jotta visio voisi mahdollistua. Rohkeina askelina nähtiin Perhelauantait – konsepti, joka tarjoaa avointa näyttely- ym. toimintaa, esityksiä ja konsertteja. Valotapahtuma sopii hyvin syksyyn, kirjallisuustapahtuma sopisi

myös syksyiseen vuodenaikaan. Myös Vernissan visio oli mielenkiintoinen; Maailman paras nuorten kulttuuritehdas. Mahdollisuuksia ovat säännölliset yhteiset tapahtumat keväisin ja syksyisin. Työntekijäresurssit ovat haasteena myös Vernissassa. Rohkeina askelina nähdäänkin oman kulttuurituottajan palkkaaminen Vernissaan, joka voisi mahdollistaa vakituisen tarjonnan ja aukioloajat. Myös Vernissan kahvila Charlottan tulisi olla auki laajemmin.

Velmun visio on työnimenään Tikkurilan ”Alppipuisto” – festivaalit ja mahdollisesti laajempikin toiminta alueella. Mahdollisuus on uuden puistokesäolohuoneen avaaminen Vantaalle kesäkaudella, talvikaudella voidaan hyödyntää kattuja tiloja Vernissan alueella. Velmun vahvuus on Vantaan laaja tuntemus musiikkikulttuurista ja sen hyödyntäminen. Haasteena festivaalipuiston toteuttamiselle ovat fasilitetit: kiinteät vessat, sähköt ja muu tapahtumainfra sekä taloudelliset, henkilöstö- ja aikataululliset lisäresurssit mahdollistaisivat vision.

Taulukko 5. Vernissan ja Velmun 5 bold steps – kartalle nousseet tiedot.

Mahdollisuudet	Vernissan ja Velmun Rohkeat askeleet	Haasteet
<ul style="list-style-type: none"> •Säännölliset tapahtumat syksy / kevät •Uusi kesäolohuone Vantaalle (talvikäyttöön myös katettuja puitteita Vernissan alueella) •Laaja tuntemus musiikkikulttuurista Vantaalla ja sen hyödyntäminen (velmu) 	<ul style="list-style-type: none"> •Kahvila Charlotta auki laajemmin •Oma kulttuurituottaja Vernissaan •Vakituiset aukioloajat •Vernissan VISIO! Maailman paras nuorten kulttuuritehdas •***** •Jokirannan oma tuottaja •Piknik-konsertit •Säännölliset musatyöpajat •Mahdolliset tulevan kiinteän lavan "haltuunotto" •Kaupungin ja Velmun "suomi-Areena" - paneeliohjelma ja toimialojen esittely jokirannan lavalla •Velmun VISIO! Tikkurilan "Alppipuisto" - festivaalit ja mahdollisesti laajempikin toiminta 	<ul style="list-style-type: none"> •Työntekijöiden riittävyys •Fasilitteetit: tarvitaan kiinteät vessat, sähköt jne. infrastruktuuri •taloudelliset, henkilöstö ja aikataululliset serurssit

Kaikissa viidessä kartassa toistuu merkittävimpänä haasteena resurssien puute. Jokirannan palveluiden ja tapahtumien kehittämiseen tarvitaan toimijakohtaisia resursseja; henkilökuntaa, budjettia ja aikataulullisia resursseja. Yhteinen koordinaattori tai tuottaja tarvitaan koostamaan alueen yhteisiä palveluita ja tapahtumia, hoitamaan toimijoiden välistä sisästä viestintää sekä olemaan yhteyshenkilö kaupungin markkinointiin ja Visit Vantaan suuntaan. Lisäksi kulttuuritehdas Vernissa hyötyisi omasta kulttuurituottajasta. Markkinointi ja yhteinen markkinointikanava tarvitaan, jotta palveluntuottajat saavat tietoa alueen palveluista, yhteistyömahdollisuuksista ja päällekkäisyyksiltä vältytään.

Mahdollisuuksia on useita. Aineistossa mainitaan uuden yleisön saavuttaminen sekä näkyvyyden, yhteisöllisyyden ja asukkaiden hyvinvoinnin lisääminen. Ideoita ovat kesäolohuone, historiakävely – konseptit, jokirannan taidetyöpajat ja erilaiset tapahtumat yhdessä, mutta myös palveluntuottajien omana toimintana. Rohkeat askeleet eli toimenpiteet ovat: Palveluiden paketointi ja tapahtumasisältöjen pohtiminen yhdessä, historiakävelyiden ja eMuseo-palvelun konseptointi, monitaiteiset taidetyöpajat ja tapahtumat, Perhelauantait, Vernissan vakituiset aukioloajat ja säännöllinen tarjonta sekä piknik-konsertit ja puistofestivaalit. Toimenpiteet on mahdollista toteuttaa, kun resurssointi on kunnossa.

6.4 Yhteenveto tuloksista

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, miten toteutetaan kaupunkivetoinen toimintamalli ja jokirannan palvelukonsepti Tikkurilan jokirannan kokonaisvaltaiseksi kehittämiseksi.

Ensimmäinen alakysymys oli, mitä toimenpiteitä elävöittämissyöryryhmässä on jo tehty. Esitutkimuksen tuloksina selvisi, että jokirannan palveluntuottajat olivat ideoineet uusia yhteistapahtumia sekä pohtineet, millaisia palveluita he voisivat yhdessä tuottaa. Alueelle oli ideoitu uusia opasteita, jotka Ramboll Finland Oy tulee toteuttamaan. Jokirannan palveluntuottajat tarvitsevat kaupungilta lisäresursseja sekä yhteisen linjauksen ja päätöksiä siitä, miten alueen kehittämistä tuetaan kaupunkivetoisesti. Alueen palveluiden paketointi ja yhteismarkkinointi nousi vahvasti esille. Saamani lisäselvitysten perusteella selvisi, että Tikkurilantien tyhjänä olevat kaupungin omistavat tilat Veininmylly ja Villa Söderbo myydään yksityisille, ja niihin on mahdollista sijoittaa esimerkiksi ravintola- ja majoitustoimintaa. Saunaravintola on suunnitteilla ja arvioitu valmistumisajankohta on vuonna 2025.

Toinen alakysymys oli, mitä asioita toimintamallin kehittämisessä on huomioitava. Kaupunkivetoisen toimintamallin kehittämisessä on huomioitava toimialojen välisen yhteistyön syventäminen. Kulttuurimatkailun elinkeinon kehittämisen

vastuu jakautuu kulttuuri- ja kasvupalveluiden, Tilakeskuksen ja kaupunkiympäristön toimialalle. Kaupungin viestintä kokoaa palveluita Vantaa.fi-sivulla ja kaupunkikulttuuritoimialan viestintä tiedottaa alueen tapahtumista. Visit Vantaa aloittaa jokirannan elämyskeitaan markkinoinnin siinä vaiheessa, kun alueella on säännöllisesti auki olevia palveluita, joita voidaan markkinoida myös matkailijoille. Palveluiden markkinointiin kiinnitetään huomiota jokirannan palvelukeskitymänä. Elävöittämissyöryhmää täydennetään elinkeinopalveluiden jäsenellä sekä lisätään yritys yhteistyötä. Erilaisia rahoitusmalleja tulee tutkia kulttuurimatkailun kehittämisen tueksi. Lisäksi Tikkurilan alueen muut yrittäjät tulee kutsua mukaan tapahtumien suunnitteluun. Ruokaklustereille voidaan järjestää oma työpaja tai tilaisuus, kun tarjolla on sopiva teema kuten ruokatapahtuma jokirannassa. Myös torikauppiasyhdistyksen kanssa tulee kehittää yhteistyötä.

Kolmas kysymys oli, mitä asioita palveluiden kehittämisessä on huomioitava? Tarkastelin, mitä palveluita jokirannassa on jo tarjolla. Jokirannan palvelutarjooma on monipuolinen. Tarjolla on teatteri- ja elokuvanäytöksiä, konsertteja, klubeja, näyttelyitä, työpajoja, festivaaleja, opastuksia sekä ravintola- ja kahvila-palveluita. Teatterit ovat profiloituneet eivätkä muodosta kilpailijasuhdetta toisiinsa. Synergiaetu on huomattava teatteriesitysten markkinoinnissa.

Silkkitehtaan teattereilla on vetovoimainen uusi teatteritila, ravintola ja terassi Silkkitehtaan urbaanissa tehdasmiljöössä. Teatteri Vantaa on jo tuotteistanut palveluita ja tavoitteena on paketoita erilaisia tiloja ja esityksiä sekä ravintolapalveluita yhdistäviä tuotteita. Tanssiteatteri Raatikon esitykset on suunnattu koko perheelle ja tavoitteena on paketoita esitysten ympärille lisäpalveluita, kuten tapahtumia. Tikkurila Teatterin harrastajateatterin vahvuutena on tuotteistaa kokonaisvaltainen teatterielämys ja ravintolapalvelu Keravanjoen tunnelmaisessa maisemassa Vernissatehtaan miljöössä. Bio Grandin visiona on olla kaupunkilaisten olohuone. Kaikilla palveluntuottajilla on kiinnostusta tuotteistaa palveluita kaupunkilaisille ja matkailijoille. Yhteiset tapahtumat ja esimerkiksi lastenkulttuurin valtakunnalliset yhteistyöfestivaalit ovat näkyviä ja helposti saavutettavia palveluita.

Millainen on asiakkaalle muodostuva palvelunarvo? Empatiakartalla kerätyn aineiston analyysin tuloksena muodostui jokirannan teattereiden asiakasprofiilit sekä asiakkaan kokema palvelun arvo. Arvoja ovat mm. tunnelämykset, yhteisöllisyys ja pysyvyys.

Millaisia haasteita ja mahdollisuuksia jokirannan toimijat tunnistavat palveluiden kehittämisessä? Mahdollisuuksina tunnistettiin uuden yleisön saavuttaminen sekä näkyvyyden, yhteisöllisyyden ja asukkaiden hyvinvoinnin lisääminen. Konkreettisia ideoita ovat kesäolohuone, historiakävely – konseptit, jokirannan taidetyöpajat ja erilaiset tapahtumat yhdessä, mutta myös palveluntuottajien omana toimintana. Lisäresurssit mahdollistaisivat palveluiden paketoinnin ja tapahtumasisältöjen yhdessä pohtimisen, historiakävelyiden ja eMuseo-palvelun konseptoinnin, monitaiteisten taidetyöpajojen ja tapahtumien tuottamisen. Lisäksi uutta toimintaa olisivat lastenkulttuurikeskuksen Perhelauantait, Vernissan säännöllinen tarjonta sekä piknik-konsertit ja puistofestivaalit.

Haasteina tunnistettiin nykyisten resurssien riittämättömyys. Jokirannan palveluiden ja tapahtumien kehittämiseen tarvitaan toimijakohtaisia resursseja; henkilökuntaa, budjettia ja aikataulullisia resursseja. Yhteinen koordinaattori tai tuottaja tarvitaan koostamaan alueen yhteisiä palveluita ja tapahtumia, hoitamaan toimijoiden välistä sisästä viestintää sekä olemaan yhteyshenkilö kaupungin markkinointiin ja Visit Vantaan suuntaan. Lisäksi kulttuuritehdas Vernissa hyötyisi omasta kulttuurituottajasta.

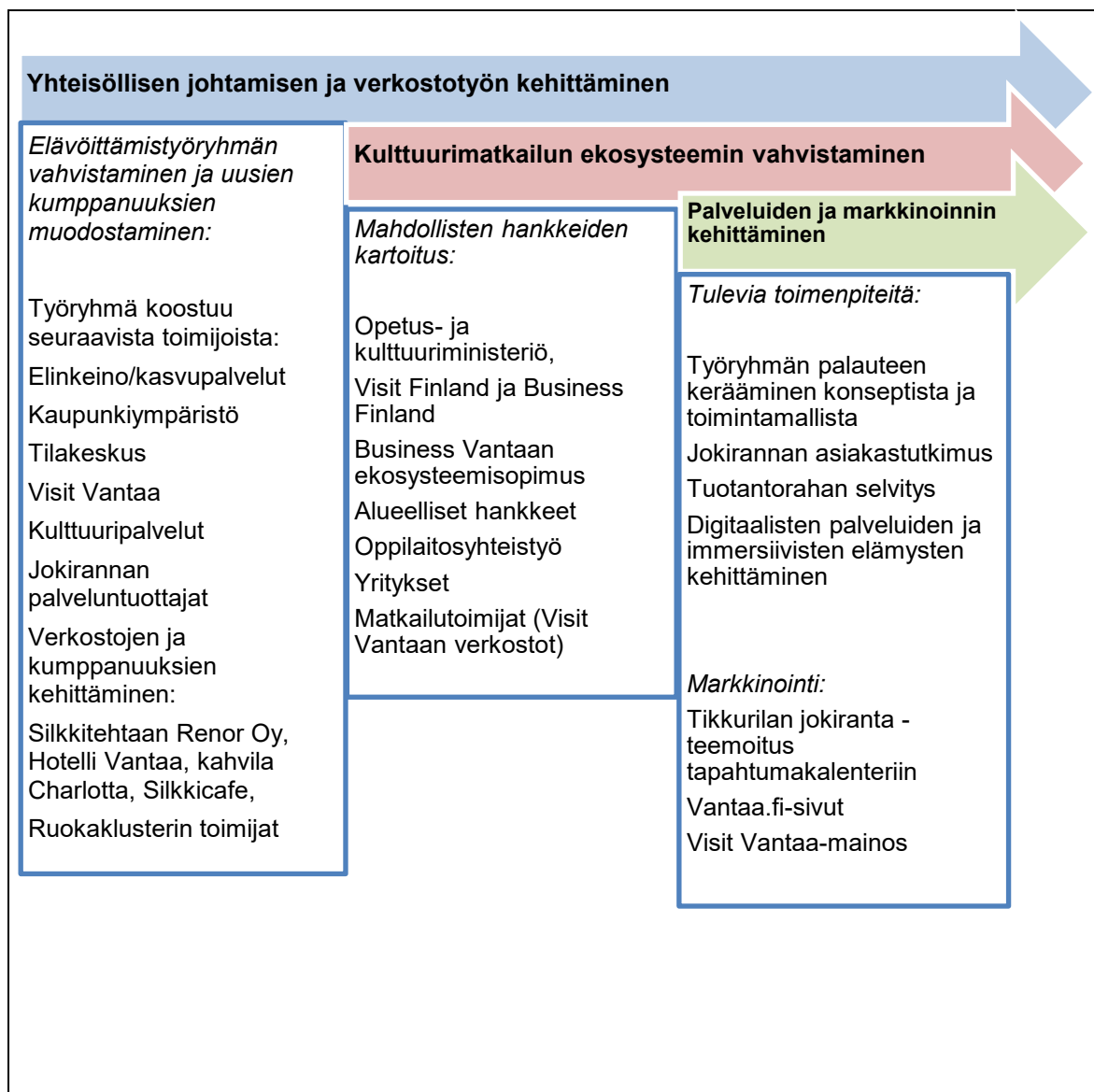
Markkinointi ja yhteinen markkinointikanava tarvitaan, jotta palveluntuottajat saavat tietoa alueen palveluista, yhteistyömahdollisuuksista ja päällekkäisyyksiltä välttyään. Jokirannassa sijaitsevat julkiset palvelut kuten lastenkulttuuri, kulttuurinen nuorisotyö ja kaupungin museo vastaavat lakisääteisten palveluiden ylläpidosta, ja mikäli niiden toivotaan laajentavan toimintaansa tai tilojen käyttöä, tulee kaupunkiorganisaation luoda sen mahdollistavia rakenteita. Alueen yhdistyksille voitaisiin myöntää ketterästi ns. tuotantorahaa yhteisten tapahtumien toteuttamiseen.

7 Kehittämisehdotukset

7.1 Toimintamalli

Tässä opinnäytetyössä tavoitteena on luoda kulttuuripalveluille ehdotus toimintamallista, joka lisää kulttuurituottajien ja sidosryhmien ymmärrystä kulttuurimatkailun lisäarvoa tuottavista palveluista, selkeyttää yhteistyötä kaupunkiorganisaation sisällä ja ohjaa markkinointiviestinnän suunnittelua. Toimintamalli on konstruktivisen tutkimuksen tuloksena syntynyt rakenne (Ojasalo ym, 2014, s. 65). Toimintamalli ohjaa elävöittämistyöryhmän jatkotyöskentelyä sekä tukee yhteisöllistä johtamiskulttuuria.

Toimintamalli sisältää kolme prosessia: yhteisöllisen johtamisen ja verkostotyön kehittäminen, kulttuurimatkailun ekosysteemin vahvistaminen ja palveluiden kehittämisen ensimmäiset toimenpiteet (kuvio 14). Kunkin prosessin yhteyteen on liitetty toimijat tai asiat, jotka ovat prosessissa tärkeässä osassa. Seuraavaksi esittelen toimintamallin sisällön ja toimenpide-ehdotuksia.



Kuvio 14. Kehittämisteemat kaupunkivetoisessa toimintamallissa.

Kehittämistyön tuloksena elävöittämissyöryhmän toiminta kehittyi siten, että mukaan tulee Tikkurilan alueen elinkeinopalveluiden asiantuntija, joka on motivoitunut alueen kehittämiseen yhdessä alueen yritysten ja palveluntuottajien kesken. Asiantuntija on yksi kasvupalveluiden haastatelluista asiantuntijoista. Lisäksi työryhmään osallistuu uutena jäsenenä Silkkitehtaan kiinteistöyhtiön toimitusjohtaja. Ruokaklusterin toimijoita tullaan lähestymään sopivalla hetkellä elinkeinopalveluiden kutsumana. Tarkoituksena on suunnitella pysyvä yhteistyömalli ruokaklusterin toimijoiden kanssa. Lisäksi työryhmään tulee jatkossa kutsua tai kehittämisestä tiedottaa edustajia Hotelli Vantaasta, Cafe Silkistä ja Kahvi Charlotta Vernissasta.

Ekosysteemi on verkostojen alusta, joka mahdollistaa vuorovaikutteisen yhteistyön yhteisen vision saavuttamiseksi (VTT, 2020, s. 5). Tikkurilan jokiranta on yksi esimerkki ekosysteemistä. Ekosysteemin vahvistaminen vaatii aikaresursseja ja työnjaollisen vastuun jakamista työryhmän sisällä sekä työryhmän koordinaattorin työpanoksen määrittelyä. Jatkokehittämisen mahdollistamiseksi tulee kartoittaa mahdollisia hankkeita, joiden avulla jokirannan palveluita voidaan kehittää pitkäjänteisesti ja kestävästi. Business Vantaan ekosysteemisopimukseen piiriin voi hakeutua myönnetyin EU-hankkeen jälkeen (Business Vantaa, 2022). Myös alueelliset kehityshankkeet ja oppilaitosyhteistyön mahdollisuudet tulee kartoittaa.

Kulttuurilinjausten (2021) visiossa ekosysteemiä tulee vahvistaa myös muiden kulttuurikohteiden kehittämisessä. Muita linjauksissa mainittuja kohteita ovat Helsingin pitäjän kirkonkylän kehittäminen ja muut historialliset miljööt ja kartanot, kuten Håkansbölen kartanoalue, Laila Pullisen veistospuisto ja kotimuseo sekä Leonardo da Vilhun veistospuisto, joiden vetovoiman tueksi linjauksissa visioidaan paikallisen kulttuurireitistön luomista. (Kulttuurilinjaukset 2021, 18.)

Tikkurilan jokiranta tulee kehittymään tulevaisuudessa myös Värитеhtaan alueen uudella rakentamisella. Paikallisyhteisöjen osallistamisella varmistetaan, että alueen kehittäminen edistävää kulttuuriperinnön säilymistä ja lisäksi paikallisen väestön hyvinvointia. Se tukee alueen kestävä ja sosiokulttuurista kehittämistä. (European Commission, n.d.) Älykkään julkisen organisaation mallin peruspilareita ovat asiakaslähtöinen toimintamalli, kumppanuus ja ihmiskeskeinen organisaatiokulttuuri. Asiakaslähtöisyys tarkoittaa asiakkaan mukaan ottamista palvelun suunnitteluun alusta lähtien, asiakkaan tarpeet huomioiden. (Sydänmaalakka, 2015, ss. 64–71.) Pitkäjänteisin jokirannan yhteisöjen rahoitusmalli olisi ns. kaupungin kärkihankkeen status, joka mahdollistaa oman toimintabudjetin ja vakituisen koordinaattorin työpanoksen alueen kehittämistoimenpiteistä vastaamaan.



Kuvio 15. Toimintamallin aikajana vuosille 2022–2026.

Olen koostanut kaupunkivetoiset toimenpiteet aikajanaan alkaen kesäkuusta 2022 ja päättyen vuoteen 2026, jolloin nykyinen valtuustokausi päättyy. Jokivarren hyvinvointikeskus ja oppimiskampus-keskittymän on tarkoitus valmistua jokirannan läheisyyteen vuonna 2026.

Markkinoinnin käynnistäminen aloitetaan selvittämällä, mikä on se alusta, jossa alueen toimijat jakavat tietoa palveluista ja tapahtumista synergiaedun saavuttamiseksi. Jo olemassa olevien palveluiden yhteismarkkinointia ja niistä viestimistä tulee kehittää. Vantaan tapahtumakalenterin Tikkurilan jokiranta - sivu on ensimmäinen testaus. Vantaan nettisivuille koostetaan tiedot kaikista palveluista ja Visit Vantaan markkinointiin tehdään mainoskampanja vuonna 2024, kun rannan alueet, erityisesti Veininmyllyn tanssilavan alue on valmis. Lava mahdollistaa myös palveluntuottajille kiintopisteen ulkoilmaesityksille.

Elävöittämissyöryhmän seuraavassa tapaamisessa kesäkuussa Hanna Keskinen tulee esittelemään ajankohtaiset kuulumiset alueen virkistysrakentamisesta. Tämän jälkeen esittelen opinnäytetyön tulokset. Visit Vantaan asiantuntijaa pyydetään esittelemään matkailuverkoston toimintaa ja lopuksi kaupunkikulttuurin viestinnän asiantuntijan kanssa keskustellaan jokirannan palveluiden ja tulevan Kekrijuhlan 2022 markkinoinnin toimenpiteistä.

7.2 Palvelukonsepti

Palvelukonsepti (liite 7) tekee näkyväksi Tikkurilan jokirannan palveluntuottajien olemassa olevia palveluita sekä tarpeita kehittämisen tueksi. Palvelukonsepti pohjautuu opinnäytetyöni tuloksiin (luku 6.3). Jokirannan palveluntuottajat kokivat erityiseksi haasteeksi yhteisen markkinoinnin ja resurssien puutteen. Tässä esitelty palvelukonsepti on ensimmäinen askel haasteeseen vastaamisessa.

Paketoin palvelukonseptissa jokirannan olemassa olevan palvelutarjooman, asiakasprofiilit ja asiakkaan kokeman palvelun arvon. Lisäksi teen katsauksen jokirannan historiaan, brändin suunnittelun avuksi. Lopuksi koostan jokirannan vuosittaisen yhteisen tapahtuman suunnitteluvaiheet vuosikelloon. Palvelukonsepti sisältää:

1. Kansilehti
2. Intro: Palveluntuottajien ja konseptin esittely
3. Palvelutarjooma: teatterit
4. Palvelutarjooma: muut toimijat
5. Jokirannan palvelukartta
6. Asiakassegmentit ja palvelunarvo
7. Juureva brändi: Tikkurilan vanha asema ja Vernissatehtaan
8. Juureva brändi: Veininmylly, Villa Söderbo ja Silkkitehdas
9. Yhteisen tapahtuman suunnitteluprosessi: Kekrijuhla 2022
10. Kehittämisen seuraavat vaiheet

Konsepti on palvelun suuri kuva, jossa kuvataan Tikkurilan jokirannan palvelut. Palvelukonseptissa esitellään palvelun kokonainen tarina. Siitä avautuu yhteinen ymmärrys, miten palvelu tuotetaan, kuinka se vastaa asiakastarpeeseen ja mitä se vaatii palvelun tuottajilta. Palvelukonsepti antaa mahdollisuuden kehittämiselle. Se on kartta, josta voidaan erottaa jo ääriviivat, mutta yksityiskohtia ei ole vielä luotu. (Tuulaniemi, 2016, s. 191.)

Palvelukonsepti palvelee erityisesti jokirannan palveluntuottajia, jotka ovat keskeinen voimavara palveluiden kehittämisessä. Työpajojen aineistosta nousi esille palveluntuottajien toiveet yhteisestä markkinoinnista, alueen brändäyksestä, lisäresursseista ja yhteistyöstä tapahtumien ja palveluiden kehittämiseksi. Kaupunkiorganisaation aineistosta sen sijaan nousee vaateita siitä, millaisia palveluiden tulisi olla, jotta niiden markkinointi voidaan aloittaa. Alueen tulee olla viihtyisä, palveluiden tulisi olla säännöllisesti avoinna ja tapahtumissa ohjelman tulisi olla monipuolista ja palvella lisäksi alueen muita yrittäjiä.

On perusteluta esittää kysymys, miten kaupunki ja kulttuurimatkailun ekosysteemi vastavuoroisesti voisi tukea olemassa olevien jokirannan palveluiden kehittämistä? Palvelukonsepti on ensimmäinen vastaus jokirannan palveluntuottajien tarpeiden kartoittamiseen. Se tuo näkyväksi jokirannan nykyiset palvelut ja niiden sijainnin jokirannan välittömässä läheisyydessä. Palvelukonsepti on myös työkalu alueen brändin suunnittelussa.

8 Pohdinta

Opinnäytetyön pohdinnassa arvioin työn tuloksia ja vaikuttavuutta kaupunkiorganisaation ja jokirannan palveluntuottajien näkökulmasta, sekä pohdin opinnäytetyön merkitystä kulttuurituotannon alalla. Lisäksi käsittelen tutkimustulosten vaikuttavuutta ja luotettavuutta. Lopuksi esittelen ajatuksia jatkokehittämisen ideoiksi.

Opinnäytetyö on hyödynnettävissä osana Vantaan kulttuurilinjausten jalkauttamistyössä, mutta myös kaupunkiorganisaation toimialojen välisissä muissa kulttuuripalveluiden johtamissa yhteistyöhankkeissa. Lisäksi näen, että opinnäytetyö tuo kulttuurituotannon kentälle arvokkaan näkemyksen kaupunkivetoisten kulttuurihankkeiden prosessista, sekä yhteistyömalleista julkisen kulttuurialan sektorin kanssa.

Työn tavoitteena oli tuottaa Vantaan kulttuuripalveluille kaupunkivetoinen toimintamalli jokirannan palveluiden kehittämiseksi, sekä muotoilla yhteissuunnittelun avulla Tikkurilan jokirannan palvelukonsepti jatkokehittämisen ja resurssoinnin tueksi. Opinnäytetyöni prosessi käynnistyi syyskuussa 2021 työnantajani Vantaan kulttuuripalveluiden *Kulttuurilinjausten* (2021) visiosta kehittää Tikkurilan jokirannan palveluita houkutteleviksi ja vetovoimaisiksi kaupunkilaisille ja matkailijoille. Kaupungin markkinointiorganisaation Visit Vantaan asiantuntija oli myös ehdottanut elävöittämissyöpajassa jokirannan toimijoille, että he voisivat pohtia, kuinka tavoittaa alueelle matkailijoita. Tämä oli lähtökohta opinnäytetyöni tutkimukselle. Lähdin ideoimaan ja määrittelemään tutkimusongelmaa ja ehdotus opinnäytetyöstä otettiin innokkaana vastaan Vantaan kulttuuripalveluissa.

Jokirannan elävöittäminen ja alueen kunnostaminen on pitkäkestoinen kehittämisprojekti ja tämä opinnäytetyöni on yksi osa isoa muutosta. Opinnäytetyön aiheen rajaaminen loppukäyttäjien sijaan kaupunkiorganisaation asiantuntijoiden ja jokirannan palveluntuottajien kehittämisen näkökulmasta oli perusteltua, koska alueella ei ole vielä kulttuurimatkailijoita. Tästä rajauksesta huolimatta työn tietopohja on laaja. Kulttuurimatkailun ekosysteemin lisäksi palvelumuotoilu oli kes-

keinen käsite palveluiden kehittämisen menetelmänä. Lisäksi yhteisöllinen johtajuus liittyy kiinteästi opinnäytetyöhön työpajojen toteutukseen ja toimintamallin kehittämiseen. Kulttuurimatkailuteeman vuoksi Vantaan matkailututkimus oli perustelua käsitellä tietopohjana. Tietopohja kokoaa yhteen Vantaan kulttuuripalveluiden käyttöön kulttuurimatkailuun liittyvät raportit ja tutkimukset.

Myös kerätty aineisto muodostui runsaaksi. Aineiston analyysi ja tulkinta oli opinnäytetyön työläin osuus. Koska päädyin järjestämään kaksi erillistä työpajaa, oli mahdollista valita osallistujien perusteella työpajoihin parhaiten soveltuvia menetelmiä. Siten myös analysoitava aineisto kaksinkertaistui. Tuloksissa tuli lisäksi huomioida eettisyys, joka näkyi palveluntuottajien tasapuolisena vertailuna ja anonymiteetin säilyttämisenä.

Matkailun ja markkinoinnin asiantuntijan haastattelussa kohtasin yllättävän tutkimuksen käänteen. Haastattelussa tuli ilmi, että jokirannan palveluita tulee ensisijaisesti kehittää asukkaille ja vasta myöhemmin matkailijoille. Tämä oli yllättävä tulos, koska elävöittämissyöryhmässä asiantuntija oli aikaisemmin maininnut, että palveluita kehittäessä on hyvä ottaa huomioon myös turistit. Tämä haastattelun tulos muutti opinnäytetyön alkuperäisen kehittämisen kohteen jokirannan matkailutuotteiden kehittämisestä jokirannan palveluiden kehittämiseen.

Haastattelut ja työpajat onnistuivat hyvin. Palvelumuotoilun menetelmä oli jokirannan toimijoille mielekäs työskentelyn muoto. Opinnäytetyön isoin haaste oli raportin tulosluvun kirjoittaminen, koska menetelmiä ja tutkimuskysymyksiä oli useampia. Palvelukonseptin ja toimintamallin valmistaminen tulosten pohjalta oli opinnäytetyön palkitsevin osuus. Toimintamalli toi opinnäytetyön tulokset konkreettiseen muotoon. Palvelukonsepti paketoi jokirannan palvelut ja vision näkyväksi palvelukeskittymänä. Toimintamalli tulee ohjaamaan elävöittämissyöryhmän jatkosuunnittelua. Se antaa suuntaviivat tulevaan tekemiseen ja sen toimivuutta testataan työryhmän palautteen perusteella. Opinnäytetyön toimintamalli toimii esimerkkinä myös laajemmin Vantaan kulttuuri- ja elämyskohteiden palveluiden kehittämishankkeissa.

Opinnäytetyön tavoite toteutui ja esittelen palvelukonseptin elävöittämissyöryhmän seuraavassa kokouksessa kesäkuussa. Toimintamallin ehdotuksen mukaan kokouksia järjestetään 3–4 kertaa vuodessa. Kokoukseen kutsutaan uutena jäsenenä Vantaan elinkeinopalveluiden kasvupalvelut - yksiköstä Tikkurilan alueen asiantuntija sekä uutena yrityksenä Silkkitehtaan kiinteistöyhtiö Renor Oy. Lisäksi kutsumme kaupunkikulttuurin viestinnän mukaan tapaamiseen keskustelemaan ajankohtaisista markkinoinnin asioista.

Tarkastelen opinnäytetyön luotettavuutta kahden käsitteen avulla. Kananen (2015, s. 112) mukaan reliabiliteetti ja validiteetti mittaavat työn luotettavuutta ja laatua. Reliabiliteetti tarkoittaa, että tutkimuksen tulokset ovat pysyviä, eivätkä sattuman summaa. Pysyvyys puolestaan määritellään siten, että jos tutkimus tehdäisiin uudestaan, saadaan samat tulokset. Validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkitaan oikeita asioita. Käsitteitä käytetään erityisesti kvantitatiivissa tutkimuksissa, jotka perustuvat määrälliseen tiedonkeruuseen ja analysointiin. Laadullisessa tutkimuksessa käsitteet eivät ole näin yksinkertaisesti määriteltävissä. (Kananen, 2013, s. 112.)

Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuustekijöihin vaikuttaa myös tutkija, joka asettaa tutkimuskysymykset, kerää aineiston ja valitsee tutkittavat sekä analysoitavan. Siksi luotettavuustarkastelun edellytyksenä on riittävä aineisto ja dokumentaatio, jonka tulkinnan tutkittavat ovat vahvistaneet. (Kananen, 2015, s. 113.) Olen pyytänyt sekä haastateltavia ja työpajoihin osallistujia lukemaan valmiin analyysini ja tulkinnan, jotka he ovat vahvistaneet oikeanlaiseksi.

Lisäksi luotettavuutta tulee arvioida niiden menetelmien avulla, joita on käytetty. Yksinkertaisin luotettavuuden osoitus on aineiston monilähteisyys. Tämä tarkoittaa työssäni monipuolisten lähteiden käyttöä ja merkitsemistä, sekä erilaisia tutkimusmenetelmiä. Esimerkiksi työpajoissa käyttämäni kolmen erilaisen menetelmän avulla analysoidut tulokset tukevat toisiaan, eivätkä ole ristiriidassa keskenään. (Kananen, 2015, s. 114.) Palvelumuotoilun työkorteille syntynyt aineisto on tutkittavan itse tuottamaa, jonka olen analysoinut ja tarkastellut kriittisesti teoriaan tukeutuen.

Olen hyödyntänyt palvelumuotoilun menetelmää edellisessä opinnäytetyössäni, jossa osallistin nuoret kirjaston ei-käyttäjät mediakirjaston uuden tilan yhteissuunnitteluun. Tutkimuksen tuloksena muodostui uudenlainen palvelupolku kirjaston asiakkaan ja henkilökunnan sekä palvelutoimintojen välille. (Viskari-Perttu, 2013.) Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen vaativuus oli edellistä amk-opinnäytetyötä merkittävästi korkeampi. Palvelupolkujen tutkiminen on kuitenkin mielenkiintoinen menetelmä ja seuraavaksi lähtisinkin tutkimaan jokirannan loppukäyttäjien eli asiakkaiden toiveita ja kontaktipisteitä, joissa asiakas ja palveluntuottaja kohtaavat. Palvelukonsepti ja toimintamalli ovat muodostuneet asiakasymmärryksen pohjalta, mutta ne eivät vielä kerro, millainen palvelupolku Tikkurilan jokirannan palveluille muodostuu. Aiheen laajuudesta ja tilaajan kehittämistyön näkökulmasta johtuen oli kuitenkin perusteltua aloittaa tutkimus toimintaympäristön, kaupunkiorganisaation ja palveluntuottajien näkökulmasta.

Opinnäytetyön kokonaisprosessi kesti 9 kuukautta, jonka aikana maailma on muuttunut merkittäväällä tavalla. Ukrainan sota ja sen sosiaaliset, taloudelliset ja poliittiset vaikutukset ovat ravistelleet globaalia planeettaamme. Juuri kun kulttuuri- ja matkailuala alkoi toipua kahden vuoden koronapandemian kriisistä, seuraava globaali kriisi on jo käsillä. Sodan seuraukset eivät suoraan kohdistu kotimaiseen kulttuurialaan, mutta välillisesti sillä tulee olemaan vaikutuksia talouden suhdannevaihtelun seurauksena.

Mikäli aloittaisin tässä vaiheessa opinnäytetyön tutkimuksen tekemistä, valitsisin tutkimusmenetelmäksi tulevaisuuden ennakoinnin ja tulevaisuustyöpajat. Tulevaisuudentutkimus on monitieteellinen tiedonala, jonka tarkoituksena on selvittää, millaisia mahdolliset, toivottavat tai todennäköiset tulevaisuudet voisivat olla (Futura, 2018). Kunta- ja uudistusministeri Anu Vehviläinen avasi Tulevaisuuden kunta – parlamentaarisen työryhmän väliraportin (Valtiovarainministeriö, 2017) julkistamistilaisuuden lausumalla avaussanoina: ”Kunta on merkittävä toimija myös tulevaisuudessa. Kunnan rooleina vahvistuvat tulevaisuudessa elinvoima-, sivistys- ja hyvinvointirooli. Menestymisen kannalta tärkeimpänä tekijänä pidän kunnan kykyä uudistua ja uudistaa toimintatapoja ennakkoluulottomasti”.

Sitran (2020) selvityksen mukaan megatrendi on useista ilmiöistä koostuva yleinen kehityssuunta, joka nähdään usein tapahtuvan globaalilla tasolla. Sitran Megatrendit 2020 – katsauksessa nostetaan esille viisi kehityskulkua sekä niiden väliset jännitteet ja kytkökset. Ensimmäinen kohta on ekologinen jälleenrakentaminen, jolla on kiire. Ilmastokriisin vaikutusta kulttuurimatkailun tulevaisuuteen ei voi ohittaa. Soolomatkailu, työ- ja vapaa-ajan matkailun yhdistäminen, vastuullisuus ja lentomatrustamisen ”sähköistyminen” ovat matkailun tulevaisuuden suuntia (Howarth, 2022). Vantaan uudessa Innovaatioiden Vantaa-strategiassa (2022) onkin tavoitteena leikata 80 % päästöjä vuoteen 2030 mennessä, vuoteen 2019 vuoteen verrattuna.

Toisena kohtana megatrendeissa on verkostomainen valta, joka voimistuu. Yhteisöllisyys ja yhteisöllinen johtaminen tulevat siis todennäköisesti yleistymään. Kolmantena kohtana on väestö, joka ikääntyy ja monimuotoistuu. Tikkurilan jokiranta tarjoaa myös ikääntyville sopivia palveluita. Jokiranta on jo tunnettu monimuotoisuudestaan. Neljäntenä megatrendinä talous tulee etsimään uutta suuntaa ja viidentenä teknologia tulee sulautumaan kaikkeen olemassaoloon. Seuraavaksi olisikin mielenkiintoista tutkia, miten nämä kehityskulut tulevat näkymään Tikkurilan jokirannan tulevaisuudessa. Vantaan strategiassa (2022) tavoitteena on myös suunnitella kaupunkikeskuksiin iloa tuottavia kulttuurin ja vapaa-ajan palveluita, sekä rakentaa viihtyisiä ja turvallisia kaupunkikeskuksia, joissa luonto on lähellä.

Viittasin johdannossa Aalto-kulttuurimatkailuun, joka panostaa immersiiivisiin elämyksiin todellisissa Alvar Aalto-kohteissa. Virtuaalista ja lisättyä todellisuutta on käytetty jo useamman vuoden ajan (Yle, 2016). Olisi kiinnostavaa tutkia, miten teknologian sulautuminen tulee näkymään Vantaan kulttuuripalveluissa ja Vantaan matkailussa tulevinä vuosina. Olisiko Vantaan kaupungin seuraava kehitysskaskel, megatrendeihin ja *Innovaatioiden Vantaa* – strategiaan nojautuen, tuoda jokirannan tulevaisuuden markkinointi ja brändi saavutettavaksi teknologian sulautumisen avulla?

Opinnäytetyön tutkimuksen tulokset osoittivat, että jokirannan palveluntuottajilla on visio alueen palveluiden yhteisestä markkinoinnista sekä brändäyksestä. Kaupungin viestinnän asiantuntijoiden mukaan keinotekoisista brändiä on vaikea rakentaa, sen tulee syntyä ensisijaisesti alueen juurevan historian kautta. Digitaalisin keinoin jokirannan teollisuusmiljöö olisi mahdollista herättää henkiin ja tarjota yleisölle fyysisten palveluiden lisäksi immersiiivisiä elämyksiä. Lisätyn todellisuuden ja teknologian innovaatioiden avulla olisi mahdollista luoda uudenlaista ulottuvuutta, kehittää palveluita ja saavuttaa uutta yleisöä Tikkurilan jokirannan elämyskeitaalle.

Lähteet

Alvar Aalto, (2020). *Turistina Jyväskylässä*. <https://www.alvaraalto.fi/palvelut/nayttelyt/turistina-jyvaskylassa>

Bergström, S. & Leppänen A., (2021). *Yrityksen asiakasmarkkinointi*. Edita. Helsinki.

Business Finland, (n.d). *Tutkimukset ja tilastot*. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/tutkimukset-ja-tilastot-lyhyesti>

Business Finland, (2021). *Arvio: Koronapandemia supisti matkailijoiden kulu- tusta Suomessa yli 40 prosenttia*. <https://www.businessfinland.fi/ajankoh- taista/uutiset/2021-visit-finland/arvio-koronapandemia-supisti-matkailijoiden-ku- lutusta-suomessa-yli-40-prosenttia>

Business Vantaa, (2019). *Elinkeino- ja vetovoimaohjelma*. Vantaan elinkeino- palveluiden julkaisu.

Culture Tourism for City Brakers, (n.d.). *Mikä CTCB?* <https://ctcb.metropo- lia.fi/mika-ctcb/>

Design better business, (2016). *Three powerful ways to use persona canvas* <https://designabetterbusiness.com/2016/06/01/three-powerful-ways-use-per- sona-canvas/>

European Commission, (n.d). *Culture and Creativity*. <https://culture.ec.eu- ropa.eu/fi/cultural-heritage/cultural-heritage-eu-policies/kestava-kulttuurimat- kailu>

Finavia, (2020). *Uutishuone*. <https://www.finavia.fi/fi/uutishuone/2020/finavian-lentoasemilla-26-miljoonaa-matkustajaa-vuonna-2019-lentoliikenteessa-oli>

Gray, D. (2017). *Empathy Map*. <https://gamestorming.com/empathy-mapping/>

Halonen, K. (2018). *Uusia oivalluksia ja ketteriä kokeiluja*. P., Strandman (toim) & P. Vartiainen, (toim). *Kulttuurituotannosta kirjoitettua* (s. 8) Kulttuurituotanto Ylempi AMK-tutkinto. Humanistinen ammattikorkeakoulu, Metropolia ammattikorkeakoulu. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/132182/Kulttuurituotannosta_kirjoitettua_Kutu_YAMK_2017.pdf?sequence=1

Heikkinen, T. (2015). *Palvelukonseptin kehittäminen ja käyttöönotto*. [opinnäyte-työ, Metropolia ammattikorkeakoulu].

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/99835/Heikkinen_Tiina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Helsingin kaupunki, (2022). *Tapahtumajärjestäjän ohjeet*. Helsinki-päivä. https://helsinkipaiva.fi/app/uploads/2022/03/HP_tapahtumajarjestajan-ohjeet_FI.pdf

Helsingin Sanomat, (2021). *Vantaa sai puolen miljoonan innovaatiopalkinnon toimistaan* <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000008435633.html>

Helsingin Sanomat, (2021). *Vantaa haaveilee suurta saunaravintolaa paraati-paikalle*. <https://www.hs.fi/kaupunki/vantaa/art-2000008395065.html>

Hirsjärvi S. & Hurme, H. (2014). *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Gaudeamus Oy.

Howarth, J. (n.d). *Exploding Topics*. <https://explodingtopics.com/blog/travel-industry-trends>

- Hook, T., Markkola, S. & Sydänmaalakka, M. (2021). *Kulttuurimatkailun tuotesuosituksset*. Business Finland. <https://www.businessfinland.fi/4a8404/globalasets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/vf-kulttuurimatkailun-tuotesuosituksset-2021.pdf>
- Innovaatioiden Vantaa, (2022). *Vantaan kaupunkistrategia vuosille 2022–2025*. <https://www.vantaa.fi/sites/default/files/document/Vantaan%20kaupunkistrategia%202022-2025.pdf>
- Jaakkola E., Orava M. & Varjonen V. (2009). *Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua*. Tekes. <https://www.keuke.fi/client/keuke2017/userfiles/palvelujen-tuotteistamisesta-kilpailuetua.pdf>
- Kotiseutuliitto, (n.d.). *eMuseo*. <https://www.emuseo.fi>
- Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. (2021). *Palvelumuotoilun businesskirja*. Alma Talent.
- Kärkkäinen, M. (2005). *Yhteisöllinen johtaminen esimiehen työvälineenä*. Edita.
- Lapland Above Ordinary (n.d.). *Lapin matkailustrategia 2020–2023*. https://www.lme.fi/media/sievers_lapin-matkailustrategia.pdf
- Lappalainen, N. (2019). *Paikallisen elämäntavan jäljillä. Yhteisölliset kulttuurierrokset Helsingin kansainvälisille City Breakers -matkailijoille* [opinnäytetyö, Metropolia ammattikorkeakoulu]. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/266699/Lappalainen_Nora.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Lokitz, J., van der Pijl, P. & Solomon, L. (2016). *Design a Better Business: New Tools, Skills and Mindset for Strategy and Innovation*. John Wiley & Sons.
- Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: people, technology, strategy*. Pearson Prentice Hall.

Miettinen, S. (2011). *Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Teknologiainfo Teknova Oy.

Metropolia (n.d). *Kulttuurimatkailun opinnot*. <https://www.metropolia.fi/fi/opiskelu-metropoliassa/avoin-amk/kulttuurimatkailu>

Mikkonen, J., Pesonen J. & Honkanen A. (2015). *Kulttuurimatkailun vaikuttavuusindikaattorit – loppuraportti*. Opetus- ja kulttuuriministeriö. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/75106/okm20.pdf;jsessionid=1E2E8D6CF0A39C02F7A57F154E72146C?sequence=1>

Moritz, S. (2005). *Service Design, Practical Access to an Evolving Field*. Fachhochschule Köln.

Oikeusministeriö, (2021). *Kulttuurimatkailuun lähes kolme miljoonaa euroa*. <https://oikeusministerio.fi/-/1410845/cultural-tourism-granted-almost-three-million-euros>

OECD, (2014). *Tourism and the Creative Economy*. https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/tourism-and-the-creative-economy_9789264207875-en#page4

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. (2014). *Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Sanoma Pro Oy.

Petäjäjärvi, K. (2020). *Taide kulttuurimatkailun ytimeen*. Sydänmaalakka, S., (toim). *Näkökulmia kulttuurimatkailuun. Blogikokoelma*. Metropolia ammattikorkeakoulun julkaisuja. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/343188/2020%20TAITO%2053%20N%c3%a4k%c3%b6kulmia%20kulttuurimatkailuun.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Salokannel, S. (2021). *Tarinoiden matkassa -yhteistoimintamalli. Kulttuurimat-kailun yhteistoiminnallinen kehittämishanke* [opinnäytetyö, Oulun ammattikor-keakoulu]. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/499070/Salokan-nel_Susanna.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Sitra, (n.d.). *Julkishallinnon johtamisohjelma. Kohti uutta johtamista. Toteutus-voimaa uudistumiseen*. <https://www.sitra.fi/aiheet/julkishallinnon-johtam-isohjelma/>

Sitra, (2022). *Megatrendit*. <https://www.sitra.fi/uutiset/tassa-ne-nyt-ovat-20-luvun-tarkeimmat-kehityskulut/>

Sipilä, J. (1996). *Asiantuntijapalveluiden tuotteistaminen*. WSOY.

Ruusuvuori, J., Nikander P. & Hyvärinen M. (toim.), (2011). *Haastattelun ana-lyysi*. Kustannusosakeyhtiö Vastapaino.

Sydänmaalakka, P. (2015). *Älykäs julkinen johtaminen*. Talentum.

Taide- ja kulttuurialan ammattijärjestö TAKU, (2022). *Laaja kunta-alan lakko 3.-9.5.2022*. <https://taku.fi/kunta-alan-lakon-uhka-laajenee/>

Tienari, J. & Harviainen T. (2020). *Strategiaopas kuntien päättäjille. Osallista ja hallitse*. Alma Talent.

Taloustutkimus, (2019). *Suomi tänään. Kaupungit ja kunnat matkailukohteina. Tutkimusraportti: Vantaa*. Taloustutkimus Oy.

Tarjanne, P. (2020). *Luovan talouden tiekartta*. Työ- ja elinkeinoministeriö. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/han-dle/10024/162474/TEM_2020_48.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tiedekeskus Heureka, (2022). *Tietoa Heurekasta*. <https://www.heureka.fi/tietoa-heurekasta/>

Tuulaniemi, J. (2016). *Palvelumuotoilu*. Talentum Pro.

Strandman P., (toim) & Vartiainen P. (toim), (2018). *Kulttuurikohtaamisia* (ss. 5–6). *Kulttuurituotannosta kirjoitettua*. Kulttuurituotanto Ylempi AMK-tutkinto. Humanistinen ammattikorkeakoulu, Metropolia ammattikorkeakoulu. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/132182/Kulttuurituotannosta_kirjoitettua_Kutu_YAMK_2017.pdf?sequence=1

Suni, R. (2013). *Kulttuurimatkojen toimijoiden välinen yhteistyö. Laadullinen tapaustutkimus Strömforsin ruukista*. [opinnäytetyö, Lahden ammattikorkeakoulu]. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/69403/suni_riikka.pdf?sequence=1

Valtioneuvosto, (2021). *Koronapandemian vaikutuksia kulttuurialalla 2020–2021. Raportti kyselyn vastauksista*. Valtioneuvoston julkaisu. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162973/VN_2021_26.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valtiovarainministeriö, (2017). *Tulevaisuuden kunnan skenaariot ja visiot*. <https://vm.fi/julkaisu?pubid=17201>

Vantaan kaupunki, (2022). *Vantaan ratikka*. <https://www.vantaa.fi/fi/asuminen-ja-ymparisto/liikenne/vantaan-ratikka>

Vantaan kaupunki, (2022a). *Tikkurilan jokirannan uudistus*. Verkkosivusto. <https://www.vantaa.fi/fi/hankkeet/hanke/tikkurilan-jokiranta-uudistuu>

Vantaan kaupunki, (2022b). *Tapahtumakalenteri. Lepakkopajat*. <https://tapahtumat.vantaa.fi/fi-FI/page/6220bc38f314c41bcb2b1c18>

Vantaan kaupunki, (2022c). *Vuolle – saunaravintola*. <https://www.vantaa.fi/fi/asuminen-ja-ymparisto/kaupunkisuunnittelu>

Vantaan kaupunki, (2022d). *Kaupunki ja päätöksenteko*. <https://www.vantaa.fi/fi/kaupunki-ja-paatoksenteko/organisaatio>

Vantaan kulttuurilinjaukset, 2021–2030, (2021). https://www.vantaa.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/vantaa/embeds/vantaawwwstructure/156503_Vantaa_Kulttuurilinjaukset_2021-2030_web.pdf

Vantaan Sanomat, (2022). *Håkansbölen kartanosta haluttaisiin yli 30000 vuositaisen vierailijan matkailukohde – Vantaan kaupungille luovutettiin Heurekaan entisen johtajan laatima kehittämissuunnitelma 17.2.2022* <https://www.vantaansanomat.fi/paikalliset/4481912>

Vantaan Sanomat, (2022a). *Tikkurilan väritehtaan aluetta odottaa mullistus. Aluearkkitehti uskoo monipuoliseen asuntotuotantoon. 5.5.2022.* <https://www.vantaansanomat.fi/paikalliset/4580604>

Viljanen, R. (2022). *Henkilökunnan kyselytunti*. Teams Live – kokous 1.2.2022.

Visit Finland, (n.d.). *Matkailu muuttuu nyt nopeasti*. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/lyhyesti>

Viskari-Perttu, U. (2013). *Ääni kuuluviin! Osallisuuspolun muotoilua musiikkikirjastossa*. [opinnäytetyö, Humanistinen ammattikorkeakoulu]. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/59999/ViskariPerttu_Ulla.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VTT, (2020). *Yhdessä kestävä kasvua – ekosysteemiopas*. https://www.vttresearch.com/sites/default/files/pdf/publications/2020/Yhdessa_kestavaa_kasvua_17022021.pdf

Yle, (2016). *Virtuaalitodellisuus*. Verkkouutinen. <https://yle.fi/uutiset/3-12206163>

Yle, (2022). *Vantaalle nousee tapahtumapuisto ja elämyskeskus – Backaksen kartanon alueelle muumiaiheinen elämyskeskus sekä ”fiskarsmaista” miljöötä*. 26.4.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-12417504>

Aineisto

Esiselvitys

Asiantuntija (B) Kulttuuripalvelut. Teams-tapaaminen 18.1.2022.

Elävöittämissuunnitelman raportti, (2021). Kulttuuripalvelut. Vantaan kaupunki.

Tamora, (2021). Kooste Tikkurilan jokirannan työpajasta 2.11.2021.

Ramboll Finland, (2021). Tikkurilan jokirannan kehittäminen. Power point-esitys.

Infotilaisuus

Infotilaisuus elävöittämissuunnitelmaa varten, Teams-kokous 14.2.2022. Osallistujat: Bio Grand (1 hlö), Kaupunginmuseo (2 hlö), kaupunkiympäristön toimiala (2 hlö), kulttuuripalvelut (3 hlö), Tanssiteatteri Raatikko (2 hlö), Teatteri Vantaa (2 hlö), Tiedekeskus Heureka (1 hlö), Tikkurilan Teatteri (1 hlö) Ramboll Finland (1 hlö), lastenkulttuurikeskus Pessi (1 hlö), Tikkurilan kirjasto (1 hlö), Vantaa-seura (2 hlö), Vantaan sanataidekoulu (1 hlö).

Sähköpostit

Kaupungin Kiinteistötalous. Vastaus tiedusteluuni Veininmyllyn ja Villa Söderbon kiinteistöistä 13.3.2022. Vantaan kaupunki

Keskinen, H. (2022). Vastaus tiedusteluuni kaupunkiympäristön kokouksista 17.3.2022. Ramboll Finland.

Liimatainen, T. (2022). Tiedustelu elävöittämissuunnitelman toiminnasta 1.3.2022. Renor Oy.

Teemahaastattelut kaupunkiorganisaatiossa

Yksilöhaastattelu

Asiantuntija (A) Matkailu ja markkinointi, 2022. Yksilöhaastattelu, Teams-haastattelu 24.1.2022.

Fokusryhmähaastattelu A, 2022. Teams-haastattelu 12.3.2022

Asiantuntija (B) Kulttuuripalvelut, 2022.

Asiantuntija (C) Kulttuuripalvelut, 2022.

Asiantuntija (D) Kasvupalvelut, 2022.

Asiantuntija (E) Kasvupalvelut, 2022.

Asiantuntija (F) Kasvupalvelut, 2022.

Fokusryhmähaastattelu B, Teams-haastattelu 25.3.2022

Asiantuntija (G) Viestintä, 2022.

Asiantuntija (H) Viestintä, 2022.

Työpajat

Työpaja A, 2022. Jokirannan teattereiden fasilitoiva työpaja, Silkkitehtaantie 5, 23.3.2022. Osallistujat: Elokuvateatteri Bio Grandin (1 hlö), Tanssiteatteri Raatikon (2 hlö), Tikkurilan Teatterin (1 hlö) ja Teatteri Vantaan (2 hlö) henkilökuntaa.

Työpaja B, 2022. Jokirannan muiden toimijoiden fasilitoiva työpaja, Silkkitehtaantie 5, 28.3.2022. Osallistujat: Animaatiostudion (1 hlö) Kaupunginmuseon (1

hlö) Kulttuuritehdas Vernissan (1 hlö), Kulttuuripalveluiden (1 hlö), Lastenkulttuurikeskus Pessin (1 hlö), Tiedekeskus Heureka (1 hlö), Vantaan Taiteilijaseuran (1 hlö), Vantaa-seuran (1 hlö) ja Vantaan elävän musiikin yhdistyksen Velmun (1 hlö). Osallistujat olivat toimijoita, tuottajia sekä toiminnanjohtaja.

Liitteet

Yksilöhaastattelun kysymykset (matkailu ja markkinointi)

1. Mikä on Visit Vantaan toiminta-ajatus? (arvot, visio, strategia)
2. Millainen on Visit Vantaan toimintaympäristö: kaupungin sisällä, yhteistyökumppanit, sidosryhmät ja verkostot kansallisella tasolla ja kansainvälisesti?
3. Millaisia haasteita ja mahdollisuuksia Visit Vantaan toiminnassa tunnistat?

Alustus kysymykseen 4: Vantaan kulttuurilinjauksien 2021–2030 luvussa 5. Raiteita pitkin kulttuurin äärellä määritellään Vantaan kulttuurimatkailun kehittämisen visio: *Kaupunkimme kulttuurimatkailun neljä suurinta vetonaulaa ovat historia, luonto, tapahtumat ja ruoka. Tavoitteena on Vantaan kulttuurikohteiden ja pitkän, kiinnostavan historian tuotteistaminen ja tarinallistaminen eri ryhmien kiinnostuksen kohteeksi, sekä kaupungin kulttuurikohteiden ja -elämysten markkinointi kulttuurimatkailijoille, yhteistyössä Visit Vantaan ja matkailutoimijoiden kanssa.*

4. Mitkä ovat konkreettiset toimenpiteet Visit Vantaan, kulttuuripalveluiden ja kulttuuritoimijoiden yhteistyön edistämiseksi, jotta tavoite kulttuurimatkailun yhteistyöstä saavutetaan?
5. Millainen on ihanteellinen työnjako Visit Vantaan, kaupungin markkinoinnin ja kaupunkikulttuurin markkinointiviestintä-tiimin kesken kulttuuripalveluiden markkinoinnissa?
6. Voitko antaa esimerkkejä kaupungeista, joissa kaupungin kulttuuripalvelun, kaupungin matkailupalvelun ja markkinoinnin yhteistyö on toiminut esimerkillisen onnistuneesti?
7. Tuleeko sinulle mieleen kotimaasta tai ulkomailta Tikkurilan jokirannan kaltaisia vastaavia kulttuurimatkailuekosysteemejä?
8. Onko vielä jotain, mitä haluaisit lisätä tai kommentoida?

Fokusryhmähaastattelun kysymykset

Ryhmähaastattelun teemat ja kysymykset / Kulttuuri- ja kasvupalvelut



1

- Millaisia mahdollisuuksia kulttuuripalveluiden ja kasvupalveluiden asiantuntijat tunnistavat kulttuurimatkaluupalveluiden tukemiseksi kaupungin näkökulmasta? Entä haasteita?
- Millainen olisi ideaali kulttuurimatkailun kehittämisen työryhmä, johtamismalli ja prosessin toimenpiteet?

2

- Mistä koostuu kulttuurimatkailun ekosysteemi?
- Miten Tikkurilan jokirannan alueen yritykset (Hotelli Vantaa, ravintolat, kahvilat, jne) saadaan houkuteltua mukaan yhteiskehittämiseen?

3

- Kuinka syntyisi yhteistyö Vantaan ruokaklusterin toimijoiden kanssa kulttuurimatkailun kehittämisessä?
- Yleisesti tapahtumissa, esimerkkinä yhteistyö jokirannan Lohifestarit – tapahtumassa?

Ryhmähaastattelun teemat ja kysymykset / Markkinointi



1

Millaisia mahdollisuuksia näette Tikkurilan jokirannan kulttuuriakeskittymän palveluiden markkinoinnin ja viestinnän tukemiseksi kaupunkiorganisaation näkökulmasta?

Millaisia haasteita?

2

Mitä konkreettisia toimenpiteitä voimme tehdä?

Kaupungin markkinoinnin / Visit Vantaan / kaupunkikulttuurin viestinnän näkökulmasta?

3

Miten syntyy vahva brändi?

Infotilaisuuden materiaali 14.2.2022

Tutkimuksen taustaa



- Tavoitteena Vantaan monipuolisen ja monikerroksisen kulttuuritarjonnan näkyväksi ja saavutettavaksi tekeminen; kulttuurikohteiden ja -elämysten markkinointi yhteistyössä palveluntuottajien ja Visit Vantaan kanssa. (Kulttuurilinjat 2021-2030).
- Työn tuloksena kehittämisehdotus kaupunkiorganisaation kulttuurimatkailun toimintamallista sekä Tikkurilan jokirannan kulttuurikeskittymän ensimmäisen vaiheen palvelukonsepti
- Konstruktiiivinen tutkimus, lähestymistapana palvelumuotoilun menetelmät
- Työn toteuttaminen kevät 2022

Elämyskeidas Tikkurilan jokiranta

- Opinnäytetyön kehittämiskohteena Tikkurilan jokiranta, jonka elävöittämissuunnitelma on jo ideoinut mm. alueen uusia opasteita, yhteistyömahdollisuuksia toimijoiden kesken sekä tapahtumia ja yhteistä markkinointia.

Jokirannan elävöittämissuunnitelma (Elinvoimaohjelma 2019)

- Mukana alueen kaupungin, yksityisen ja kolmannen sektorin kulttuuritoimijat, Visit Vantaa, kaupunkiympäristö, tilakeskus, Ramboll (Hanna Keskinen).
- Silkkitehtaan kiinteistöyhtiö Renor Oy on osoittanut kiinnostuksen osallistua alueen kehityskeskusteluihin
- Vuolle-saunaravintolan arvioitu valmistuminen vuonna 2025

- **Opinnäytetyön tuloksena syntyy kirjallinen raportti ja alustava palvelukonsepti.**

= testataan palvelukonseptin toimivuutta. Tuotteet ovat pohjana jatkokehittämiselle.

Kuva: Ramboll / Keskinen Hanne



Työpajan materiaali: Palvelun tasot

Palvelun tasot

Palvelusta voidaan erottaa kolme tasoa:

1. **Ydinpalvelut** (asiakkaan tarpeen täyttävä palvelun osa)
2. **Tukipalvelut** (ydinpalvelun tuottamiseen/toimittamiseen liittyvät palvelut)
3. **Lisäpalvelut** (varsinaisen ydinpalveluprosessin ulkopuolella syntyvät palvelut)

Esimerkkinä Puuropyörä Vantaan päivänä Silkkitehtaalla (2015)

1. Luomupuuro – smoothie + lusikka
2. Liikkuva lavapyörä jalkautui asiakkaiden luokse
3. Mausteena kaneli ja sokeri

POHDINTAA: Mitkä ovat palvelunne tasot? 5 – 10 min

- ryhmitellään fläppitalulle, eriväriset post-it laput

Kuva: Viskari-Perttu, 2015.



Palvelun tarjooma



Jatkopohdintaa ryhmissä:

- Mitä erilaisia toimintoja tai tuotteita **ydinpalvelu** sisältää?
- > Lisätään post-it lapuille

Työpajan materiaali: Empatiakartta

Asiakasymmärrys



Työpajan materiaali: Empatiakartta

- Täytetään oman palvelun empatiakartta

Mitkä ovat asiakkaan tarpeet, toiveet ja odotukset?

Muotoiluajuri

Miten asiakkaiden tarpeisiin vastataan?

Mitä palvelun suunnittelussa tulee ottaa huomioon?

- Muodostetaan persoonien toiveista ajuri, esim. kuinka palvelu vastaa asiakkaan toiveeseen yhteisöllisyydestä?

● Negative trends
Negative trends from the environment

- maailmantilanne (sota, korona...)

● Positive trends
Positive trends from the environment

- koronatilanteen helpottuminen (rajoitusten poistuminen)

● Headaches
Professional and work related issues

ajottainen tekemisen puute

● Opportunities
Professional and work related positive outcomes

- hiukan säästijä (vara kuluttaa)
- aktiivinen ystäväparukka
- paljon vapaa-aikaa

● Fears
Personal issues

terveys talous yksinäisyys

● Need
What does this person really want?

- piristystä
- elämyksiä
- olla osa ryhmää
- osallista elämää

● Hopes
Personal goals and hopes

- virikkeellisiä eläkpäiviä
- erilaisia aktiviteetteja & elämyksiä

Name Marjatta Marjamäki
Role/occupation eläkeläinen
Age 67
Other information asuu Tikkurilassa

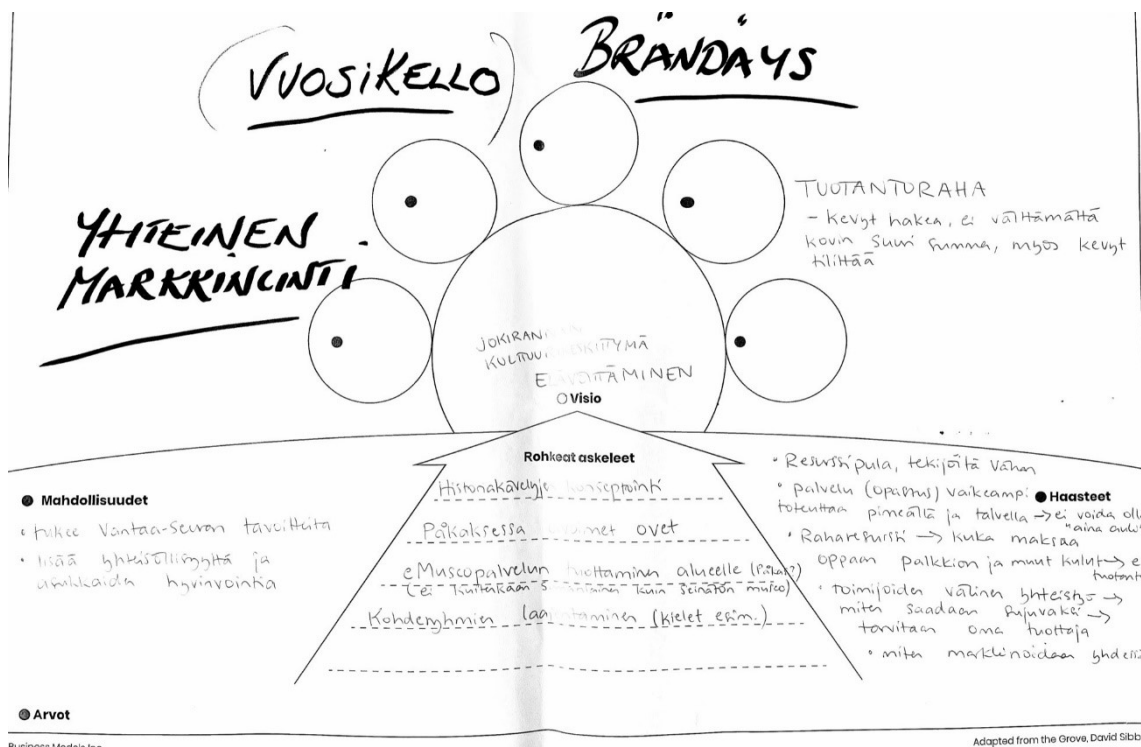
Työpajan materiaali: 5 Bold Steps

Jokirannasta tulevaisuuden elämyskeidas?



5 rohkeaa askelta kaupunkilaisen ja kulttuurimatkailijan tavoittamiseen (5 bold steps)

- Täydennetään VISIO: Tulevaisuuden elämyskeidas TAI oman palvelun kehittämisen visio
- Täydennetään TEEMAT: brändi, markkinointi, rahoitus tai joku muu teema
- Mitä haasteita ja mahdollisuuksia on matkalla kohti visiota?
- Mitä askelia tulee ottaa kohti visiota?



Palvelukonsepti

Ulla Viskari-Perttu, 2022.

Elämyskeidas

Tikkurilan jokiranta



Palvelukonsepti

Intro

Tavoite

Tämän palvelukonseptin tavoitteena on visualisoinnin avulla paketoita Tikkurilan jokirannan palvelukeskittymän palvelut ja tuotteet yksiin kansiin, sekä tuoda alueen toimijat ja sijainnit näkyväksi yhteiselle kartalle. Konsepti on tuotekehityksen prosessin ensimmäinen vaihe, jonka tarkoituksena on tuottaa nopea mallinnus kehittävästä palvelusta kaupunkilaisten ja matkailijoiden tarpeisiin.

Konsepti täydentää kaupunkiorganisaation jokirannan kokonaisvaltaisen kehittämisen toimintamallia 2022-2026. Palvelukonsepti on suunnattu sekä jokirannan toimijoiden yhteissuunnittelun, että kaupunkivetoisen elävöittämissuunnitelman jatkosuunnittelutyön tueksi.

Toimijat

Tikkurilan jokirannan alueella sijaitsee useita julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin palveluntuottajia. Yhdistyksiä ovat Tikkurilan Teatteri, Vantaa-Seura, Vantaan elävän musiikin yhdistys Velmu ry, Vantaan Taiteilijaseura sekä uuden Silkkitehtaan teatterit – keskittymän Tanssiteatteri Raatikko ja Teatteri Vantaa. Tiedekeskus Heurekan toiminnasta vastaa Tiedekeskussäätiö sr. ja alueen yrityksenä toimii Elokvateatteri Bio Grand. Julkisia palveluita alueelle tuottavat Lastenkulttuurikeskus Pessi, kulttuurisen nuorisotyön kulttuuritehdas Vernissa, Vantaan kaupungin museo ja kulttuuripalveluiden kulttuuritoiminta ja tilat - palvelualue.

Tämä palvelukonsepti on muodostunut edellä mainittujen palveluntuottajien yhteissuunnittelun tuloksena toukokuussa 2022.

Alueen muita yrityksiä ovat mm. Kahvi Charlotta Vernissa, Café Silkki, Tiederavintola Heureka, Sokos Hotelli Vantaa, Ravintola Amarillo ja Hertas Pub, sekä Silkkitehtaan kiinteistöyhtiö Renor Oy, jotka kutsutaan elävöittämissuunnitelman tuleviin kokouksiin.



Tikkurilan jokirannan palveluntuottajien yhteinen **ydinpalvelu** on elämykset. Ydinpalvelu tuottaa pääasiallisen ratkaisun asiakkaiden tarpeeseen. Lisäpalvelu lisää asiakkaiden ydinpalvelusta kokemaa arvoa ja kokemusta. Lovelockin ja Witzin (2011, 106).

Jokirannan palvelukeskittymän **lisäpalvelut** koostuvat ravintola-, kahvila- ja lisämyyntipalveluista sekä oheistapahtumista.

Tukipalveluita ovat infopisteet ja jakelukanavat.

Palvelutarjooma 2022

Heureka

Näyttelyt
Tapahtumat & työpajat,
Opastetut kierrokset,
Seminaarit
Tiederavintola ja Shop

Kaupunginmuseo

Näyttelyt ja opastus
Työpajat
Museopuoti
Tapahtumat

Tanssiteatteri Raatikko

Koko perheen
tanssiesitykset

Vaihtuvia elämyksiä:
Yhdessä tekeminen ja
viihtyminen

Teatteri Vantaa

Teatteriesitykset
Konsertit
Klubi-illat

Cafe Silkki &
ravintolapalvelut

Elokuvateatteri Bio Grand

Uutuudet
Lastenelokuvat
Taide-elokuvat
Matineat
Oopperat

Olohuone & Kioski

Tikkurilan Teatteri

Kokonaiselämyksiä:
Teatteriesitykset &
Kahvi Charlotta Vernissa

Palvelutarjooma 2022

Kulttuuritehdas Vernissa

Tapahtumavenue
Tilavuokraus
Kahvi Charlotta Vernissa

Tapahtumia:
Animaatiostudio Open Hours
Avoimet taidetyöpajat
Lastenkulttuuri
Keikat ja klubit

Yhteistyössä Velmu ry,
Lastenkulttuurikeskus Pessi

Taiteilijatalo Gjutars

Vaihtuvat kuvataidenäyttelyt
Työpajat
Tapahtumat

Kotiseututalo Påkas & Kuninkaantie

Vantaa-seuran opastetut
historiakävelyt

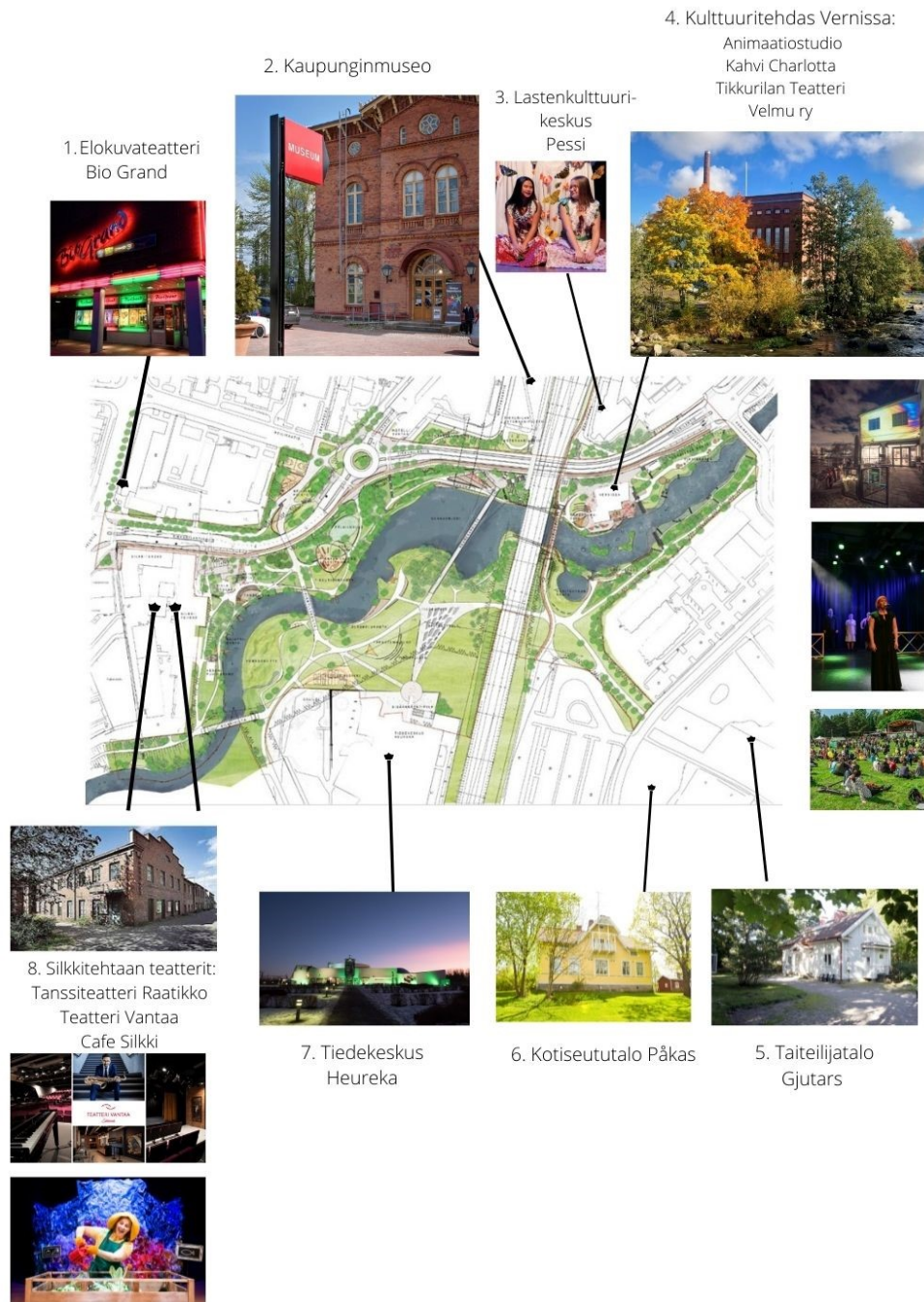
Historiateemaiset
tapahtumat

Tikkurila Teatterin
Kesäteatteri

Lastenkulttuurikeskus Pessi

Festivaalit
Näyttelyt
Esitykset
Työpajat
Tapahtumat

Tikkurilan jokirannan palveluiden sijainti kartalla



Jokirannan asiakassegmentit ja asiakkaan kokema palvelunarvo

*Toivoa, iloa, tunne-elämyksiä,
yhteisöllisyyttä, pysyvyyttä*

*Piristystä, elämyksiä,
mahdollisuus olla osa yhteisöä,
sisältöä elämään*



*Terveys, yhdessäolo, aktiivisuus
Irtiotto, laaja tarjonta,
viihtyisyys/siisteys*

*Mukavaa tekemistä perheen kanssa
Laadukasta ja edulliseen hintaan
Tasapainoinen elämää*

Asiakassegmentit muodostuivat teemahaastattelun tuloksina ja palvelunarvo työpajojen asiakasymmärryksen työkortti-menetelmällä.

Juureva brändi rakentuu historiasta

Tikkurilan vanha asema ja Vernissatehtaat

"Tikkurila on historiallinen liikenteen ja kaupankäynnin solmukohta, jossa ovat ristenneet jo keskiajalta lähtien Suuri Rantatie eli Kuninkaantie ja Keravanjoen vesi- ja jääreitit. Tähän risteyspaikkaan rakennettiin 1860-luvulla Suomen ensimmäisen rautatieyhteyden pysähdyspaikka ja Tikkurilan kookas tiilinen, Carl Albert Edelfeltin suunnittelema Tikkurilan rautatieasema. Vuodelta 1862 säilynyt rakennus on maamme vanhin säilynyt tiiliasema"



Kuva vuodelta 1956, Vantaan kaupunginmuseo / Lauri Leppänen ja Viljo Holopainen



"Tikkurilan vernissa- ja väritehtaiden historia alkoi 1860-luvulla, kun Tikkurilankosken myllyn yhteyteen perustettiin öljypuristamo ja muutamaa vuotta myöhemmin vernissatehdas. Vuonna 1919 öljy- ja vernissatehtaan viereen rakennettiin uusi maali- ja lakkatehdas." Kuva: VMK (Vernissatehdas ja vuonna 1912 rakennettu kivinen pato.)



"Aluksi maalivalmistus oli pienimuotoista, mutta tehtaan toiminnan merkittävä laajentuminen tapahtui jo 1920-luvulla. Öljypuristamosta on vuosien saatossa kehittynyt nykyinen Tikkurila Oyj -konserni. Väritehtaan toiminta siirtyi lopullisesti Keravanjoen eteläpuolelle 1980-luvun lopulla." Kuva: Vantaan kaupunki

"Vernissaa vastapäätä ylittäessäsi sillan Keravanjoen itäpuolelle tulee vastaan Kuninkaalan keskiajalle sijoittuva kylä ja lähimpänä jokea Helsinggårdin keltainen seurantal. Jatkaessasi matkaa joen eteläjuoksun suuntaan näet Tikkurilan väritehtaiden hallintorakennuksia jotka valmistuivat 1960-luvulla."

Kuva: Ulla Viskari-Perttu



Lähteet: Anne Silanto, 2018.
Kaupunginmuseon blogista "Muistaakseni".

Veininmylly, Villa Söderbo ja Silkkitehdas

"Tikkurilan Silkin loiston päivät sijoituivat 1950-luvun puoliväliin, jolloin se työllisti yli 700 henkeä. Suurin osa työntekijöistä oli naisia. Yhtiön perusteellisuus lopetettiin vuonna 1977, kun kutomo lakkautettiin. Tämän jälkeen tehtaassa jatkettiin vielä lippujen valmistusta, kunnes teollinen toiminta loppui kokonaan vuonna 1990."

Kuva: 1965, Studio B. Möller / VKM



"Silkkitehdas muodostaa ehjän ja yhtenäisen tehdasmiljöön jonka punatiiliset rakennukset valmistuivat 1934–1964. Suomen silkkiteollisuus Oy perustettiin vuonna 1933 Helsingissä, mutta jo seuraavana vuonna se muutti Tikkurilaan. Tehtaan vanhimmat osat valmistuivat 1930-luvulla, ja viimeisimmät laajennukset 1960-luvulla. Laajimmillaan tehtaaseen kuului kutomo, värjäämö, painamo, tarkkaamo, pakkaamo ja toimistotiloja. Rakennusten vanhempien osien suunnittelija oli Herman Kues ja uudempien Matti Finell."

"Söderlingin ja myöhemmin Veininmyllynä tunnetun punamultaisen puurakennuksen vieressä on keltainen huvila, entinen myllärin talo, Villa Söderbo. Talossa toimi aikanaan myös myllyn konttori. Rakennukset ovat valmistuneet 1930-luvulla.

Myllyn rakensi itsekin mylläriperheestä kotoisin oleva Ernst Söderling. Mylly oli erikoistunut vehnäjauhojen valmistukseen. Myllyn tuotanto oli suurimmillaan 1950-luvun alussa, jolloin se palveli koko lähialuetta. Saman vuosikymmenen loppupuolella pienet myllyt joutuivat kuitenkin vaikeuksiin, kun amerikkalainen halpa vehnäjauho saapui kilpailemaan markkinoista ja myös Söderlingin mylly lopetti vuonna 1956. Vantaan kaupunki osti tontin vuonna 1988. Mylly vuokrattiin Veini Vuorelalle, minkä jälkeen sitä on alettu kutsua Veininmyllyksi. Villa Söderbo on toiminut kaupungin taiteilijaresidenssinä."

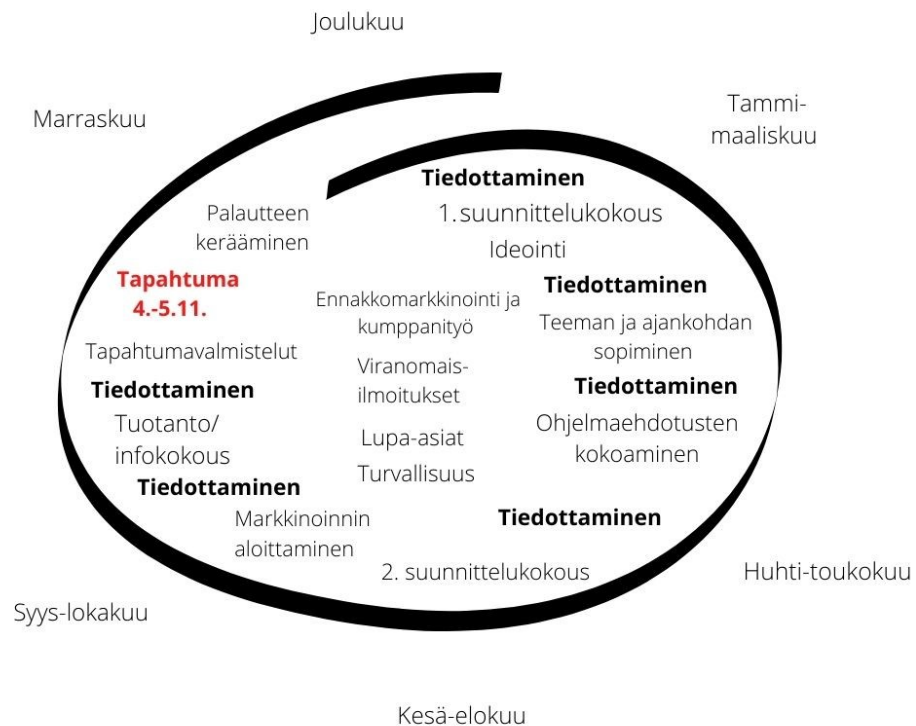
Kuva Veininmyllystä: Anne Silanto /VKM.



Lähteet: Anne Silanto, 2018. Kaupunginmuseon blogista "Muistaakseni".

Yhteisen tapahtuman suunnitteluprosessi

Esimerkkinä Kekrijuhlan vuosikello 4.-5.11.2022



Uuden Lohifestarit- festivaalin (2023) suunnittelu tulee käynnistää syksyn 2022 aikana.

Yhteiskehittämisen ja resurssoinnin mahdollistamat tuotekehityksen seuraavat vaiheet:

- Palveluiden paketointi ja tapahtumasisältöjen pohtiminen yhdessä
- Historiakävelyiden ja eMuseopalvelun konseptointi
- Monitaiteiset taidetyöpajat ja tapahtumat
- Perhelauantait
- Vernissan vakituiset aukioloajat ja säännöllinen tarjonta
- Piknik-konsertit ja puistofestivaalit.



Kuvat:

Sivut 1 & 10: Loci Maisema-arkkitehdit Oy

Kartta sivulla 2:

01. Bio Grand
- 02.-03. Vantaan kaupunki
- 04.-05. Viskari-Perttu
06. Tikkurilan Teatteri ry
07. Vantaan Taiteilijaseura
08. Kotiseututalo Pâkas ry
09. Heureka tiedesäätiö
10. Teatteri Vantaa / Tanssiteatteri Raatikko

Lähteet: Vuojolainen, A. (2018) *Valokuvaa Vantaa: Tikkurila*.
<http://muistaakseni.blogspot.com/2018/04/valokuvaa-vantaa-tikkurila.html>

Palvelukonseptin tekijä: Ulla Viskari-Perttu, Vantaan kulttuuripalvelut.
 Aineisto pohjautuu Metropolian opinnäytetyön
Tikkurilan jokiranta - tulevaisuuden elämyskeidas? työn tuloksiin (Metropolia, 2022).
 Konseptin kuvia ja historian lähdetietoja on käytetty tekijöiden luvalla.