



## **Vastuullisuuden kehittäminen risteilymatkustamisen tuotteistuksessa**

Maarit Keränen

Tuuli-Maria Siukonen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

Amk-opinnäytetyö

2023

## Tiivistelmä

<b>Tekijä(t)</b> Maarit Keränen ja Tuuli-Maria Siukonen
<b>Tutkinto</b> Restonomi
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Vastuullisuuden kehittäminen risteilymatkustamisen tuotteistuksessa
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 52 + 11
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkitaan Helsinkiin saapuville kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottujen tuotteiden vastuullisuuden kehittämisen edellytyksiä. Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Helsingin matkailu ja kohdepalvelu -yksikölle. Opinnäytetyön tutkimusongelmaksi määriteltiin mitä kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottujen tuotteiden kehittäminen vastuullisemmaksi edellyttää? Vastauksia tutkimusongelmaan haettiin seuraavien alakysymysten kautta: millainen rooli vastuullisuudella on risteilyliiketoiminnassa, millaisia haasteita vastuullisuuden kehittämiseen liittyy ja miten risteilymatkustajat mieltävät vastuullisuuden.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään risteilymatkustamista, vastuullisuutta ja esitellään Helsingin kaupungin matkailu ja kohdepalvelu -yksikön toimintaa. Risteilymatkustamisen osiossa esitellään risteilymatkailun ominaispiirteitä, esitellään Helsinkiä risteilykohteena, Itämeren risteilyaluetta sekä risteilymatkustuksen toimijaverkostoa. Vastuullisuus kohdassa käydään läpi vastuullisuuden määritelmää ja esitellään vastuullisuuden ulottuvuudet. Tutustutaan Suomen matkailustrategiaan, Sustainable Travel Finland -ohjelmaan ja käsitellään risteilymatkustamisen vastuullisuutta. Toimeksiantajan esittelyssä käydään läpi Helsingin kestävän matkailun periaatteet ja tutustutaan Helsingin matkailun ja tapahtumien toimintaohjelmaan 2022–2026.</p> <p>Tietoperustan jälkeen esitellään tutkimuksen suunnittelu ja toteutus sekä käydään läpi tutkimuksen tulokset. Opinnäytetyössä käytettiin laadullisia menetelmiä. Kesän aikana haastateltiin Helsinkiin saapuneita kansainvälisiä risteilymatkustajia vastuullisuusasioista. Incoming-matkatoimiston edustajan haastattelussa haettiin syvempää näkemystä tuotteistuksen suunnittelusta ja toteutuksesta sekä tämänhetkisten tuotteiden vastuullisuuden tilasta. Risteilyverkoston jäsenille pidettiin lokakuussa workshop. Tätä alustettiin ennakkotehtävällä, jossa kysyttiin kansainväliseen risteilymatkustukseen liittyviä haasteita ja mahdollisuuksia kaikki vastuullisuuden osa-alueet huomioiden. Workshopin tavoitteena oli ryhmätyöskentelyn avulla tuottaa konkreettisia toimenpide- ja kehitysehdotuksia ennakkotehtävästä esiinnoitettuihin aiheisiin liittyen.</p> <p>Opinnäytetyön tekeminen aloitettiin toukokuussa 2023 ja saatiin valmiiksi marraskuussa 2023. Opinnäytetyössä saatiin vastaus tutkimusongelmaan ja sen alakysymyksiin. Tuloksena syntyi kehitysideoita risteilymatkustamisen vastuullisuuden lisäämiseen liittyen. Kaupungin kannattaa kehittää edelleen kaikkien kansainväliseen risteilymatkustamiseen liittyvien toimijoiden välistä yhteistyötä. Yhtenäisen vastuullisuusviestin suunnittelu tulee ottaa kehitettäväksi ja toimijoita tulee kannustaa vastuullisuusviestinnän lisäämiseen. Satama-alueen ja sen ympäristön hyödyntämistä markkinoinnissa tulee kehittää.</p>
<b>Asiasanat</b> Kansainvälinen risteilymatkustaminen, vastuullisuus, kestävä kehitys, vastuullinen matkailu

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Risteilymatkustaminen.....	3
2.1	Helsinki risteilykohteena.....	4
2.2	Itämeren risteilyalue .....	4
2.3	Risteilymatkustamisen toimijaverkosto .....	5
3	Vastuullisuus .....	8
3.1	Työ ja elinkeinoministeriö .....	10
3.2	Sustainable Travel Finland -ohjelma .....	11
3.3	Risteilymatkustamisen vastuullisuus .....	11
4	Toimeksiantajan esittely .....	14
4.1	Helsingin kestävä matkailun periaatteet .....	15
4.2	Helsingin matkailun ja tapahtumien toimintaohjelma 2022–2026.....	15
5	Tutkimusmenetelmät .....	19
5.1	Matkustajahaastattelut .....	20
5.1.1	Suunnittelu.....	20
5.1.2	Toteutus.....	21
5.2	Incoming-matkatoimistojen edustajien haastattelut.....	22
5.2.1	Suunnittelu.....	22
5.2.2	Toteutus.....	23
5.3	Workshop.....	23
5.3.1	Suunnittelu.....	24
5.3.2	Toteutus.....	26
6	Tulokset.....	28
6.1	Matkustajahaastattelut .....	28
6.2	Incoming-matkatoimistojen edustajien haastattelut.....	31
6.3	Workshop.....	34
7	Pohdinta ja johtopäätökset .....	40
7.1	Tuloksissa esiinnousseet asiat toimeksiantajan hyödynnettäväksi .....	41
7.2	Tulevia opinnäytetöitä .....	44
7.3	Tutkimuksen luotettavuus ja toistettavuus .....	45
7.4	Oman oppimisen arviointi .....	46
	Lähteet.....	48
	Liitteet.....	53
	Liite 1. Risteilymatkustajien haastattelukysymykset englanniksi .....	53
	Liite 2. Incoming-matkatoimistojen ensikontaktiviesti .....	54

Liite 3. Incoming-matkatoimistojen haastattelukysymykset .....	55
Liite 4. Ennakkotehtävän saateteksti .....	56
Liite 5. Kooste workshopista .....	57

# 1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee Helsinkiin saapuville kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottujen tuotteiden vastuullisuuden kehittämistä. Opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona Helsingin matkailu ja kohdepalvelut -yksikölle. Tutkimme opinnäytetyössämme sitä, millaisia haasteita vastuullisuuden lisäämiseen liittyy palveluiden tuottajien näkökulmasta. Opinnäytetyömme keskeinen tutkimusongelma voidaan kiteyttää kysymykseen: mitä kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottujen tuotteiden kehittäminen vastuullisemmaksi edellyttää? Toteutimme tutkimuksemme haastattelemalla risteilyliiketoiminnan parissa työskenteleviä henkilöitä ja järjestämällä workshopin Helsingin risteilyverkoston kokouksessa. Lisäksi teimme lyhyitä matkustajahaastatteluja kesällä Helsinkiin saapuville kansainvälisille matkustajille. Haastatteluiden tarkoituksena oli valottaa, mitkä asiat näytetyvät risteilymatkustajille vastuullisina ja onko vastuullisuusviestintä saavuttanut heitä. Tutkimusongelmamme alakysymyksiä, joihin näillä haastatteluilla haimme vastauksia, ovat:

1. Millainen rooli vastuullisuudella on risteilyliiketoiminnassa?
2. Millaisia haasteita vastuullisuuden kehittämiseen liittyy?
3. Miten risteilymatkustajat mieltävät vastuullisuuden?

Halusimme tarkastella tutkimusongelmaa sekä toteuttamisen että viestinnän kautta, jotta voisimme antaa toimeksiantajallemme paremman kokonaiskuvan siitä, mihin keskittyä, jotta tuotteiden vastuullisuutta voidaan kehittää mahdollisimman tehokkaasti ja läpinäkyvästi. Työmme tavoitteena on luoda toimeksiantajallemme kokonaiskuva siitä, mitkä asiat korostuivat haasteina toimijoille ja kuinka toimeksiantajamme voisi tukea eri toimijoiden vastuullisuuskehitystä. Tarkoituksenamme oli keskittyä pelkästään incoming-matkatoimistojen osuuteen, mutta vähäisen tutkimusaineiston vuoksi laajensimme rajausta kattamaan myös muut toimijat Helsingin risteilymatkustamisen parissa workshopin osalta. Incoming-matkatoimistojen haastatteluista saatujen vastausten oli tarkoitus vastata yllälistatuista alakysymyksistä ensimmäiseen: ”millainen rooli vastuullisuudella on nykyisin tuotteiden hankinnassa?”

Toteutimme workshopin Helsingin risteilyverkoston kokouksen yhteydessä, jossa risteilymatkustamisen parissa toimivat ammattilaiset pohtivat vastuullisuuden lisäämistä eri osa-alueilla, kuten liikennöinnin ja yhteistyön saralla. Workshopin tuloksia käytämme vastaamaan tutkimusongelmamme alakysymykseen ”Millaisia haasteita vastuullisuuden kehittämiseen liittyy?” Opinnäytetyömme tähtää näiden ongelmien kartoittamiseen ja ratkaisujen hahmottelemiseen, jotta toimeksiantajamme voi käyttää kerättyä tietoa kehittääkseen omia toimiaan mahdollistaakseen kestävän kehityksen Helsingin kaupungin vastuullisuustavoitteiden saavuttamiseksi. Helsinkiin kesällä 2023 saapuvien risteilymatkustajien haastatteluissa selvitimme vastausta viimeiseen

alakysymykseemme siitä, miten he mieltävät vastuullisuuden kyselemällä heiltä myös heidän havainnoimistaan vastuullisuustoimista risteilyaluksella ja vierailukohteissa.

Rajasimme opinnäytetyömme ulkopuolelle tuotekehityksen, koska kokonaiskuvan hahmotteleminen nousi toimeksiantajan kanssa käytyjen keskusteluiden pohjalta tärkeämmäksi. Lisäksi rajasimme haastatteluotoksen incoming-matkatoimistojen edustajiin, koska heillä on avainrooli tuotetuksen vastuullisuuden kehittämisessä. Rajaukset suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Aloitamme opinnäytetyömme määrittelemällä keskeisiä käsitteitä risteilymatkustamisen ja vastuullisuuden saralla. Esittelemme toimeksiantajamme lähtökohdat kestävään kehitykseen ja käyttämämme tutkimusmenetelmät. Raportoimme tutkimuksemme kulusta ja analysoimme tulokset. Päättämme opinnäytetyön pohdintaan, jossa nostamme havaintojamme esille toimeksiantajan hyödynnettäväksi, sekä pohdimme tulevaisuuden opinnäytetyön aiheita.

## 2 Risteilymatkustaminen

Tässä luvussa käymme läpi risteilymatkustamisen määritelmän sekä risteilymatkailun tunnistettavia piirteitä. Alaluvuissa käsittelemme Helsinkiä kohdesatamana ja Itämeren risteilyaluetta. Lisäksi esittelemme risteilymatkailun toimijaverkostoa ja käymme läpi hieman tarkemmin muutamia opinnäytetyömme kannalta oleellisia toimijoita.

Kansainvälisen risteilymatkustamisen määrittelemme Cruise Balticin mallin mukaan, joka määrittelee risteilyn kestoksi vähintään 60 tuntia ja jonka tulee vierailta vähintään kahdessa satamassa aloitus- ja lopetussatamien lisäksi. Risteily on huvimatka ja aluksella ei kuljeteta rahtia ollenkaan. Risteilyn hinnan kuuluu sisältää majoituksen ja ateriat aluksella. (Cruise Baltic 2023, 21.) Tämä määritelmä rajaa pois opinnäytetyöstämme Helsingistä tehtävät risteilyt Tukholmaan ja Tallinnaan.

Risteilyjen kesto voi olla muutamasta päivästä jopa useisiin kuukausiin, useimmiten 7–14 päivää. Risteilyllä on aina matkasuunnitelma, josta ilmenee risteilyn aikana vierailtavat kohteet. Alukset voidaan luokitella massa-, premium- ja luksusristeilijöihin. Suurilla massaristeilijöillä matkustajia voi olla useita tuhansia ja pienemmillä risteilyaluksilla joitain satoja. Näiden lisäksi on myös erikoisristeilyjä, jotka suunnitellaan tietyn teeman ympärille, esimerkiksi häämatka- tai sukellusristeily. (Forms of cruise tourism 2021.) Tämän päivän risteilyalukset ovat jo itsessään lomakohteita. Risteilyalukset tarjoavat monenlaisia harrastusmahdollisuuksia ja aktiviteetteja. Aluksilla on usein uima-altaita, kylpylöitä ja kauneushoitoloita. Ajanvietettä tarjoavat erilaiset liikuntamahdollisuudet, elokuvateatterit, kasinot sekä kaupat. Ravintoloita ja baareja aluksilta löytyy useita ja viihdeohjelmaa on sekä aikuisille, että lapsille. Osa risteilyistä voi olla suunniteltu myös tietyille kohderyhmälle kuten lapsiperheet. (Yate 2023.) Risteilyalukset voidaan jaotella myös alusten koon ja matkustajakapasiteetin mukaan. Mega-alukset ovat suurimpia ja voivat majoittaa yli 5000 matkustajaa, isot risteilyalukset ovat pienempiä verrattuna mega-aluksiin, mutta majoituskapasiteettia niistäkin löytyy 2500–3500 matkustajalle. Keskikokoisiin aluksiinkin matkustajia mahtuu 1500–2500. Pienten alusten majoituskapasiteetti on alle 800 matkustajaa. (Ghosh 2022.)

Liiketoiminnan näkökulmasta katsottuna risteilymatkustaminen on maailmanlaajuisesti nopeimmin kasvava matkailumuoto koko matkailuteollisuudessa. Maailmanlaajuisesti risteilymatkustamisen markkina-arvo oli vuonna 2022 5,3 miljardia dollaria, josta Euroopan osuus on 1,5 miljardia dollaria. Tämän ennustetaan nousevan 17,3 miljardiin dollariin vuonna 2033. Ennen Covid-19 pandemiaa vuonna 2019 risteilyteollisuus työllisti maailmanlaajuisesti 1,8 miljoonaa ihmistä ja matkustajia oli 29,7 miljoonaa. (Future market insights 2023.)

## 2.1 Helsinki risteilykohteena

Kuluneella risteilykaudella 2023 Helsingissä vieraili 90 alusta, joista yöpyviä oli 17. Muut alukset olivat päiväkävijöitä ja vierailun kesto Helsingissä vaihteli viidestä kymmeneen tuntiin. (Port of Helsinki 2023a.) Helsingissä vieraili kauden aikana yhteensä 163 000 kansainvälistä risteilymatkustajaa. Aluskäyntejä ei ollut yhtä paljon kuin vuonna 2022, mutta alusten täyttöaste oli suurempi (81 %) ja vierailijamäärä pysyi samana verrattuna vuoden takaiseen. Kansalaisuuksien mukaan katsottuna eniten matkustajia saapui Saksasta (38 %), toisena oli Yhdysvallat (19 %) ja kolmanneksi eniten vierailijoita saapui Iso-Britanniasta (17 %). Kauden kesto oli huhtikuun puolesta välistä syyskuun loppuun. Ensimmäinen alus saapui 15.4. ja viimeinen 30.9. (Port of Helsinki 2023b). Eniten kansainvälisiä risteilymatkustajia on saapunut Helsinkiin vuonna 2019, jolloin aluskäyntejä oli 303 ja vierailijoita 605 000 (Port of Helsinki 2019).

Vuonna 2019 tehdyssä TAK rajatutkimuksessa selvitettiin kansainvälisten risteilymatkailijoiden rahankäyttöä Helsingissä. Tutkimuksen mukaan risteilymatkustajat käyttivät vierailullaan rahaa keskimäärin 54 euroa matkustajaa kohden. Kokonaisuudessaan risteilymatkustajat jättivät Helsinkiin 25 miljoonaa euroa. Vertailuluvut muiden ulkomaisten matkailijoiden kohdalta ovat 84 euroa matkustajaa kohden ja 1,4 miljardia euroa yhteensä vuonna 2018. (TAK 2019.)

Cruise Baltic markkinoi Helsinkiä modernina kaupunkina, joka on saanut Unescon ”City of Design” aseman. Helsingin kohokohdiksi on nostettu suosituimpia nähtävyyksiä kuten Tuomiokirkko, Kaupatori, Temppeliaukion kirkko, Sibelius monumentti ja Suomenlinna. Modernin arkkitehtuurin edustajiksi on nostettu Löyly, Oodi ja Allas sea pool. (Cruise Baltic s.a.a.)

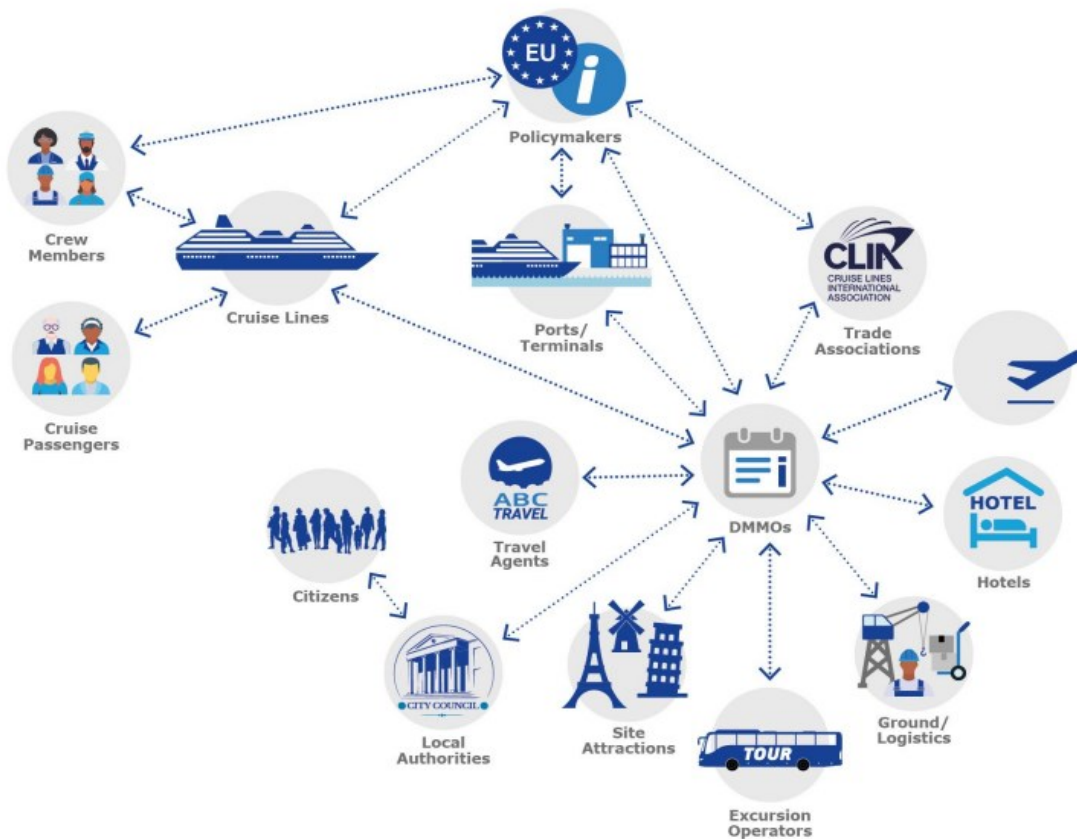
## 2.2 Itämeren risteilyalue

Itämeren risteilyalueeseen kuuluu Tanska, Norja, Ruotsi, Suomi, Viro, Saksa, Puola, Latvia sekä Liettua. Suomessa kohteita ovat Helsingin lisäksi Kotka, Hamina, Turku ja Maarianhamina Ahvenanmaalla. Aiemmin myös Venäjä kuului alueeseen, Pietarin ollessa kohdesatama, mutta Venäjän aloitettua hyökkäyssodan Ukrainassa, aluskäynnit Pietariin loppuivat. Vuoden 2022 aikana aluskäyntejä oli Itämeren risteilyalueella 2 415 ja matkustajia yli 4 miljoonaa. Ala on lähtenyt toipumaan Covid-19 pandemiasta, mutta huippuvuoden 2019 lukuihin ei ole vielä päästy. Vuonna 2022 suurimmat kohteet risteilyvierailijoiden määrän mukaan katsottuna olivat Kiel, Kööpenhamina, Rostock, Oslo ja Tukholma. Aluskäyntien määrän mukaan suurimmat kohteet olivat Kööpenhamina, Kiel, Tukholma, Tallinna ja Helsinki. (Cruise Baltic 2023, 2–5, 13–14.) Cruise Balticin edustajan haastattelussa (Asiantuntija A 26.7.2023) selvisi myös se, että Itämeren aluetta pidetään kaikkein vastuullisimpana risteilyalueena maailmassa. Keskeisiä teemoja Itämeren risteilyaluetta

markkinoidessa ovat luonto, historia, arkkitehtuuri ja kaupunkien ominaispiirteet. Pohjoismainen keittiö, yötön yö ja revontulet muistetaan myös mainita. Tukholmasta ja Tallinnasta nostetaan esiin vanhat kaupungit, Norjasta vuonot, Amsterdamista kanaalit. (Royal Caribbean s.a.)

### 2.3 Risteilymatkustamisen toimijaverkosto

Risteilymatkustamisen toimijaverkosto on hyvin laaja. Siihen kuuluu useita toimijoita: risteilyvarustamot, satamat, matkatoimistot, erilaiset yhteistyöverkostot sekä esimerkiksi retkipalvelujen tuottajat. Tässä esittelemme opinnäytetyömme kannalta tärkeimpiä tahoja. Kuva 1 havainnollistaa kuinka paljon eri tahoja on kytköksissä kansainväliseen risteilymatkustamiseen. Kaiken keskiössä on matkailun alueorganisaatio, tässä tapauksessa toimeksiantajamme eli Helsingin kaupungin matkailu ja kohdepalvelu -yksikkö, jonka esittelemme luvussa neljä. Risteilyjen reittisuunnitelmien teko vaatii yhteistyötä varustamoilta, kohdesatamilta sekä matkanjärjestäjiltä. Kohteessa tehtävien retkien suunnittelu ja toteutus tehdään yhdessä varustamon, incoming-matkatoimiston, palvelun tuottajan, liikennöijän ja sataman kanssa.



Kuva 1. Risteilyteollisuuden ekosysteemi. (EU 2023, 25)



Risteilymatkustamisen toimijaverkoston kuuluu useita toimiala- ja yhteistyöverkostoja, näitä ovat esimerkiksi Cruise Baltic ja CLIA. Cruise Baltic on B2B-verkosto, joka koostuu Itämeren alueen satamista ja kohteista. Tällä hetkellä verkostoon kuuluu 32 satamaa kahdeksassa eri maassa. Verkoston tehtävänä on markkinoida Itämeren aluetta sekä verkostoon kuuluvia kohteita risteilyvarustamoille. Verkoston jäsenille järjestetään vuosittaisia tapaamisia, joissa käydään läpi risteilymatkailuun liittyviä ajankohtaisia aiheita. Lisäksi verkosto julkaisee vuosittain markkinakatsauksia ja uutisoi säännöllisesti alueen vastuullisuustoimista ja niiden kehittämisestä. (Asiantuntija A 26.7.2023.) Cruise Baltic järjestää myös tutustumismatkoja risteilyvarustamoiden edustajille Itämeren alueen risteilykohteisiin. Näillä matkoilla pyritään lisäämään Itämeren risteilyalueen houkuttelevuutta varustamoiden silmissä. Toukokuussa 2023 järjestettiin tutustumismatka amerikkalaisten risteilyvarustamoiden edustajille ja Helsinki oli yksi matkan vierailukohteista. (Cruise Baltic 5.4.2023.) CLIA on risteilymatkustamisen toimialajärjestö, johon kuuluu risteilyvarustamoita, matkatoimistoja ja destinaatioita (CLIA 2023). Risteilyalukset muodostavat alle yhden prosentin maailman aluksista (CLIA s.a., 5). CLIAN jäsenvarustamot, jotka kattavat 95 prosenttia maailmalaajuisesta risteilymatkustajakapasiteetista, raportoivat vastuullisuussuunnitelmistaan omissa vastuullisuusraporteissaan (CLIA s.a., 8).

### 3 Vastuullisuus

Tässä opinnäytetyössä käytämme termejä kestävän kehityksen osa-alueelta. Opinnäytetyömme keskittyy siihen, miten vastuullisuutta voidaan lisätä Helsinkiin saapuville kansainvälisille risteilymatkustajille tarjotuissa tuotteissa. Helsingin kaupunkistrategia määrittelee raamit koko kaupungin kestäväälle kehitykselle. Koska kaupunkistrategia ohjaa koko kaupungin toimintaa, myös matkailu ja kohdepalvelut -yksikön toiminnan kestävä kehitys Helsinkiin suuntautuvan risteilymatkustamisen parissa pohjautuu tälle strategialle. Esittelemme Helsingin kaupungin kestävyysstrategiaa sekä matkailun ja tapahtumien toimintaohjelmaa tarkemmin seuraavassa kappaleessa. Määrittelemme ensin sen, mitä tarkoitamme kestäväällä kehityksellä ja vastuullisella toiminnalla.

Peruskäsite, kestävä kehitys, voidaan määritellä esimerkiksi Ympäristöministeriön (15.3.2023) sanoin:

Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Tämä tarkoittaa myös, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon päätöksenteossa ja toiminnassa.

Kestävä kehitys koskee kaikkea toimintaa, myös matkailualaa. Matkailualalla vastuullinen toiminta on noussut keskiöön, koska ”tiedostavammat ja vastuullisemmat kuluttajat haluavat vaalia sekä ympäristön että sosiaalista hyvinvointia matkustaessaan” ja tekevät valintoja sen mukaan, kuinka vastuullisena yritykset näyttävät (Visit Finland 22.12.2021). Visit Finlandin (s.a.b.) mukaan ero vastuullisen toiminnan ja kestävän kehityksen välillä voidaan eritellä seuraavasti: ”vastuullinen matkailun yritystoiminta on kestävää ja kannattavaa liiketoimintaa, jossa huomioidaan yrityksen suorat ja epäsuorat vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan. Kestävä kehitys voidaan nähdä tavoitteena, johon yritys vastuulla pyritään.”

Kestävä kehitys jaetaan kolmeen ulottuvuuteen, jotka kaikki tulee huomioida vastuullisessa toiminnassa: ekologinen, taloudellinen ja sosio-kulttuurinen. Ekologisessa ulottuvuudessa huomioidaan luonnonvarojen riittävyys ja luonnon monimuotoisuus. Sosio-kulttuurinen ulottuvuus käsittää matkailukohteen asukkaat ja heidän kulttuurinsa. Taloudellinen ulottuvuus varmistaa, että matkailu on kestäväällä pohjalla myös taloudellisesti sekä tuottaa ansaintamahdollisuuksia ja työpaikkoja. (UNTWO s.a.a) Risteilymatkustamisen osalta tämä tarkoittaa, että huomioidaan risteilyvarustamon ja kohteiden talous, ympäristö merellä ja maissa sekä ihmiset, eli niin risteilymatkustajat, kuin ihmiset, jotka työskentelevät risteilytoiminnan parissa aluksella ja maissa.

YK on luonut 17 kestävän kehityksen tavoitetta, joista jokaisen toteutumiseen matkailulla on mahdollisuus vaikuttaa joko suorasti tai epäsuorasti (UNTWO s.a.b). Alla olevassa kuvassa (Kuva 3) näkyvät nämä 17 kestävyys tavoitetta.



Kuva 3. Kestävän kehityksen tavoitteet (Ulkoministeriö s.a.)

Tavoitteet kattavat kestävän kehityksen kaikki kolme osa-aluetta. Sosiaalisen vastuun osa-alueelle kuuluvat muun muassa tavoitteet köyhyyden lopettamisesta, sukupuolten tasa-arvon saavuttamisesta ja kaupunkien ja yhteisöjen kestävyyskehittämisen. Taloudellinen osa-alue on huomioitu muun muassa tavoitteissa kahdeksan ja yhdeksän, joilla tavoitellaan talouskasvua ja innovaatioita. Ekologinen osa-alue on puolestaan läsnä etenkin ilmastotokeiden sekä vedenalaisen ja maanpäällisen elämän tavoitteissa. Nämä tavoitteet ovat YK:n Agenda 2030 toimintaohjelmasta, johon Suomi on sitoutunut (Ulkoministeriö s.a.).

### 3.1 Työ ja elinkeinoministeriö

Työ- ja elinkeinoministeriön Suomen matkailustrategiassa (2022, 36–37) asetetaan tavoitteeksi kestävyuden valjastaminen koko Suomen matkailun kilpailuvaltiksi. Strategia esittelee eri toimenpiteitä, joilla kestävyys nostetaan keskiöön yhteistyössä:

Matkailuyrityksiä ja -alueita, sidosryhmiä sekä matkailijoita rohkaistaan ja sitoutetaan taloudellisesti, sosiaalisesti, kulttuurisesti ja ympäristöllisesti vastuullisiin valintoihin kansallisten ja Euroopan unionin suositusten vapaaehtoisella ja lainsäädännön velvoittavalla toimeenpanolla sekä koulutuksen, viestinnän ja markkinoinnin avulla (Työ- ja elinkeinoministeriö 2022, 36).

Strategiassa otetaan huomioon kestävä kehitys kokonaisuutena huomioiden myös eri sidosryhmät. Matkailualalla on useita eri toimijoita, joiden palveluita matkailija käyttää, joilla kaikilla on jokaisella omat lähtökohtansa. Alalla toimii matkanjärjestäjiä, kuljetuspalveluiden tarjoajia, ravitsemusliikkeitä ja majoitusliikkeitä, joita kaikkia myös säätelevät erilaiset lait ja säädökset. Näiden erilaisten lähtökohtien ja rajoitusten huomioiminen on avainasemassa toimivan yhteistyön kehittämisessä. Yhteistyön kehittäminen on mainittu myös yhtenä YK:n kestävä kehityksen 17 tavoitetta, joihin viittasimme edellisessä alaluvussa. Myös Suomen matkailukentän on tähdättävä yhteiseen päämäärään saavuttaakseen kestävyystavoitteet, koska kaikilla on oma osuutensa vastuullisuuden kehittämisessä.

Suomen matkailustrategian toimenpiteissä ajalle 2022–2023 nimetään kestävä matkailu, jopa uudistava matkailu, lähtökohdaksi tuotteiden kehittämisessä huomioiden asiakaslähtöisesti eri vastuullisuuden osa-alueita. Strategia huomioi kattavasti vaikutuksia, joita matkailupalveluiden tuottamisesta voi syntyä. Strategiassa mainitaan erikseen, että huolimatta siitä, että matkailustrategia tähtää matkailun kasvuun, sitä tule tehdä paikallisyhteisöjen tai työntekijöiden kustannuksella. Strategiassa mainitaan myös vastuullisuusviestinnän tärkeys ja kestävä matkailun merkitys työnantajaimagoon. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2022, 36–37.) Mielestämme matkailualan korostaminen houkuttelevana työympäristönä on erittäin tärkeää alan työntekijäpulan vuoksi. Matkailuala työllisti vuonna 2019 154 000 henkilöä, joista 16 prosenttia oli ulkomaista työvoimaa (Työ- ja elinkeinoministeriö s.a.). Matkailuala kilpailee kansainvälisesti työntekijöistä, joten sekä yksittäisten yritysten, että koko alan, työnantajamielikuva voi nousta ratkaisevaan asemaan kilpailussa osaajista. Vastuullisuusviestintä toki tähtää myös matkailijoille suunnattuun viestintään ja sitä kautta kasvuun, etenkin sellaisissa matkailijasegmenteissä, missä vastuullisuudella on merkittävä rooli matkakohteen valinnassa. Tähän viittaa myös Suomen matkailustrategian asettama tavoite tehdä kestävästä matkailusta kilpailuvaltti, johon viittasimme aiemmin. Matkailustrategiassaan työ- ja elinkeinoministeriö (2022, 37–38) mainitsee myös Sustainable Travel Finland -ohjelman kehittämisen ja edistämisen toimenpiteissään. Esittelemme seuraavaksi tätä ohjelmaa hieman tarkemmin.

### 3.2 Sustainable Travel Finland -ohjelma

Visit Finlandin kestävän kehityksen Sustainable Travel Finland -merkki ja -ohjelma on luotu tukemaan Suomen matkailun vastuullisuutta. Ohjelma on maksuton ja tarjoaa koulutusta ja tukea kestävän kehityksen huomioimiseksi matkailuliiketoiminnassa. Sustainable Travel Finland -ohjelma on jaettu seitsemään askeleeseen, jotka läpikäymällä ja täyttämällä minimikriteerit, yritys voi hakea Sustainable Travel Finland -merkkiä. Askeleet koostuvat esimerkiksi sitoutumisesta kestävän kehityksen valtakunnallisiin periaatteisiin, Sustainable Travel Finland -valmennuksesta, sertifiointista vastuullisuuden saralla, vastuullisuuden kehittämisestä sekä mittaamisesta ja raportoinnista. Jotta destinaatio voi saavuttaa Sustainable Travel Finland -merkin, tulee sen ”yritysverkoston matkailuyrityksistä 51 %:lla on STF-merkki, tai destinaatiolla on GSTC-akkreditoitu destinaatiotason sertifiointi ja toimintasuunnitelma alueen yritysten saattamiseksi STF-polulle aina STF-merkkiin saakka” (Visit Finland s.a.a.). Syyskuuhun 2023 mennessä merkin ovat suorittaneet 367 yritystä ja 5 destinaatiota. (Visit Finland s.a.a.)

Myös Helsingin kaupunki tavoittelee Sustainable Travel Finland -merkkiä (Helsingin kaupunki 2023c), joten Sustainable Travel Finland -ohjelma on hyvin tärkeä Helsingin kestävyuden kehittämisessä, jotta Helsinki voi saavuttaa merkin. Helsingin kaupunki kannustaa Helsingin tekijät -verkostonsa jäseniä osallistumaan Sustainable Travel Finland -merkin hankkimiseen.

Helsingin tekijät -kumppanuusverkosto on matkailu-, tapahtuma- ja ravintola-alan yhteinen verkosto, jonka tavoitteena on yhdessä kehittää Helsingistä vetovoimainen, maailman kestävin ja älykkäin matkailu- ja tapahtumakaupunki (Helsingin kaupunki 2023a)

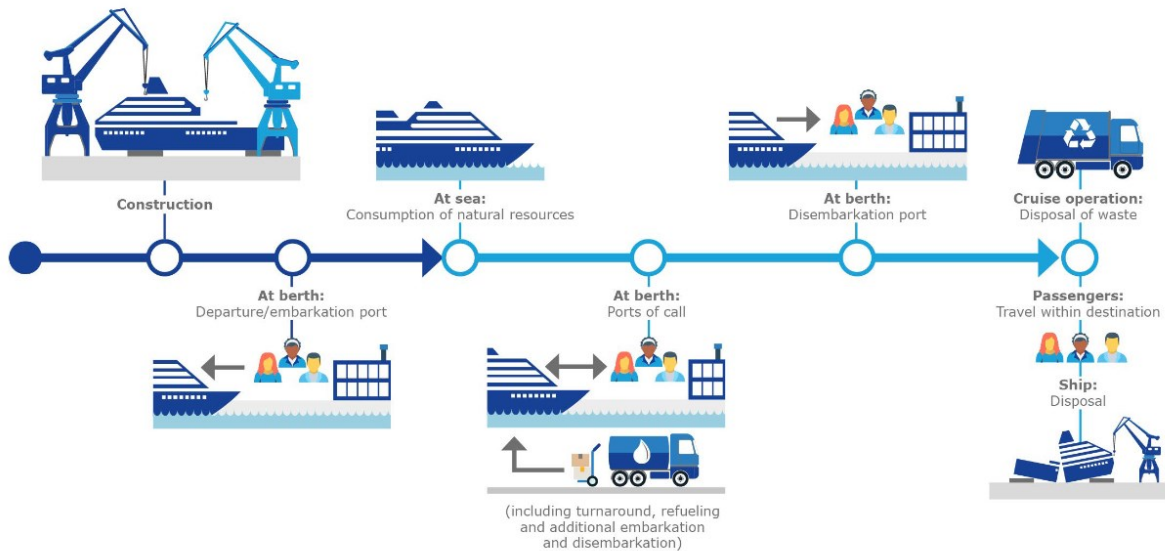
Yhteistyössä tekeminen korostuu myös Helsingin tekijät -verkoston toiminnassa: verkostolla on pääsy erilaisiin tilaisuuksiin, yhteistyöalustalle, sparrausvalmennukseen ja erilaisiin koulutuksiin, missä voi oppia myös muilta yrityksiltä (Helsingin kaupunki 2023a).

Sustainable Travel Finland -merkin saaneiden yritysten lukumäärä ja sijainti ovat mukana myös mittaristossa, minkä avulla Helsingin kaupungin ilmastotavoitteiden saavuttamista seurataan (Helsingin kaupunki 2.6.2023, 13). Tämä edellyttää, että myös risteilyliiketoiminnan parissa toimivat yritykset tulee saada motivoitua osallistumaan ohjelmaan, jotta Helsinki voi päästä tavoitteisiinsa. Kerromme näistä tavoitteista seuraavassa luvussa, jossa esittelemme tarkemmin toimeksiantaamme ja Helsingin kaupungin kestävyys tavoitteita.

### 3.3 Risteilymatkustamisen vastuullisuus

Risteilyliiketoimintaan, kuten kaikkeen muuhunkin liiketoimintaan, liittyy vastuullisuushaasteita. Näitä haasteita on kaikilla vastuullisuuden osa-alueilla. Alla olevassa kuvassa (kuva 4) on

havainnollistettuna risteilyaluksen elinkaari ja eri vaiheet, joissa kestävä kehitys tulee huomioida eri tavoin. Laivan rakennus, satamassa olot, merellä olo ja purkaminen kuluttavat kaikki resursseja. Laivan ollessa satamassa, matkustajien liikkuminen kuluttaa kohteen resursseja ja laivan jätteet tulee kierrättää maissa. Risteilymatkustamiseen liittyy monenlaisia haasteita, joihin kehitetään yhteistyössä monien tahojen kanssa ratkaisuja.



Kuva 4. Risteilyaluksen elinkaari (EU 2023, 29)

CLIA (s.a., 8) korostaa risteilyliiketoiminnan olevan verkosto, jonka kaikilla toimijoilla on oma roolinsa vastuullisuuden kehittämisessä ja yhteistyön merkitystä tavoitteiden saavuttamiseksi. CLIA:n jäsenet ovat asettaneet tavoitteeksi pyrkiä hiilineutraaliuteen vuoteen 2050 mennessä ja raportoi-  
vat edistyksensä CLIA:lle, joka myös julkaisee raportteja näihin askeliin liittyen (CLIA s.a., 9). CLIA on jäsenistönsä kanssa määritellyt, mitkä YK:n kestävä kehityksen tavoitteista ovat oleellisia juuri risteilyliiketoiminnalle:

- Tavoite numero 3, terveyttä ja hyvinvointia
- Tavoite numero 5, sukupuolten tasa-arvo
- Tavoite numero 6, puhdas vesi ja sanitaatio
- Tavoite numero 7, edullista ja puhdasta energiaa
- Tavoite numero 8, ihmisarvoista työtä ja talouskasvua
- Tavoite numero 11, kestävät kaupungit ja yhteisöt
- Tavoite numero 12, vastuullista kuluttamista
- Tavoite numero 13, ilmastotekoja
- Tavoite numero 14, vedenalainen elämä
- Tavoite numero 15, maanpäällinen elämä (CLIA s.a., 10–11).

Näitä CLIA:n määrittelemiä tavoitteita kohti jäsenet pyrkivät eri tavoin omassa toiminnassaan. Esimerkiksi Royal Caribbean Group (s.a., 74) on jättänyt näistä tavoitteista numerot 3, 5 ja 6 ulos, mutta lisännyt tavoitteen numero 17, yhteistyö ja kumppanuus, omiin tavoitteisiinsa.

Vaikka CLIA:n tavoite hiilineutraaliudelle on vuoteen 2050 mennessä, se ei tarkoita, että mitään ei tehdä ennen sitä. CLIA:n jäsenillä on myös välitavoitteita, kuten 40 prosentin päästövähennykset vuoden 2008 tasoon (CLIA s.a., 21). Teknologisia kehitysaskela otetaan jatkuvasti, esimerkiksi vuoteen 2028 mennessä 72 prosenttia CLIA:n jäsenistön aluksista voidaan kytkeä maasähköön, joka vähentää laivan polttoaineenkulutusta, koska aluksen moottorin ei tarvitse käydä satamassa ollessa (CLIA s.a., 13). Myös alusten pakokaasuja käsitellään erilaisilla teknologisilla järjestelmillä (CLIA s.a., 18).

Cruise Baltic on tehnyt vastuullisuusjulistuksen, jossa huomioidaan kaikki vastuullisuuden ulottuvuudet risteilymatkailussa ja painotetaan tärkeimpiä kehityskohteita. Taloudellisen vastuullisuuden tavoitteena on kohteen taloudellisen hyödyn kasvattaminen. Sosiaalisen vastuullisuuden tavoitteena on kasvattaa risteilymatkustuksen mainetta paikallisten keskuudessa. Ympäristövuosuuden tavoitteena on pienentää risteilymatkustamisesta aiheutuvia ekologisia haittoja. (Cruise Baltic 2019.) Cruise Baltic on luonut kumppaniensa avuksi työkalun, jolla voidaan mitata risteilykohteen vastuullisuutta. Vastuullisuustavoitteiden etenemistä seurataan vuosittaisella raportoinnilla. (Cruise Baltic s.a.b.)

Osa risteilyliiketoiminnan vastuullisista toimenpiteistä on toki risteilyvarustamoista lähtöisin, mutta osaa kontrolloidaan lainsäädännöllä. IMO on YK:n alainen järjestö, joka säätelee merenkulun turvallisuutta ja ympäristövaikutuksia, jotka YK:n alaisella järjestöllä tähtäävät aiemmin mainittuja kestävä kehityksen tavoitteiden saavuttamiseen (IMO 2019a). IMO:n sopimukset ratifioidaan jäsenvaltioiden toimesta, jolloin niistä tulee merenkulkua sääteleviä lakeja (IMO 2019b). Itämeren alueen lainsäädäntö on ympäristöasioissa maailman tiukinta ja se kieltää esimerkiksi harmaaveden päättämisen mereen, jolloin satamissa on investoitu vedenkäsittelyyn, tosin CLIA:n jäsenet ovat sitoutuneet tähän kaikkialla maailmassa (Cruise Baltic s.a.c.). Merenkulun säätelyä tarkastellessa on hyvä pitää mielessä, että yli 99 prosenttia aluksista on muita kuin risteilyaluksia (CLIA s.a., 5). Risteilyvarustamoiden omat vastuullisuusstrategiat ja -tavoitteet eroavat toisistaan, mutta osa varustamoista kehittää toimintaansa hyvinkin kunnianhimoisesti ja määrätietoisesti. CLIA:n (CLIA 2023, 24–25) mukaan risteilymatkustamisen trendeissä on havaittavissa kiihtynyt tahti ympäristöystävällisten teknologioiden käyttöönotossa, lisääntynyt kiinnostus matkustajien taholta ympäristövaikutuksiin ja kasvu risteilyvarustamoiden vastuullisten retkien tarjonnan lisääntymisen myötä vastuullisuuteen liittyvän valistuksen vaikutuksissa.

## 4 Toimeksiantajan esittely

Opinnäytetyömme toimeksiantajana on Helsingin matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö. Yksikön tehtäviin kuuluu edistää yhteistyössä muiden matkailun toimijoiden kanssa kestäväää ja älykästä kehitystä toimintaympäristössään, sekä vastata ”matkailuneuvonnasta, panostaa kansainvälisen yhteistyön lisäämiseen sekä matkailutuotteiden, alan innovaatioiden, digitaalisuuden ja tiedolla johtamisen edistämiseen” (Helsingin kaupunki 2023b). Löysimme yksikön opinnäytetöiden aihe-ehdotukset Haaga-Helian Moodle-sivuilta ja otimme yhteyttä toimeksiantajaan. Sovimme asian tiimoilta aloituspalaverin keväälle 2023, jossa käsitelimme toimeksiantajan ajatuksia ja tarpeita opinnäytetyöltämme. Toimeksiantajamme esitteli meille kansainvälisen risteilymatkustamisen parissa työskentelevien toimijoiden verkostoa ja sitä, miten tuotteet päätyvät risteilymatkustajien kulutettavaksi. Keskustelimme myös risteilymatkustamiseen liittyvistä haasteista käyntikohteelle, kuten ruuhkien vähentämisestä suosituimmilla nähtävyyksillä, asiakkaiden kohteessa käyttämän rahamäärän kasvunvarasta ja viipymien keston pidentämisestä. Aloimme työstää opinnäytetyösuunnitelmaa, johon pyysimme myös kommentit toimeksiantajalta. Hahmottelimme tutkimusongelmaksemme vastuullisuuden kehittämisen edellytykset kansainvälisille risteilymatkustajille tarjotuissa tuotteissa ja alakysymyksiksi johdannossa mainitut kysymykset vastuullisuuden roolista tuotteiden valinnassa, vastuullisuuden lisäämisen haasteista sekä matkailijoiden näkemyksistä vastuullisuudesta. Olemme tehneet läheistä yhteistyötä toimeksiantajan kanssa koko opinnäytetyön ajan, jotta saisimme toteutettua opinnäytetyön siten, että se palvelee toimeksiantajan tarpeita mahdollisimman hyvin.

Vastuullisuus on nostettu keskiöön Suomen matkailustrategiassa, josta kerroimme edellisessä luvussa. Helsingin matkailu ja kohdepalvelut -yksikön vastuullisuustoimia ohjaa viime kädessä Helsingin kaupungin strategia, jossa kestävä kehitys on otettu johtavaksi tekijäksi. Kaupunkistrategia toki keskittyy kaupungin kehitykseen kokonaisuutena, mutta matkailu on yksi osa tätä kokonaisuutta. Kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti Helsingin kaupunkistrategia huomioi sekä asukkaat, että matkailijatkin. Kaupunkistrategian lähtökohtana on se, että Helsinki on hyvä paikka asua, jolloin myös matkailijat hyötyvät tästä kehityksestä. ”Vetovoimainen kaupunki houkuttelee myös matkailijoita. Kehitämme Helsingistä maailman kestäväintä ja älykkäintä matkailukohdetta” (Helsingin kaupunki 2021, 54). Helsingin kaupunkistrategia huomioi kattavasti niin ekologisen, taloudellisen, kuin sosio-kulttuurisenkin vastuun. Kaikilla vastuullisuuden osa-alueilla on strategisia painopisteitä, kuten hiilineutraaliustavoitteen saavuttaminen vuoteen 2030 mennessä, koulujen ja oppilaitosten kehittäminen, kulttuuri- ja tapahtuma-alan tukeminen, yhdenvertaisuuden edistäminen, kaupunkirakenteen kehittäminen ja taloudellisen kasvun kestävä kehittäminen (Helsingin kaupunki 2023d). Seuraavaksi esittelemme tarkemmin Helsingin kaupungin matkailualan kestävyys-suunnitelmia.

#### 4.1 Helsingin kestävän matkailun periaatteet

Helsingin kaupungin strategian tueksi kaupungin matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö on julkaissut tarkempia selontekoja matkailun kestävän kehityksen saralla. Esimerkiksi Helsingin kaupungin matkailun ilmastotiekartta kuvaa tavoitteita ekologisen vastuun saralla päästöjen vähentämiseksi (Helsingin kaupunki 2.6.2023). Ilmastotiekartassa hahmotellaan muun muassa toimenpiteitä, miten Helsinkiin suuntautuvan matkailun hiilijalanjälkeä voidaan pienentää esimerkiksi kohdentamalla markkinointia lähialueille, jotta päästötavoitteisiin päästäisiin tavoiteaikataulussa (Helsingin kaupunki 2.6.2023, 7). Suurin osa Helsinkiin matkustavien päästöistä koostuu matkustamisesta kohteeseen (Helsingin kaupunki 2.6.2023, 5), joten lähempää saapuvien matkailijoiden houkuttelemisen Helsinkiin vaikuttaa suuresti matkailusta syntyviin päästöihin. Ilmastotiekartan mukaan tavoitteena on, että ”jokainen matkailualan sektori pyrkii puolittamaan päästönsä vuosivälillä 2022–2030” (Helsingin kaupunki 2.6.2023, 5). Helsingin kaupungin matkailu ja kohdepalvelut panostavat yhteistyöhön tavoitteiden saavuttamiseksi muun muassa panostamalla Helsingin tekijät verkoston sisältöjen painotuksella kestävään kehitykseen ja tarjoamalla taloudellisia kannustimia matalammilla verkoston jäsenmaksuilla sekä edistämällä ilmastoaiheisia opinnäytetöitä (Helsingin kaupunki 2.6.2023, 10). Helsingin matkailun ja tapahtumien toimintaohjelma määrittelee kattavasti tavoitteita ja toimenpiteitä kaikilla kestävän kehityksen osa-alueilla. Esittelemme seuraavaksi toimintaohjelmaa tarkemmin.

#### 4.2 Helsingin matkailun ja tapahtumien toimintaohjelma 2022–2026

Helsingin matkailun ja tapahtumien toimintaohjelma pohjautuu Helsingin kaupunkistrategiaan ja se on luotu yhteistyössä eri matkailu- ja tapahtuma-alojen toimijoiden kanssa. Toimintaohjelman keskeisenä tavoitteena on toimia ohjenuorana, jonka avulla matkailu- ja tapahtuma-alaa voidaan kehittää tulevana vuosina. (Helsingin kaupunki s.a., 6.) Ohjelmaan on määritelty kolme strategista tavoitetta, jotka ovat:

- A. Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki
- B. Helsinki on kansainvälisesti kestävyuden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla
- C. Helsinki on älykäs vierailukohde ja toimiva tapahtumakaupunki (Helsingin kaupunki s.a.,6)

Kuvassa 5 esitellään tarkemmin strategiset tavoitteet, valinnat sekä kehittymisen edellytykset. Tavoitteessa A keskiöön nostetaan Helsingin monipuolinen tapahtumatarjonta, luonnon läheisyys ja laaja ravintola- ja kulttuuripalvelujen valikoima. Näitä vetovoimatekijöitä hyödynnetään Helsinki-

mielikuvan luomisessa kansainvälisille matkustajille. Matkailun kasvua haetaan erityisesti kansainvälisistä vierailijoista, koska kotimaan matkailulla on rajalliset kasvumahdollisuudet. Kansainväliset suurtapahtumat sekä kongressit on nostettu suureen rooliin. Rekisteröidyistä yöpymisistä noin puolet on työperäisestä matkailusta johtuvaa, joten sen voidaan katsoa olevan iso osa Helsinkiin suuntautuvaa matkailua. Helsinki haluaa olla suunnannäyttävä matkailun kestävyudessa kansainvälisellä tasolla ja tavoitetta B pyritään saavuttamaan useiden eri toimenpiteiden kautta. Tärkeimpänä kehittämistavoitteena on hiilineutraalius sekä ekologinen kestävyys, joista puhuttiin jo edellisessä luvussa. Helsingin asukkaiden hyvinvointi on nostettu osaksi matkailun kehittämisen lähtökohtia. Matkailulla on useita positiivisia vaikutuksia kaupungille ja sen asukkaille, mutta mahdollisia negatiivisia vaikutuksia ei voi sivuuttaa. Liikaturismi on ollut ongelmana monissa Euroopan kaupungeissa ja se on aiheuttanut haittavaikutuksia kaupunkien asukkaille esimerkiksi liikkumiseen ja ympäristön kuormitukseen liittyvinä asioina. Helsingin kaupunki haluaakin huomioida asukkaiden tarpeita ja toiveita matkailun kehittämisessä ja käy aktiivista keskustelua asukkaiden kanssa. Inklusivisuuteen ja turvallisuuteen panostetaan myös aiempaa näkyvämmiin ja näistä viestitään kansainvälisesti. Tavoite C käsittelee digitaalisuuden ja uusien teknologioiden hyödyntämistä sekä kaupunkiympäristön toimivuutta matkailun ja tapahtumien näkökulmasta. (Helsingin kaupunki s.a. 17–24.)

A. Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki	B. Helsinki on kansainvälisesti kestävyden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla	C. Helsinki on älykäs vierailukohde ja toimiva tapahtumakaupunki
<b>Strategiset valinnat</b>		
A.1. Matkailun kasvu syntyy kansainvälisistä vierailijoista	B.1. Ympäristön kestävyys ja hiilineutraalius kehittämisen kärkenä	C.1. Matkailun ja tapahtumien älykäs kehittäminen pohjautuu tietoon
A.2. Tapahtumallisuus vahvistaa Helsingin elävyyttä ja elinvoimaa	B.2. Helsingiläiset, inklusiivisuus sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys kehittämisen keskiössä	C.2. Kaupunkitilaan liittyvät päätökset tukevat matkailua ja tapahtumallisuutta
A.3. Kansainväliset kongressit ja suurtapahtumat kasvun moottoreina	B.3. Helsinki on kestävyudessa maailman kärjessä indeksien ja sertifiointien avulla todennettuna	C.3. Helsinki on toimiva tapahtumien alusta
<b>Kehittymisen perusedellytykset</b>		
A.4. Omaleimainen kaupunkikulttuuri, ruoka ja ainutlaatuinen luonto vetovoiman vahvistajina	B.4. Osaavan työvoiman saavuus on toimialojen elinehto	C.4. Yritysten digitaalisen kyvykkyyden edistämällä lisää kilpailukykyä
A.5. Hyvät liikenneyhteydet ja sujuvat asiakaspolut kilpailukyyn perusedellytyksinä	B.5. Kokonaisvaltaiseen turvallisuuteen panostaminen on vetovoiman perusedellytys	C.5. Kasvua ja uudistumista matkailun ja tapahtumien innovaatio-toimintaa kiihdyttämällä

Kuva 5. Strategiset tavoitteet, valinnat ja kehittymisen perusedellytykset. (Helsingin kaupunki s.a.,13)

Kuvassa 6 esitellään keskeiset tavoitteet ja niille määritellyt mittareita, kuten yöpymisten ja tapahtumien määrän kasvu ja asukkaiden tyytyväisyyden pysymistä hyvällä tasolla. Yhtenä mittareista on tiedolla johtamisen alustan käyttäjämäärät. Kyseinen alusta on luotu matkailualan tarpeeseen kehittää tiedolla johtamista. Mittarina on myös hiilijalanjälkilaskurin käyttäjämäärät. (Helsingin kaupunki s.a.) Laskuri on maksuton apuväline kaikille matkailu- ja tapahtuma-alan toimijoille (Visit Finland s.a.c.). Tavoitteiden saavuttamista seurataan vuosittain näiden mittareiden avulla. Yhtenä huomiona mittareista voi nostaa GDS-indeksin, jonka tuoreimmat tulokset julkistettiin 4.10.2023. Helsinki on ottanut suuren harppauksen ja on tuoreen listauksen mukaan neljänneksi kestävin matkailukohde maailmassa. (Helsingin kaupunki 5.10.2023.)

Strateginen tavoite	Nykytila	Tavoite vuonna 2026
<b>Helsinki on elävä ja kansainvälisesti vetovoimainen matkailu- ja tapahtumakaupunki</b>		
Rekisteröidyt yöpymiset kasvavat (2021) <sup>1</sup>	2,1 miljoonaa	5 miljoonaa
Kansainvälisten järjestökongressien määrä kasvaa (2021)	143	450
Varmistuneiden hotelli-investointien määrä yhteensä vuosina 2021–26 ja monimuotoisuus kasvavat (2021)	8	30
Matkailuyritysten määrä kasvaa, toimialojen toimipaikkojen määrä (2021)	7674	8000
Tapahtumapaikkojen kehitys ja luokittelu (UUSI)	ei	kyllä
Helsingin suurtapahtumien määrän kasvu	N/A	N/A
Rekisteröityjen yöpymisten viipymä pitenee	1,8	1,9
<b>Helsinki on kansainvälisesti kestävyiden edelläkävijä ja ratkaisija matkailu- ja tapahtuma-aloilla</b>		
Sustainable Travel Finland-merkkien määrän kasvu <sup>2</sup>	16	200
Tapahtumien ympäristösertifiointien määrän kasvu	N/A	N/A
Helsingin sijoitus Global Destination Sustainability (GDS)-indeksin vertailussa nousee <sup>3</sup>	16	1
Asukkaiden tyytyväisyys matkailuun ja tapahtumiin säilyy hyvällä tasolla <sup>4</sup>	hyvä	hyvä+
Hiilijalanjälkilaskurin käyttäjien määrä <sup>5</sup>	0	200
<b>Helsinki on älykäs vierailukohde ja toimiva tapahtumakaupunki</b>		
Tuotteiden määrä matkailun DataHub-tietokannassa kasvaa <sup>6</sup>	164	500
Tiedolla johtamisen alustan käyttäjämäärät kasvavat	0	150

Kuva 6. Keskeiset tavoitteet ja mittarit. (Helsingin kaupunki s.a., 14)

Helsingin kaupunki on koonnut sivuilleen kattavan tietopankin siitä, kuinka matkailutoimija voi edistää kestävä matkailua. Helsinkiläisille matkailu- ja tapahtuma-alojen yrityksille on luotu kestävyyspolku, joka sisältää kolme työkalua. Ensimmäinen näistä on Valitse vastuullisemmin -palvelu, toinen on Sustainable Travel Finland -polku ja kolmas ympäristöjärjestelmä tai sertifikaatti.

Kestävyysspolun lisäksi matkailuyrityksille on tehty hiilineutraalisuuden käsikirja, opas hiilijalanjälki- viestintään, erilaisia hiilijalanjälkilaskureita ja tarkistuslistoja energiansäästöön. Sivustolta löytyy myös Visit Finlandin tekemä inklusiivisen matkailun opas sekä käsikirja Helsingin matkailun ja tapahtumien turvallisuuteen. (Helsingin kaupunki 2023c.)

## 5 Tutkimusmenetelmät

Käytimme opinnäytetyössämme laadullisia tutkimusmenetelmiä. Matkustajien ja incoming-matko- toimistojen edustajien osalta valitsimme tutkimusmenetelmäksi haastattelututkimuksen. Molemmat haastattelut toteutettiin puolistrukturoituina teemahaastatteluina, joissa esitimme kysymyksiä, joihin ei ollut valmiita vastausvaihtoehtoja, koska tarkoituksenamme oli antaa haastateltavien itse kertoa näkemyksiään ja nostaa esille heille tärkeitä asioita (Hirsjärvi & Hurme 2022, 45–47). Risteilymatkustamisen parissa työskentelevien ammattilaisten kanssa käydyissä haastatteluissa tavoitteenamme oli myös syventää ymmärrystämme vastuullisuuden teemasta (Hirsjärvi & Hurme 2022, 32). Matkustajien kanssa halusimme mahdollistaa haastateltavien näkemysten ja erilaisten kulttuuritaustojen näkymisen (Hirsjärvi & Hurme 2022, 32), joten koimme tutkimusmenetelmänä haastattelun olevan toimivin tarkoitukseemme. Valitsimme puolistrukturoidun teemahaastattelun myös siitä syystä, että lomakemuotoisen kyselyn toteuttaminen olisi vaatinut paljon laajempaa otantaa ollakseen perusteltua. Lisäksi koska resurssimme toteuttaa tutkimusta risteilymatkustajien parissa olivat hyvin rajalliset ja halusimme saada mahdollisimman paljon vastauksia, valitsimme menetelmäksi haastattelun, koska kyselylomaketutkimuksen täyttämisprosentti olisi voinut olla aivan liian alhainen (Hirsjärvi & Hurme 2022, 33).

Yhtenä laadullisena tutkimuksen aineiston hankintamenetelmänä käytimme ryhmäkeskustelua ja se toteutettiin workshopin muodossa. Ryhmäkeskustelulla tarkoitetaan tapahtumaa, jossa kutsuttu joukko ihmisiä keskustelee vapaamuotoisesti, mutta ennalta määrättyyn aiheeseen keskittyen. Ryhmäkeskustelun ja ryhmähaastattelun ero on vuorovaikutuksen rakenteessa, ryhmähaastattelussa vetäjä keskustelee aiheesta osallistujien kanssa vuorotellen, kun taas ryhmäkeskustelussa on kyse osallistujien välisestä vuorovaikutuksesta, jota ryhmän vetäjä edesauttaa toiminnallaan. Vetäjä ohjaa keskustelua ja kannustaa osallistujia vaihtamaan ajatuksia keskenään käsillä olevasta aiheesta. Ryhmien koostamista voidaan katsoa kahdesta näkökulmasta, tutkimuksen tavoitteen sekä vuorovaikutuksen. Tavoite määrittää sen millaisia ihmisiä ryhmään kannattaa valita. Kenen näkökulmasta kohteena olevasta aiheesta halutaan saada käsitystä, on ratkaiseva kysymys. Osallistujat voivat olla joku tietty henkilöryhmä tai sitten vapaammin koottu osanottajien joukko. Vuorovaikutuksen näkökulmasta katsottuna ryhmään kannattaa valita henkilöitä, joilla on jotain yhteistä. Jonkinlainen yhdistävä tekijä tai samanlaisuus toimii pohjan luojana vuorovaikutukselle osallistujien välillä. (Valtonen & Viitanen 2020, 113–121). Onnistuneen workshopin rakentaminen lähtee huolellisesta suunnittelusta ja valmistautumisesta. On tärkeää ymmärtää, keitä osallistujat ovat ja millaista osaamista heillä on. Workshopin tarkoitus ja tavoite on määriteltävä selkeästi ja pohtia millaiset työskentelytavat ovat aiheen kannalta sopivia. Workshopin aikataulutus on keskeinen osa suunnittelua ja siinä on huomioita mitä tapahtuu ennen workshopia, sen aikana ja workshopin jälkeen. (Monthan 2023.)

## 5.1 Matkustajahaastattelut

Toteutimme lyhyen haastattelututkimuksen kesällä Helsingissä vieraileville matkustajille. Haastattelu oli kvalitatiivinen, koska keskityimme opinnäytetyössämme enemmän ratkomaan tuotteistamisen haasteita ja matkustajahaastatteluiden tarkoitus oli lisätä asiakaslähtöisyyttä sekä ymmärrystä siitä, millaisia toimia matkustajat pitävät vastuullisina. Halusimme myös lisätä ymmärrystä siitä, mitä risteilymatkustajat ajattelevat vastuullisuudesta: vaikuttaako vastuullisuus heidän tekemiinsä valintoihin. Otanta oli hyvin pieni suhteessa matkustajamääriin ja haastattelut olivat enemmänkin keskusteluita matkailijoiden kanssa, joiden avulla saimme kuvan siitä, miten vastuullisuustoimet näyttäytyvät kansainvälisille risteilymatkustajille. Halusimme huomioida matkustajien eri käsitykset ja kulttuuritaustat, joten haastattelututkimus mahdollisti haastateltavan aktiivisen osallistumisen (Hirsjärvi & Hurme 2022, 32). Tavoitteenamme oli saada minimissään kaksikymmentä vastausta, jotta saisimme erilaisia vastauksia eri risteilyalusten matkailijoilta. Emme valikoineet lähestymämme ihmisiä millään kriteereillä, vaan lähestyimme kaikenlaisia ihmisiä, jotka kohtasimme.

### 5.1.1 Suunnittelu

Aloitimme risteilymatkustajien haastattelututkimuksen suunnittelun muotoilemalla asiat, joita haluamme selvittää yhdessä toimeksiantajan kanssa. Keskustelimme asioista ja rajasimme tärkeimpiä tutkimuksen kohteita. Perehdyimme risteilyvarustamoiden sivustoihin ja matkustajille yleisesti saatavilla olevaan informaatioon risteilyiden kohdekaupungeista ja tarjolla olevista retkistä. Kaikilla varustamoilla ei ollut kattavasti retkiä esillä ainakaan kaikille avoimilla sivuilla, mutta saimme tarpeeksi laajan kuvan siitä, kuinka harvinaista vastuullisuudesta mainitseminen retkikuvausten osalta on; vastuullisuus esiintyi lähinnä sivuhuomautuksena tarkemmissa kuvauksissa, jos retken järjestävällä taholla oli jokin vastuullisuussertifikaatti. Kirjoitushetkellä kauden 2024 valikoimaa päivitetään risteilyvarustamoiden sivuille, joten vertailua emme voineet suorittaa.

Taustatyön jälkeen muotoilimme ensimmäiset versiot kysymyksistä, joita toimeksiantaja kommentoi. Ensimmäisissä versioissa olimme hahmotelleet yleisesti, millaisilla kysymyksillä saisimme selville, kuinka tietoisia vastuullisuudesta matkailijat ovat, koskien etenkin risteilymatkustamista. Muokkasimme kysymyksiä ja rajasimme osan kysymyksistä pois. Painotimme muotoilussa sitä, että tarkoitus ei ole syyllistää vastaajia tai arvostella heidän näkemyksiään vastuullisuudesta tai sitä, kuinka paljon vastuullisuus vaikuttaa heidän valintoihinsa. Tästä syystä poistimme esimerkiksi kysymyksen siitä, kuinka vastuullisena matkailijat pitävät risteilymatkustamista.

Pohdimme myös, miten saamme ihmiset vastaamaan mahdollisimman tehokkaasti kysymyksiimme, joten aloitusreplikkejä hioimme mahdollisimman tiiviiksi. Aloitusreplikiksi muotoutui tiedustelu halukkuudesta auttaa meitä pikaisesti opinnäyteyössämme. Lopullisiin kysymyksiin valikoitui viisi kysymystä vastuullisuuteen liittyen:

1. Miten miellätte käsitteen vastuullisuus?
2. Oletteko kiinnittäneet huomiota risteilyvarustamonne vastuullisuussuunnitelmiin tai -toimiin?
3. Teittekö vastuullisia valintoja Helsingin kohdevierailulla? Vaikuttiko jokin toinen kohde risteilyllänne erityisen vastuulliselta?
4. Vaikuttaako vastuullisuus matkustamiseenne?
5. Helsingin tavoitteena on olla maailman kestävin matkakohde vuonna 2026. Tiesittekö tavoitteesta ja muuttaako se kiinnostustanne Helsinkiä kohtaan?

Koska haastateltavat olivat kansainvälisiä risteilymatkustajia, kysymykset esitettiin englanniksi. Liitteessä 1 on listattuna esittämämme kysymykset englanniksi.

Saimme toimeksiantajalta Helsinki-paidat ja hupparit, jotta satama-alueella erotumme matkustajista. Toimeksiantaja yhdessä sataman kanssa mahdollisti pääsymme laiturialueelle.

### **5.1.2 Toteutus**

Suunnittelimme haastattelupäivät sen mukaan, milloin satamassa oli isoja aluksia. Pyrimme haastattelemaan yöpyvien alusten matkustajia, jotta matkustajilla olisi ollut parempi mahdollisuus vierailulla Helsingissä ja he eivät olisi välttämättä niin kiireisiä. Ajoitimme haastattelut siten, että matkustajat ovat palaamassa takaisin laivalle vietettyään päivän Helsingissä. Olimme suunnitelleet haastattelevamme matkustajia kesäkaudella 2023 saksalaiselta Tui Cruisesin Mein Schiff 6 alukselta kahdella eri vierailulla sekä P&O Cruisesin Britannia alukselta. Lisäksi suunnittelimme haastattelevamme muutamien pienempien alusten matkustajia, joilla oli sama vierailupäivä kuin edellä mainituilla isommilla aluksilla.

Ensimmäisenä haastattelupäivänä 24.7.2023 törmäsimme suureen haasteeseen yhteisen kielen suhteen risteilymatkustajien kanssa. Me emme puhu saksaa riittävän hyvin, että olisimme voineet tehdä haastattelut saksaksi, joten olimme suunnitelleet toteuttavamme haastattelut englanniksi ja luottaneet siihen, että tarpeeksi suuri osa matkailijoista pystyy vastaamaan kysymyksiimme englanniksi. Yritimme saada useita matkustajia vastaamaan kysymyksiimme, mutta joko vastassa oli kielimuuri tai matkustajat eivät halunneet osallistua. Vaihdoin myös haastattelupaikkaa, mutta kymmenen epäonnistuneen yrityksen jälkeen jouduimme luovuttamaan ja käymään suunnitellut haastattelupäivät läpi uudelleen.

Alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen, vaihdoimme Mein Schiffin toiselle vierailulle suunnitellun haastattelupäivän sellaiseen, jolloin satamassa oli iso alus, jonka pääkielenä on englantia, jotta saisimme mahdollisimman paljon vastauksia. Päädyimme valitsemaan päivän 12.8.2023, jolloin satamassa oli kaksi isoa alusta: Norwegian Dawn ja Costa Fascinosa. Teimme haastatteluita ainoastaan Hernesaaren satamassa, koska halusimme maksimoida saamamme vastauksien määrän ja Hernesaaren aluksilla oli enemmän matkustajia. Toisin sanoen emme haastatelleet pienempien alusten matkustajia, joiden alukset saapuivat Katajanokalle.

Suunnitelman muutos auttoi, ja saimme lähestyttyä matkustajia ja saimme matkailijoita vastaamaan kysymyksiimme. Useita paikkoja kokeiltuamme, huomasimme parhaaksi paikaksi lähestyä matkustajia matkamuistomyymälöiden läheisyyden, koska henkilöiden, jotka asioivat myymälässä palatessaan Helsingistä eivät pääsääntöisesti olleet liian kiireisiä vastataksaan kysymyksiimme. Lähestyimme matkustajia kysymällä olisiko heillä muutama minuutti aikaa auttaa meitä opinnäytetyössämme. Kerroimme pikaisesti opinnäytetyömme aiheen, jos matkailijat olivat vastaanottavaisia ja tarkensimme, että meillä on viisi kysymystä.

Myös viimeinen haastattelupäivä 6.9.2023 oli onnistunut. Saimme vastauksia useiden eri kansallisuuksien edustajilta. Vaikka emme erikseen kyselleetkään taustatietoja haastateltavilta, useat kertoivat meille asuinpaikkansa. Käymme haastatteluiden tulokset läpi luvussa 6.

## **5.2 Incoming-matkatoimistojen edustajien haastattelut**

Suunnittelimme haastattelevamme incoming-matkatoimistojen edustajia vastuullisuuden haasteiden selvittämiseksi. Haastattelut oli tarkoitus toteuttaa sähköpostitse lähetettävillä kysymyksillä, joiden vastauksiin perustuen pitäisimme Teams-haastattelun keskustellaksemme syvemmin vastauksissa nousseista aiheista. Haastatteluiden suunniteltu otanta oli suurimpien incoming-matkatoimistojen edustajat.

### **5.2.1 Suunnittelu**

Keskustelimme toimeksiantajan kanssa haastattelun tavoitteista. Näitä olivat esimerkiksi haasteiden havainnoiminen ja selvittäminen, kuinka kaupungin matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö voisi tukea incoming-matkatoimistoja näiden haasteiden ratkaisemisessa. Pohdimme yhdessä, millaisia asioita tulisi huomioida kysymysten asettelussa ja kuinka voisimme korostaa ratkaisukeskeisyyttä. Keskustelimme incoming-matkatoimistojen edustajien haastattelukysymysten kohdalla siitä, miten

saisimme kysymykset muotoiltua siten, että ne antaisivat haastateltaville mahdollisuuden tuoda omat näkemyksensä mahdollisimman avoimesti ja kattavasti esille.

Laadimme ehdotelman ensimmäisestä sähköpostiviestistä, jolla kartoitettaisiin osallistumishalukkuutta. Tämän ensikontakti-viesti on opinnäytetyön liitteenä 2. Hyväksynnän saatuaamme lähetimme incoming-matkatoimistojen edustajille sähköpostitse viestin, jossa kerroimme, ketä olemme, mistä teemme opinnäytetyömme toimeksiantajallemme, kuinka ja milloin haastattelu on tarkoitus toteuttaa sekä toivomamme vastausajan. Saimme yhteystiedot toimeksiantajalta.

Suunnittelimme ensikontakti-viestin lähettämisen jälkeen sähköpostihaastattelun kysymykset, jotka löytyvät liitteestä 3. Loimme kysymykset siten, että ne valottavat mahdollisimman paljon alan toimintaa, vastuullisuuden nykytilaa, tuotekehitystä ja vastuullisuuskehityksen haasteita. Kysyimme myös erikseen sitä, miten Helsingin kaupungin matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö voisi tukea vastuullisuuden kehitystä.

### **5.2.2 Toteutus**

Lähetimme ensimmäiset lähestymissähköpostit alkukesästä viidelle eri incoming-matkatoimiston edustajalle. Saimme muutaman vastauksen ja sovimme, että palaamme kesän kiireiden väistyttyä asiaan syksyllä. Elokuussa lähetimme yhdelle mukaan lupautuneelle edustajalle kysymykset sähköpostitse ja sovimme palaavamme lokakuussa asiaan. Muille henkilöille lähetimme muistutusviestit elokuun lopussa. Muistutusviestissä viittasimme aiemmin lähetettyyn sähköpostiin ja tiedustelimme uudelleen halukkuutta osallistua ja määrittelimme uudet toivotut vastausajat. Lokakuussa lähetimme vielä kysymykset ja viimeisen muistutusviestin kaikille, jossa korostimme Teams-haastattelun vapaaehtoisuutta.

Osa edustajista ilmaisi kiinnostuksensa eri vaiheissa kesää, mutta vastauksia emme saaneet enempää lisämuistutuksista huolimatta. Sovimme ainoan vastanneen edustajan kanssa myös Teams-haastattelun, jotta saimme syvennettyä joitain hänen vastauksistaan. Esittelemme tämän haastattelun tuloksia seuraavassa luvussa.

### **5.3 Workshop**

Workshopin vetäminen risteilyverkoston jäsenille lähti toimeksiantajamme toiveesta. Alun perin workshopin oli tarkoitus olla vain pienempi osa opinnäytetyötämme, mutta lopulta se muuttui

yhdeksi tavaksi kerätä tutkimusaineistoa. Workshopin sisältöä ja tavoitteita suunnittelimme yhteistyössä toimeksiantajamme kanssa.

### 5.3.1 Suunnittelu

Workshopin suunnittelu lähti käyntiin ennakkotehtävän pohdinnasta. Tiesimme, että meillä tulee olemaan hyvin rajatusti aikaa workshopin toteutukseen, joten halusimme ennakkotehtävällä herättellä osallistujia aiheeseen. Koska workshop toteutettiin osana kansainvälisen risteilyverkoston kokousta, toimeksiantajamme lähetti puolestamme linkin ennakkotehtävään kokouskutsun yhteydessä. Ennakkotehtävä oli Webropolilla tehty kysely, jossa oli yhdeksän avointa kysymystä, vastuullisuuden ulottuvuudet huomioiden. Kysyimme millaisia kehityskohteita vastaaja tunnistaa ekologisen, taloudellisen ja sosiaalisen vastuun saralla, ja millaisia haasteita ja mahdollisuuksia näihin liittyy. Pyysimme vastaajia pohtimaan kehityskohteita kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottavien tuotteiden vastuullisuuden kehittämisen näkökulmasta. Kirjoitimme ennakkotehtävään saatekstin, joka löytyy liitteestä 4. Tehtävä oli auki 11.-20.10.2023 ja vastauksia saimme seitsemän.

Ennakkotehtävän vastausten pohjalta aloimme suunnittelemaan workshopin sisältöä ja ryhmätehtäviä. Ennakkotehtävän vastaukset purimme teemoittelun avulla, joka on yksi laadullisen tutkimuksen analysointimenetelmistä. Teemoittelussa aineistoa tarkastellaan vastausten samankaltaisuuden avulla ja pyritään löytämään sieltä piirteitä, jotka yhdistävät vastauksia. Vastauksista erotetaan tutkimusongelmalle tärkeimmät aiheet ja nämä luokitellaan tutkittavan ilmiön mukaan. (Puusa 2020, 149–150). Ennakkotehtävän tulokset analysoimme tässä vaiheessa, koska ne toimivat pohjana workshopin ryhmätehtävissä. Teemoittelu sopi menetelmänä aineiston analysointiin parhaiten, koska vastauksissa nousi esiin hyvin samankaltaisia asioita aihepiireittäin. Teimme alkuun koosteen esiinnousseista kehityskohteista (kuva 7) ja tämän jälkeen valitsimme sieltä kuusi aihealuetta, jotka kaipaavat kehittämistoimia.

## Ennakkotehtävä – esiinnousseet kehityskohteet

- Liikennöinti, esim. ruuhkat suosituimmilla nähtävyyksillä, linja-autojen pysäköinti, julkinen liikenne satamasta, vesiliikenteen hyödyntäminen
- Suomen suurimman vetovoimatekijä, luonnon, parempi hyödyntäminen risteilymatkustajille tarjotuissa tuotteissa
- Sertifiointiprosesseihin liittyvät haasteet, sekä kustannusten, että ajankäytön suhteen
- Risteilymatkustamisen parissa työskentelevien tahojen yhteistyön kehittäminen
- Vastuullisuudesta viestimisen kehittäminen
- Risteilymatkustamisen kestäväyyteen liittyvät negatiiviset mielikuvat, matkailusta saatavien hyötyjen tiedostaminen
- Ympäristöystävällisempi teknologia mahdollistaa vastuullisempaa risteilymatkustamista
- Satama-alueen opastuksen ja viestintämahdollisuuksien kehitystarve
- Risteilykauden lyhyt kesto
- Asiakkaiden kohteeseen jättämän rahamäärä kasvattaminen
- Risteilyvierailuiden pidentäminen
- Esteettömyys ja saavutettavuus nousivat esille sekä positiivisessa, että kehitettävässä mielessä
- Varustamoiden saaminen mukaan yhteiseen kehitykseen

Kuva 7. Ennakkotehtävästä esiinnousseet kehityskohteet.

Aiheet valikoituivat sen mukaan, kuinka usein ne esiintyivät vastauksissa ja toisena kriteerinä valinnassa oli aiheen olennaisuus opinnäytetyöllemme. Workshopiin valitut aiheet olivat: ryhmien liikkuminen ja kuljetus, luontokohteiden tuotteistaminen, yhteistyö, vastuullisuusviestintä, risteilymatkustamisen positiivisten puolten korostaminen ja risteilymatkustajien opastaminen satama-alueella.

Saimme ennakkoon listauksen risteilyverkoston kokoukseen saapuvista ihmisistä ja käytimme tätä hyödyksi ryhmäjakoa tehdessä. Halusimme ryhmiin eri tahojen edustajia, niin että tehtävissä tulisi mahdollisimman monipuolisesti eri toimijoiden näkökulmat esille. Risteilyverkoston kokoukseen oli kutsuttu Helsingin sataman, Helsinki Partnersin, incoming-matkatoimistojen, liikennöijien, Metsähallituksen, Helsingin kaupungin matkailu ja kohdepalvelut -yksikön sekä muutamien vierailukohteiden edustajia. Valitsimme jokaiseen ryhmään yhden henkilön, jolla on enemmän osaamista aihealueeseen liittyen ja loput ryhmän jäsenet sen perusteella kenellä voisi olla osaamisensa puolesta uusia näkökulmia aiheeseen liittyen. Ilmoittautuneiden määrä oli 24 ja tämän perusteella jaoimme neljän hengen ryhmät.

Workshopin tavoitteeksi asetimme konkreettisten toimenpide- ja kehitysehdotusten luomisen. Koska vedimme workshopin joukolle alansa ammattilaisia emme halunneet tehdä liian tiukkoja raameja ryhmätehtävien ympärille. Suunnittelimme jokaiseen aihealueeseen yhden apukysymyksen, jonka avulla oli mahdollista päästä käsiksi aiheeseen ja jokaisen ryhmän tehtävänä oli myös miettiä mitkä tahot ovat avainasemassa ja millaista yhteistyötä vaaditaan toimenpide- tai

kehitysehdotuksen toteuttamiseksi. Ryhmät pääsivät annetun aihepiirin sisällä vapaasti ideoimaan omaa ehdotustaan.

Teimme kokoukseen omasta workshop-osuudestamme Power Point esityksen, jonka alussa avasimme opinnäytetyömme taustoja ja tavoitteita. Tämän jälkeen kävimme läpi kaikki ennakkotehtävistä esiinnousseet kehityskohteet pohjustuksena workshopin ryhmätehtävien oheistukselle. Tätä seurasi ohjedia, jossa esiteltiin workshopin tavoite, aikataulu ja ryhmätehtävien ohje. Seuraavassa diassa esittelimme ryhmäjaon. Ryhmäjako dian jälkeen jokaiselle ryhmälle oli oma dian, jossa oli ryhmän aihe ja apukysymys. Näissä dioissa oli tausta-ajatuksena se, että ryhmän esitysvuorossa laitamme dian näkyviin, niin kaikille osallistujille on selkeää mistä aiheesta ryhmä on tehnyt toimenpide- tai kehitysehdotuksen. Toiseksi viimeinen dia koski palautetta workshopin onnistumisesta. Kerroimme lähettävämme workshopin koosteen yhteydessä linkin palautekyselyyn. Viimeisestä diasta löytyivät yhteystietomme.

Koska workshop järjestettiin risteilyverkoston kokouksen yhteydessä, emme itse voineet vaikuttaa workshopin keston, vaan workshopille käytettävissä oleva aika tuli toimeksiantajaltamme. Tämän aikataulun sisällä suunnittelimme itse minkä verran aikaa varaamme eri osioihin. Meille varattu aika oli puolitoista tuntia. Jaoimme sen niin, että opinnäytetyön taustojen ja tavoitteiden esittelyyn käytetään 15 minuuttia, työpajan alustukseen 15 minuuttia, ryhmätyöskentelyyn 30 minuuttia ja ryhmien esityksiin ja workshopin lopetukseen 30 minuuttia.

### **5.3.2 Toteutus**

Workshop toteutettiin risteilyverkoston kokouksessa 25.10.2023 Helsingin sataman tiloissa. Kokouksessa käsiteltiin ensin muita aiheita ja workshop osuutemme oli kokouksen lopussa. Meille oli varattu aikaa puolitoista tuntia, mutta muiden puheenvuorojen venyttyä, meille jäi aikaa noin 45 minuuttia. Jouduimme tiivistämään alustuksen ja ryhmätehtävien ohjeistuksen noin 5 minuuttiin, ryhmätyöskentelyyn aikaa jäi 25 minuuttia ja purkuun vain 15 minuuttia. Olimme sopineet työnjaon niin, että toinen esittelee opinnäytetyömme taustat ja tavoitteen sekä kirjoittaa muistiinpanot ryhmien esityksistä. Toisen vastuulla oli ohjeistaa tehtävään, esitellä ryhmäjako ja hoitaa workshopin purku eli ryhmien esitykset ja lopettaa workshop osuus sen jälkeen.

Workshopin alustuksessa opinnäytetyön taustoja ja tavoitteita käytiin läpi hyvin nopeasti ja vain pääpiirteittäin. Kerroimme opinnäytetyön toimeksiannosta, mitä teemme ja miksi. Kerroimme risteilymatkustajien haastatteluista sekä mainitsimme, että olemme tehneet haastatteluja risteilymatkustamisen parissa työskenteleville. Ennakkotehtävän tulokset käytiin läpi luettelonomaisesti, koska aikaa oli niin vähän. Workshopin ohjeistusosuudessa selitimme hyvin nopeasti sen, kuinka

toimitaan ja mitä tavoitteita ryhmätyöskentelyllä on, sekä esittelimme ryhmäjaon. Tarkensimme vielä, kuinka tärkeää on, että jokainen ryhmä tekee hyvät ja selkeät muistiinpanot suunnitelmistaan, jotta voimme koostetta tehdessä hyödyntää niitä esityksistä tehtyjen muistiinpanojen lisäksi. Tämän jälkeen päästimme ryhmät työskentelemään. Aikaa työskentelyyn jäi 25 minuuttia ja kierteelimme ryhmissä ensimmäisen viiden minuutin jälkeen varmistamassa, että kaikki ovat päässeet alkuun ja ovat ymmärtäneet mitä tehtävässä haetaan. Kuudesta ryhmästä vain yhdellä oli haasteita alkuun pääsemisessä, mutta muutaman ajatuksia herättelevän kysymyksen jälkeen hekin saivat aiheesta kiinni. Viisi minuuttia ennen työskentelyajan loppua kiersimme ilmoittamassa ryhmille, että aika alkaa olla lopussa ja kokoontuminen yhteiseen tilaan on pian ja purku alkaa heti, kun kaikki ovat paikalla.

Workshopin purku alustettiin nopeasti, koska aikaa oli vain 15 minuuttia jäljellä. Käymme tässä läpi hyvin tiivistetysti ryhmien aikaansaannoksista ja tuloksista pureudumme näihin tarkemmin. Kerroimme, että ryhmät esittelevät järjestyksessä oman kehitysehdotuksensa pääpiirteittäin suullisesti. Ensimmäisellä ryhmällä oli aiheena liikkuminen ja kuljetus, ja he olivat suunnitelleet kenttäpäivän, jonka aikana astutaan risteilymatkustajan rooliin ja koetaan päivä heidän näkökulmastaan. Toinen ryhmä käsitteli luontokohteiden tuotteistamista. He kertoivat kahdesta ehdotuksesta, joista ensimmäinen oli luontotarinoiden tuominen luovemmin mukaan opastuksiin, ja toinen luontokohteiden luominen lähelle satamaa. Ryhmä kolme oli pohtinut yhteistyötä ja poimineet sieltä kehityskohdeksi tiedonkulun eri toimijoiden välillä. Neljännen ryhmän aiheena oli vastuullisuusviestintä ja he olivat pohtineet yhtenäisen vastuullisuusviestin rakentamista yhteistyössä eri toimijoiden kanssa. Viides ryhmä mietti millä tavoin risteilymatkustamisen positiivisia puolia voisi korostaa ja nostivat kehityskohdeksi positiivisten vaikutusten tunnistamisen ja arvioinnin. Kuudennen ryhmän aiheena oli risteilymatkustajien opastaminen satama-alueella ja keskittyivät pohtimaan kuinka opastusta ja viestintää voisi kehittää. Joidenkin ryhmien esitykset herättivät enemmän keskustelua, kuin toisten. Valitettavasti ajan vähyyden takia emme päässeet keskustelemaan yhdessä aiheista niin paljoa kuin olimme toivoneet. Esitysten jälkeen kiitimme kaikkia aktiivisesta osallistumisesta ja kerroimme tekevämme koosteen workshopin tuloksista (Liite 5) ja lähettävämme sen toimeksiantajamme kautta kaikille osallistuneille seuraavan viikon aikana.

Toimeksiantajamme kiitteli meitä kovasti työpajan jälkeen ja vaikutti tyytyväiseltä päivän antiin. Saimme kiitosta myös siitä, että onnistuimme lennosta joustamaan aikataulun suhteen ja saimme silti pidettyä Workshopin kokonaisuutena kasassa. Toimeksiantajamme pyysi meitä lähettämään seuraavan päivän aikana kahden dian tiivistetyn koosteen ennakkotehtävästä esiinnoisseurista kehityskohdeista sekä workshopin tuloksista. Heillä oli loppuviikosta tulossa joku toinen kokous, jossa he halusivat esitellä pikaisesti workshopin antia.

## 6 Tulokset

Tässä luvussa käymme läpi tutkimuksen tuloksia. Tulokset esitellään samassa järjestyksessä, kuin ne on luvussa viisi käyty läpi. Risteilymatkustajien haastatteluja kertyi 19 kappaletta, mutta haastatteluja tehtiin seurueille ja pariskunnille, joten todellinen vastaajamäärä oli hieman suurempi. Incoming-matkatoimistojen edustajista haastattelupyyntöömme vastasi vain yksi. Hänelle saimme tehtyä kattavan haastattelun ensin sähköpostitse ja jatkohaastattelun Teamsin välityksellä. Workshopin tuloksissa perehdymme ryhmätyöskentelyn avulla koottuihin kehitys- ja toimenpide ehdotuksiin.

### 6.1 Matkustajahaastattelut

Ensimmäisellä haastattelukerralla 24.7.2023 lähestyimme noin kymmentä seuruetta ja yksilöä, mutta emme saaneet vastauksia kysymyksiimme. Muutama henkilö kuunteli, mistä on kyse, mutta ei halunnut vastata kysymyksiimme. Toisella haastattelukerralla 12.8.2023 saimme 12 vastausta, joista muutama keskustelu oli hyvinkin pitkä ja kattava. Muutama lähestymämme henkilö vetosi kiireeseen ja jätti vastaamatta. Kolmannella haastattelukerralla 6.9.2023 saimme 7 vastausta. Useilla lähestymillämme henkilöillä oli sovittuja menoja, kuten pöytävarauksia tai sovittuja aktiviteetteja, joten he eivät ehtineet jäämään haastateltaviksi. Lisäksi viimeisenä päivänä sää muuttui kylmäksi ja tuuliseksi iltapäivällä, joten päätimme haastattelut hieman suunniteltua aiemmin. Saimme siis toteutettua yhteensä 19 haastattelua. Iso osa haastatteluista tehtiin pariskunnille tai seurueille, joten kaiken kaikkiaan haastateltavia oli noin 25 yksilöä. Tarkkaa vastaajamäärää on hieman vaikea määrittellä, koska osassa haastatteluista vain yksi ihminen seurueesta vastasi ja osa seurueista keskusteli enemmän sekä vastauksia antoivat useat yksilöt. Kirjasimme kaikki huomiot ylös. Kaikki vastaajat eivät vastanneet jokaiseen kysymykseen ja osan kohdalla vastauksia tuli etukäteen kysymyksiin, mitä emme olleet ehtineet vielä kysyä. Vastaajat kertoivat kotipaikoikseen Belgian, Uuden-Seelannin, Brittein saaret ja Yhdysvallat. Emme esittäneet haastateltaville taustatietokysymyksiä, osa vastaajista viittasi vastauksissaan kotimaahansa käytäntöihin tai halusi muuten kertoa, mistä on kotoisin. Käymme seuraavaksi läpi saamamme vastaukset kysymyksittäin.

Ensimmäisenä kysyimme, miten haastateltava mieltää käsitteen vastuullisuus. Kaikki vastaajat mainitsivat jotain etenkin ekologisen kestävyuden osa-alueelta. 12 vastaajaa viittasi vastauksissaan uusiutuviin luonnonvaroihin ja kiertotalouteen. Yksittäisinä esimerkkeinä nostettiin kierrätyksen tärkeys ja kertakäyttömuovituotteista luopuminen. Kolme vastaajaa nosti energiantuotantoon liittyvät vastuullisuuskysymykset ja yksi henkilö kyseenalaisti tehokkaiden ja äskettäin uusittujen hiilivoimalaitosten sulkemisen vastuullisuuden. Julkisen liikenteen hyödyt nousivat myös esille muutaman vastaajan toimesta ja yksi pariskunta viittasi kotikaupunkinsa toimimattomaan julkiseen

liikenteeseen, joka johtaa pakolliseen yksityisautoiluun. Kaksi vastaajaa nosti myös puhtauden ja roskattomuuden merkeiksi vastuullisuudesta. Vastauksissa viitattiin myös muutaman ihmisen toimesta vastuullisuuden muihin osa-alueisiin ja niiden huomioimisen tärkeyteen; yksi vastaaja piti erittäin tärkeänä huomioida taloudellinen osa-alue vastuullisuudesta puhuttaessa. Kaikki vastaajat nostivat edes jonkun vastuullisuuden näkökulman esille, joten käsitteenä tämä alkaa olla tuttu laajasti.

Toisessa kysymyksessä tiedustelimme, onko vastaaja havainnut risteilyaluksella vastuullisia toimia. Yksitoista vastaajaa oli huomionnut kierrätykseen ja kertakäyttöisten tavaroiden vähenemiseen liittyviä seikkoja. Etenkin kertakäyttömuovin, -hygieniatuotepakkausten ja -astioiden oli huomattu muuttuneet uudelleenkäytettäviksi tai ympäristöystävällisemmiksi. Muutama vastaaja nosti myös esille sen, että hotelleista tuttu toimintatapa, jossa matkailijaa kehoitetaan käyttämään samaa pyyhettä useamman päivän, oli käytössä myös risteilyaluksilla. Matkailijat kyllä mainitsivat, että tämän käytännön noudattamisessa huoneiden siivouksen yhteydessä on kehitettävää, koska pyyhkeitä oli kuitenkin vaihdettu puhtaisiin vain yhden käyttökerran jälkeen. Kaksi ihmistä ei ollut tehnyt ollenkaan huomioita aluksella vastuullisuuteen liittyen. Vastauksissa nostettiin esille myös kehityskohteita, kuten ruokahävikin suuri määrä buffet-tyylisessä ruokailussa, vedenkulutus pyykinpesussa ja juomavesipisteiden puuttuminen tai löytäminen laivalta. Yksi vastaaja nosti esille, että hän ei pidä sinänsä risteilymatkustamista erityisen vastuullisena, mutta hän korosti sitä, että vaihtoehtona olisi lentää jokaiseen reitillä sijaitsevaan maahan erillisillä matkoilla, joka kasvattaisi hänen henkilökohtaista hiilijalanjälkeään todella paljon. Kukaan matkustajista ei ollut huomannut vastuullisuusviestintää retkien osalta risteilyvarustamon suunnalta minkään vierailukohteen osalta. Vastauksissa nousi selkeästi esille vastuullisuusviestinnän puutteellisuus. Vastaajat olivat huomanneet vastuullisuustoimia pääsääntöisesti muutoksina aiemmin tottumiinsa asioihin, kuten muovipillien poistuminen tai kertakäyttökahvikuppien puuttuminen. Vain pyykinpesun vähentämistoimenpiteen huomioineet henkilöt olivat nähneet asiasta viestintää.

Kolmantena kysymyksenä tiedustelimme, tekikö haastateltava Helsingin vierailullaan vastuullisia valintoja tai kiinnittikö hän huomiota vastuullisuuteen. Kahdeksan vastaajaa oli liikkunut joko kaikki tai osan siirtymistään kävellen. Neljä heistä oli mennyt keskustaan linja-autokuljetuksella, mutta palannut kävellen. Yksi ihminen olisi valinnut polkupyörän, jos aikaa olisi ollut enemmän käytettävissä. Vain muutama haastattelemistamme ihmisistä oli osallistunut järjestetyille aktiviteetille. Näistä kolmesta vain yksi kertoi oppaan puhuneen vastuullisuudesta. Saimme myös neljältä matkailijalta kommentin turkisten ja taljojen myynnistä satama-alueen matkamuistomyymälässä. Nämä vastaajat kyseenalaistivat niiden vastuullisuutta ja viestiä, minkä ne antavat Helsingistä. Yksi vastaaja nosti esille satama-alueen ja haasteen löytää jäteastioita. Suurin osa haastateltavista mainitsi Helsingin olevan hyvin siisti kaupunki, joten he kokivat kaupungin olevan tältä osin vastuullinen.

Muutammat olivat huomioineet vierailuillaan kierrätysastioita, vedettömiä pisoaareja ja biohajoavia ruoka- ja juomapakkauksia. Kysyimme myös, vaikuttiko jokin toinen kohde heidän risteilynsä reitillä erityisen vastuulliselta. Vastauksissa korostuivat Kööpenhamina, jonka puolet ensimmäisen haastattelukerran vastaajista mainitsi. Juuri kukaan ei tarkentanut, mikä teki Kööpenhaminasta erityisen vastuullisen. Yksittäisiä mainintoja nousi siisteydestä ja pyöräilyn yleisyydestä. Muita mainintoja saivat Kiel, jossa kolme eri vastaajaa oli huomionnut kierrätysastiat ja pullojen panttijärjestelmän. Myös Visby ja Kotka saivat yksittäiset maininnat.

Neljäntenä tiedustelimme vaikuttaako vastuullisuus haastateltavan päätöksiin matkaillessa. Suurin osa vastaajista kertoi, ettei vastuullisuudella ole vaikutusta haastateltavan omaan matkailuun. Vain kaksi vastaajaa kertoi vastuullisuudella olevan vaikutusta matkailuunsa. Esimerkkeinä nostettiin pidempi matkankesto ja liikkuminen matkakohteessa. Vaikka iso osa vastaajista kertoi, ettei vastuullisuus vaikuta matkailuun, niin heistä miltei kaikki kertoivat, että yrittävät toimia normaalissa arjessaan vastuullisemmin kuin aiemmin. Osa mainitsi kohonneet elinkustannukset tässä yhteydessä, joten vastuullisuus ei välttämättä ollut vastaajille ainoa syy vähentää energiankulutustaan ja ruokahävikkiään. Vain muutama vastaaja ei huomionnut vastuullisuutta mitenkään omissa toimensaan.

Viimeisenä tiedustelimme vastaajilta heidän suhtautumistaan Helsingin tavoitteeseen olla maailman kestävin matkakohde vuonna 2026. Kukaan vastaajista ei ollut kuullut tavoitteesta, mutta kaikissa se herätti ajatuksia. Tavoitetta pidettiin kaikkien vastaajien mukaan rohkeana ja kunnianhimoisena. Neljä vastaajaa ei uskonut tavoitteen saavuttamiseen, kaikki heistä vertasivat tilannetta omiin kotipaikkoihinsa, jossa koronapandemian ja energiakriisin myötä on jääty tavoitteista. Yksi vastaaja nosti esille sen, että ilmastonmuutoksen myötä tämänkaltaisia päätöksiä on tehtävä ja hänen näkemyksensä mukaan tulevaisuudessa on asetettava ja saavutettava kunnianhimoisia tavoitteita. Yksi vastaaja piti tavoitetta hyvinkin saavutettavana ja hän kertoi tämän vaikuttavan positiivisesti hänen mielikuvaansa Helsingistä. Muut vastaajat kertoivat, ettei tällä ole vaikutusta heidän mieltäpitoonsa. Yksi vastaaja mainitsi Suomen Natoon liittymisen lisäävän mahdollisesti kiinnostusta matkustaa Suomeen, koska aihe oli ollut mediahuomion kohteena myös muualla maailmassa. Odotimme, että kukaan vastaajista ei ole kuullut tavoitteesta, mutta halusimme kysyä tätä havainnoidaksemme vastaajien reaktioita. Suurin osa vastaajista oli hyvin vaikuttunut tavoitteen ajankohdasta ja osa viittasikin suuriin tavoitteisiin vuoteen 2050 mennessä.

Matkustajahaastatteluiden vastausten luotettavuutta pidämme korkeana, koska matkailijoiden esiin nostamat seikat voidaan havainnoida muistakin lähteistä (Hirsjärvi & Hurme 2022, 33). Tuloksissa korostui se, että juuri kukaan vastaajista ei ollut havainnoinut vastuullisuusviestintää aluksella tai kohteessa. Vastuullisuusviestintä on hyvin satunnaista, kun tarkastelee vaikkapa eri

risteilyvarustamoiden retkikuvauksia tai heidän vastuullisuusraporttejaan. Retkien vastuullisuutta ei juurikaan raportoida tällä hetkellä varustamoiden sivuilla tai heidän julkaisemissaan raporteissa. Suurista kansainvälisistä yrityksistä Royal Caribbean Group raportoi, että vuoden 2022 39 % heidän kauttaan varattavista retkistä on GTSC-sertifioituja ja tavoitteena on vuoteen 2026 mennessä 60 % kaikista retkistä (Royal Caribbean Group s.a., 17). Maailman suurimman risteily yrityksen Carnival Corporationin vastuullisuusraporteista ei löytynyt viittauksia kuin yksittäisiin projekteihin, kuten eläinten hyvinvoinnin parantamiseen, jos retki sisältää vuorovaikutusta eläinten kanssa (Carnival Corporation & plc s.a., 22), mutta kokonaistilastoja retkien vastuullisuudesta ei löytynyt. Norwegian Cruise Line (Norwegian Cruise Line Holdings LTD. s.a., 59) nostaa esille retkien vastuullisuudessa sen, että he käyttävät paikallisia toimijoita, mutta mainintoja retkien järjestävien tahojen vastuullisuudesta ei mainita.

Otantamme matkailijahaastatteluissa oli pieni, koska opinnäytetyömme painopiste ei ollut matkustajien haastattelemisessa, vaan heille tarjottujen tuotteiden vastuullisuuden kehittämisessä. Vaikka haastatteluita ei kappalemäärällisesti toteutettu tarpeeksi, että niistä saisi kvantitatiivisesti luotettavia tuloksia, olivat vastaukset vahvistettavissa kvalitatiivisesti esimerkiksi sillä, mitä alan ammattilaiset ovat nostaneet eri keskusteluissa esille (Asiatuntija A 26.7.2023, Matkatoimisto A 10.10.2023, Matkatoimisto A 19.10.2023).

## **6.2 Incoming-matkatoimistojen edustajien haastattelut**

Valitettavasti emme saaneet kuin yhden incoming-matkatoimiston edustajan haastateltavaksi. Tulokset ovat täten suppeat, joskin haastattelemamme henkilö oli erittäin ammattitaitoinen ja pitkäaikainen toimija, joten hänen näkemyksensä kuvaavat varmasti hyvin koko kentän näkemyksiä. Alhaista vastaushalukkuutta kompensoidaksemme toteutimme workshopin, jonka tulokset täydentävät hyvin tutkimuksemme tarpeita. Workshopin tulokset esittelemme seuraavassa alaluvussa.

Saimme vastaukset sähköpostitse lähetettäviin kysymyksiimme 10.10.2023. Kysyimme haastateltavaltamme kuvausta heidän toimintansa nykytilasta ja tuotteiden hankinnan prosesseista. Haastateltava kertoi heidän olevan päävastuussa tuotteiden kokoamisesta eri toimijoilta. Haastateltavamme kuvaili varustamoiden toimivan hyvin eri tavoin, osa esittää toiveita, jolloin heille räätälöidään erilaisia tuotteita ja osa välittää heille asiakaspalautetta retkistä, joita hyödynnetään tuotteiden kehittämisessä. Varustamoille tarjotut retket eroavat toisistaan, koska esimerkiksi varustamoiden asiakaskunnat eroavat toisistaan. Vastuullisten retkien kysyntä ja tarjonta ovat kasvanut haastateltavamme mukaan, vastuullisuusohjelmia on useilla heidän käyttämillään toimijoilla. Haastateltava mainitsi myös varustamoiden vastuullisuustoimet. Haastateltava toivoo, että vastuullisuus

lisääntyisi myös paikallisten toimijoiden tukemisessa. Haasteita, joita hän mainitsee ovat muun muassa vastuullisuussertifikaatteihin käytettävät rahalliset ja ajalliset resurssit suhteessa niistä saatavaan hyötyyn sekä haasteet erilaisten vastuullisuusohjelmien luotettavuudessa. Haastateltava nosti myös esille risteilyiden vähenemisestä johtuneen rajallisuuden käytettävissä olevien oppaiden ja kuljetusten saatavuudessa sekä liikennejärjestelyiden haasteet. Helsingin kaupungilta hän toivoo apua käytännön asioihin ja palveluihin, jotta matkailijoilla ja liikennöitsijöillä on pääsy nähtävyyksille ja heillä on saatavilla tarvittavat palvelut, kuten WC-tilat. (Matkatoimisto A 10.10.2023.)

Teams-haastattelussa halusimme selventää vielä sitä, miten tuotteistus toteutetaan. Haastateltava kertoi heidän olevan itse enemmän yhteydessä palveluntuottajiin, mutta että nykyään heille myös tarjotaan enemmän tuotteita. Tuotteistus tehdään yhteistyössä palveluntarjoajien kanssa. Haastateltava kertoi, että usein retkituotteet rakennetaan esimerkiksi kohteen ympärille, johon liitetään erilaisia palveluita, kuten ruokailuja ja kuljetuksia. Haastateltava kertoi vastuullisuuden kysynnän kumpuavan etenkin varustamoilta, koska heillä on paineita tehdä toiminnastaan kestävämpää. Etenkin suuret varustamot kiinnittävät tähän enemmän huomiota, koska mediahuomio kiinnittyy heidän toimintaansa ja pienten varustamoiden toiminta on lähtökohtaisesti kestävämpää. Kysyntää tulee haastateltavan mukaan myös asiakkailta, jotka osallistuvat nykyään enemmän vastuullisille retkille kuin aiemmin; haastateltava kertoi kävelyretkien olevan hyvin suosittuja. Haastateltava mainitsi ulkokierrosten ylipäätään kasvattaneen suosiotaan koronapandemian myötä. Haastateltavamme kuvailee retkien kysynnän muutosta siten, että asiakkaat haluavat entistä enemmän nähdä suomalaista arkea ja elämää. Näillä retkillä toki kysyntä vielä vähäistä verrattuna perinteisempiin päänähtävyyksiin ja räätälöidymmillä retkillä on myös rajallisempi kapasiteetti. Haastateltava kertoi tuotteen rakentamisen jälkeen heidän tarjoavan retkiä varustamoille, joista varustamo valitsee, mitä ottaa valikoimaansa. Usein varustamot valitsevat vain yhden retken per kategoria, esimerkiksi luontoretkeksi valitaan melontaretki, joten kaikkia tuotteita ei saada myytyä varustamolle saakka. (Matkatoimisto A 19.10.2023.)

Haastateltava kertoi, että he viestivät kaikille yhteistyökumppaneilleen omista vastuullisuustoimistaan ja sertifikaateistaan, mutta eivät edellytä muilta vastuullisuustoimia. Haastateltava nostaa esille sen, että osa heidän käyttämistään palveluntuottajista ei edes tule hankkimaan näillä näkymin matkailun vastuullisuussertifikaatteja, koska heiltä löytyy jo sertifiointeja muilta liike-elämän aloilta. Toki haastateltava myöntää, että yhteistyökumppaneiden vastuullisuustoimet voivat vaikuttaa valintaan, kenen kanssa tehdään yhteistyötä, jos vaihtoehtoja on useita. Haastateltava mainitsee myös, että noin puolella heidän käyttämistään yhteistyökumppaneista löytyy jo jokin vastuullisuussertifikaatti. Varustamoille hinta on usein suuremmassa ratkaisevassa roolissa, kuin retkien vastuullisuus. Haastateltavamme nostaa esille varustamoiden tekemät vastuullisuustoimet, mutta epäilee, että asiakaskyselyissä ei vielä korosteta vastuullisuuskysymyksiä, koska

risteilymatkustamiseen liittyy edelleen suuria haasteita vastuullisuuden saralla. Haastateltava kertoo, että varustamoille kerrotaan kyllä retkien vastuullisuudesta, kuten palveluntuottajien sertifikaateista, mutta näiden nostaminen retkikuvauksissa asiakasviestinnässä on vielä maltillista ja haastateltavamme uskoo tämän johtuvan siitä, että risteilymatkustajat eivät vielä kiinnitä vastuullisuusasioihin juurikaan huomiota. Retkillä tapahtuva vastuullisuusviestintä on hyvin retkestä riippuvaista haastateltavamme mukaan, esimerkiksi oppaat kertovat asiakkaille, millaisia toimia luonnossa liikuminen edellyttää tai vaikkapa suomalaisen juomapakkausten palautusjärjestelmän toiminnasta. Vastuullisuusviestinnän haasteena etenkin asiakkaille haastateltava mainitsee sen, miten viestintä toteutetaan siten, ettei syyllistetä ketään. (Matkatoimisto A 19.10.2023.)

Haastateltavamme nostaa esille risteilyllä tarjottavien retkien vastuullisuuden yhtenä suurena haasteena sen, että vain osa toimijoista on Suomessa, jolloin yhteistyö hankaloituu entisestään, koska kaikilla on erilaisia säädöksiä kotipaikkansa mukaan, joten toimintatapojen vastuullisuus toteutuu hyvin kirjavasti. Hän myös pohtii sitä, miten saada vastuullisuus osaksi kaikkien kilpailevien incoming-matkatoimistojen toimintaa, koska kuten aiemmin mainitsimme, varustamoille ratkaisevan tekijänä on usein hinta. Haastateltavamme nostaa esille sen perusajatuksen, että risteilymatkustajat arvostavat helppoutta ja useat heistä eivät halua seikkailla yksin vieraassa kaupungissa julkisen liikenteen varassa, joten on myös vastuullista kuljettaa matkustajia keskitetysti esimerkiksi sukkulabusseilla, koska usein vaihtoehto olisi taksi. Risteilymatkustaminen on myös monelle esteetön tapa matkustaa, kuten mainitsimme aiemmin hahmotellessamme risteilymatkustamisen vastuullisuuden nykytilaa. Kuten haastateltavamme mainitsi jo sähköpostihaastattelussa, hänen mielestään kaupungin tärkein tukitoimi on mahdollistaa logistiikan tehokas sujuminen. Hänen mielestään tarvitaan sekä toimiva joukkoliikenne että mahdollisuus kuljettaa asiakkaita linja-autoilla tärkeimmille nähtävyyksille. Linja-autojen pysäköintipaikkojen puutteen hän myös nostaa tässä kohdassa esille, koska ilman pysäköintipaikkoja nähtävyyksien lähistöllä, linja-autot tekevät paljon turhia ajoja, joka ei ole tehokasta kustannusten tai vastuullisuudenkaan näkökulmasta. (Matkatoimisto A 19.10.2023.)

Näitä kahta haastattelua yhden incoming-matkatoimiston edustajan kanssa pidämme hyvin luotettavana. Hänen asiantuntemuksensa ja perehtymyksensä vastuullisuusasioihin huomioiden, uskomme, että myös muiden toimistojen edustajilta olisi tullut hyvin samantyyppisiä vastauksia. Luotettavuutta perustelemme myös sillä, että pitämässämme workshopissa nousi esille hyvin pitkälle samoja huomioita, kuin mitä haastateltavamme teki.

### 6.3 Workshop

Työpajan tuloksena syntyi useita kehitys- tai toimenpide-ehdotuksia sekä aiheisiin liittyneitä huomioita, jotka vaativat jatkotoimenpiteitä. Käymme seuraavaksi tulokset läpi ryhmä ja aihealue kerrallaan.

Ensimmäisen ryhmän aihe oli ryhmien liikkuminen ja kuljetus (kuva 8). He nostivat kehityskohdeksi liikennesuunnittelun vastaamisen matkailijaliikenteen tarpeisiin. Tämä vaatii yhteistyötä viranomaisilta, matkanjärjestäjiltä sekä Helsingin seudun liikenteeltä. Ryhmä suunnitteli kenttäpäivän, jonka aikana asetutaan matkailijan saappaisiin etenkin esteettömyyden näkökulmasta. Päivän aikana liikutaan kiireisenä päivänä siellä missä matkailijatkin liikkuvat ja koetaan itse, kuinka esteettömästi kulkeminen sujuu ihmisiltä, joilla on haasteita liikkumisen kanssa. Kenttäpäivän jälkeen liikennöinnin suunnittelu toteutetaan yhteistyössä eri toimijoiden kanssa, jotta saadaan huomioitua jo suunnitteluvaiheessa eri tarpeita. Lisähuomiona tältä ryhmältä aiheeseen liittyen tuli se, että on tärkeää saada minimoitua turhat ajot ja vajaatäytöllä kulkevat bussit. Tämä vaatii yhteistyötä matkanjärjestäjiltä ja liikennöijiltä. Ryhmällä oli hyvin konkreettinen ehdotus, millä tavoin ongelmaa voisi lähteä ratkomaan. Haasteet on helpompi ymmärtää, kun on itse kokemassa niitä matkailijan näkökulmasta.



#### Ryhmä 1 – ryhmien liikkuminen ja kuljetus

- **Miten voidaan parantaa matkailijoiden liikkumisen ja kuljetuksen kestävyyttä?**
- Kehityskohde: Liikennesuunnittelun vastaaminen matkailijaliikenteen tarpeisiin
- Yhteistyötahot: HSL, viranomaiset, matkanjärjestäjät
- Ratkaisu: Kenttäpäivä, jossa asetutaan matkailijan saappaisiin etenkin esteettömyyden näkökulmasta. Kenttäpäivässä liikutaan kiireisenä päivänä siellä, missä matkailijatkin liikkuvat ja koetaan itse, kuinka esteettömästi kulkeminen sujuu ihmisiltä, joilla on haasteita liikkumisen kanssa. Kenttäpäivän jälkeen liikennöinnin suunnittelu toteutetaan yhteistyössä eri toimijoiden kesken, jotta saadaan huomioitua jo suunnitteluvaiheessa eri tarpeita.
- Lisähuomio: tärkeintä saada turhat ajot ja vajaatäyttö pois vastuullisuuden kehittämisessä. Tämä vaatii yhteistyötä matkanjärjestäjien kesken.

Kuva 8. Ryhmä 1 kooste.

Toisen ryhmän aiheena oli luontokohteiden tuotteistaminen, ja he lähtivät pohtimaan tätä sitä kautta, kuinka luonto voisi olla paremmin näkyvillä tuotteissa (kuva 9). Kehityskohdeksi he nostivat

luonnon tuomisen lähelle risteilymatkustajia. Tässä kehityskohteessa yhteistyötä vaaditaan kaikilta tahoilta ketkä tuotteistavat. Ensimmäinen ratkaisu tähän haasteeseen ryhmällä oli yhdessä sovitun luontotarinan tuominen mukaan luovemmin opastuksiin. Luontotarinan yhtenäistäminen ja rikastaminen tehdään yhteistyössä eri tahojen kesken ja tuodaan luovemmin mukaan matkailijoille suunnattuun viestintään. Toisena ratkaisuna he pohtivat mahdollisuutta luoda luontokohteita lähelle satamaa. Esimerkkinä ryhmä antoi suomalaisen ”kesäbiitsin” luomisen Hernesaaren rantaan. Ryhmässä pohdittiin myös sitä, onko erilaisissa kohdeoppaissa luontotarinat ajan tasalla. Keskusteluun nousi luontokasvatus ja sen mahdollinen mukaan tuominen luontotarinaan.

## Ryhmä 2 – luontokohteiden tuotteistaminen

- **Miten luonto voisi näkyä paremmin tuotteistuksessa?**
- Kehityskohde: Luonnon tuominen lähelle risteilymatkustajia
- Yhteistyötahot: kaikki, ketkä tuotteistavat.
- Ratkaisu 1: Yhdessä sovitun luontotarinan tuominen mukaan luovemmin opastuksiin. Luontotarinan yhtenäistäminen ja rikastaminen tehdään yhteistyössä eri tahojen kesken ja tuodaan luovemmin mukaan viestintään matkailijoille.
- Ratkaisu 2: Luontokohteiden luominen lähelle satamaa, esimerkiksi suomalainen ”kesäbiitsi” Hernesaareen



Kuva 9. Ryhmä 2 kooste.

Kolmas ryhmä (kuva 10) käsitteli kohtuullisen laajaa aihetta eli yhteistyötä. Kehityskohteeksi nousi tiedonkulku eri toimijoiden välillä. Yhteistyötahoja ovat käytännössä kaikki toimijat, riippuen toki siitä, mitä osa-aluetta ollaan kehittämässä. Tärkeäksi asiaksi nostettiin se, että saavutetaan laajempi ymmärrys siitä, miten eri päätökset vaikuttavat kautta koko linjan. Ratkaisuna oli kommunikoinnin ja viestinnän lisääminen eri tahojen välillä. Ryhmän keskusteluissa nousi esille esimerkiksi se, että varustamot ovat tehneet paljon töitä kestävän kehityksen eteen, mutta tämä viesti ei ole tavoittanut kaikkia osapuolia (satamat, operaattorit, alihankkijat, Helsingin asukkaat) riittävän hyvin. Tämä voisi parantaa myös risteilymatkailun vastuullisuusmielikuvaa. Lisähuomiona ryhmä nosti esiin kaupungin julkisen liikenteen kehittämisen ja hyödyntämisen retkien kuljetuksessa. Toinen huomio koski julkisten tahojen osallisuutta vihreän siirtymän kustannuksiin, jotta yksityisen sektorin teknologinen kehitys nopeutuisi ja sujuvoituisi.



## Ryhmä 3 - yhteistyö

- **Kuinka eri tahojen yhteistyötä voisi kehittää?**
- Kehityskohde: Tiedonkulku eri toimijoiden välillä
- Yhteistyötahot: kaikki toimijat, riippuen siitä, mitä ~~aluetta~~ ollaan kehittämässä. Tärkeintä on saavuttaa laajempi ymmärrys siitä, miten eri päätökset vaikuttavat kautta koko linjan.
- Ratkaisu: Kommunikoinnin ja viestinnän lisääminen. Esimerkiksi varustamot ovat tehneet paljon töitä kestävän kehityksen eteen, mutta tämä viesti ei ole tavoittanut kaikkia osapuolia riittävän hyvin (satamat, operaattorit, alihankkijat, Helsingin asukkaat). Tämä parantaisi myös risteilymatkustuksen vastuullisuusmielikuvaa.
- Lisäkommentteja: kaupungin julkisen liikenteen kehittäminen ja hyödyntäminen retkien kuljetuksessa. Julkisten tahojen osallistuminen vihreän siirtymän kustannuksiin, jotta yksityisen sektorin teknologinen kehitys nopea ja sujuvoituu

Kuva 10. Ryhmä 3 kooste.

Neljännän ryhmän aiheena oli pohtia vastuullisuusviestintää ja sen kehittämistä (kuva 11). Ryhmän kehityskohde oli yhteisen vastuullisuusviestin rakentaminen yhteistyössä. Tämä vaatii yhteistyötä kaikilta tahoilta, jotka viestivät risteilymatkustajien asiakaspolun varrella. Ratkaisu aiheeseen oli vastuullisuusviestin määrittäminen yhteistyössä kohderyhmän mukaisesti. Kaikki osapuolet viestivät kohderyhmille samalla tavalla kaikista Helsingin risteilymatkustamiseen liittyvistä vastuullisuusustoimista. Viestien sisältö pitäisi rakentaa eri vastaanottajat huomioiden. Vastaanottajat voivat olla matkustajia, kaupungin asukkaita, varustamoja tai paikallisen elinkeinon edustajia. Viestinnässä nostetaan esille tärkeimpiä asioita kaikilta vastuullisuuden osa-alueilta ei pelkästään ekologisen vastuun saralta. Ryhmä mietti hyvin tarkkaan sitä, kuka viestii ja kenelle, ja he loivat muistiinpanoihinsa selkeän kaavion asiasta. Ryhmän pohdintoihin nousi myös risteilymatkailijan kestävä asiakaspolku, jossa huomioitaisiin infra sekä kestävät tuotteet ja palvelut. Ryhmässä korostettiin myös sitä, että suomalainen tapa viestiä vasta sitten, kun kaikki on täydellistä ja valmista, ei tässä kohtaa ole järkevää. Kaikista jo tehdyistä vastuullisuusustoimista olisi viestittävä jo nyt rohkeasti, sekä tuoda esiin tulevia vastuullisuustavoitteita.

## Ryhmä 4 - vastuullisuusviestintä

- **Miten vastuullisuusviestintää voisi kehittää?**
- Kehityskohde: Yhteisen vastuullisuusviestin rakentaminen yhteistyössä
- Yhteistyötahot: Risteilymatkustajan asiakaspolun varrella viestivät tahot
- Ratkaisu: Vastuullisuusviesti määritellään yhteistyössä kohderyhmän mukaisesti. Kaikki osapuolet viestivät kohderyhmille samalla tavalla kaikista Helsingin risteilymatkustamiseen liittyvistä vastuullisuustoimista. Huomioitava viestin sisältö eri vastaanottajille (matkustajat, asukkaat, varustamot, paikallinen elinkeino). Nostetaan tärkeimpiä asioita esille kaikilta vastuullisuuden osa -alueilta, ei pelkästään ekologisen vastuun saralta.

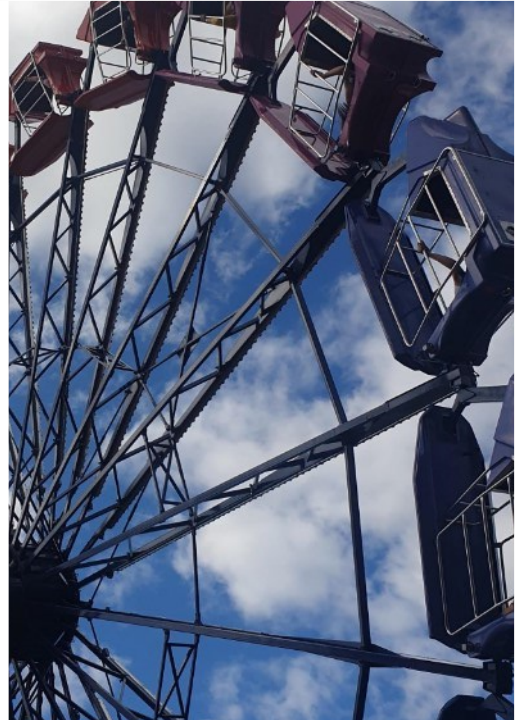


Kuva 11. Ryhmä 4 kooste.

Viidennen ryhmän (kuva 12) tehtävänä oli pohtia kuinka risteilymatkustamiseen usein liitettävää negatiivista mielikuvaa voisi muuttaa positiivisemmaksi. Kehityskohteeksi muodostui positiivisten vaikutusten arviointi ja tunnistaminen. Yhteistyötä vaaditaan kaikilta tahoilta, ketä risteilymatkustaminen koskee, kuten satama, elinkeino, päättäjät, matkanjärjestäjät ja vierailukohteet. Ratkaisuna ryhmällä oli positiivisten puolien tunnistaminen, kuten esteettömyys ja inklusiivisuus. Esteellisten matkailijoiden määrä lisääntyy tulevaisuudessa väestön ikääntyessä. Lisäksi risteily matkustusmuotona on esteellisille ja erityisryhmille helpompi. Näitä positiivisia puolia korostetaan viestinnässä yhteistyössä kaikkien risteilymatkustukseen liittyvien toimijoiden taholta. Erilaisten toimenpiteiden vaikutusta on myös seurattava esimerkiksi vaikuttavuusarviolla. Lisähuomiona ryhmä nosti esiin sen, että on huomioitava erilaisia hahmottamis- ja havainnollistamistapoja risteilymatkustamisen ympäristövaikutuksista verraten esimerkiksi lentämistä täyteen risteilyalukseen.

## Ryhmä 5 – risteilymatkustamisen positiivisten puolten korostaminen

- **Kuinka risteilymatkustamisen kestävyyyteen usein liitettävää negatiivista mielikuvaa voisi muuttaa positiivisemmaksi?**
- Kehityskohde: Positiivisten vaikutusten tunnistaminen ja arviointi
- Yhteistyötahot: kaikki, ketä risteilymatkustaminen koskee, mm. satama, elinkeino, päättäjät, matkanjärjestäjät ja kohteet.
- Ratkaisu: Tunnistetaan positiivisia puolia, esimerkiksi esteettömyys ja inklusiivisuus. Näitä puolia korostetaan viestinnässä yhteistyössä kaikkien risteilymatkustukseen liittyvien toimijoiden taholta. Erilaisten toimenpiteiden vaikutusta seurattava, esimerkiksi vaikuttavuusarviolla.
- Lisähuomio: huomioidaan erilaisia hahmottamis ja havainnollistamistapoja risteilymatkustamisen ympäristövaikutuksista verraten esimerkiksi lentämistä täyteen risteilyalukseen.



Kuva 12. Ryhmä 5 kooste.

Kuudes ryhmä pohti kuinka satama-alueen opastusta voisi kehittää edelleen kattamaan myös markkinointia ja viestintää (kuva 13). Ryhmä koki haasteeksi sen, että ISPS-alueen sisäpuolella on useita toimijoita, ja ulkopuolella vielä enemmän. Kuka, mitä ja kenelle viestitään vaikuttaa siihen, kenen vastuulle viestintä kuuluu. Ryhmä oli myös sitä mieltä, että pääasiassa vain varustamot taivoittavat matkailijat ennen saapumista Helsinkiin. Ryhmän mielestä ideoita ratkaisuun voisi hakea esimerkiksi Tukholmasta ja Kööpenhaminasta. Yhtenä ideana, oman aiheensa ulkopuolelta, ryhmältä tuli reaaliaikainen kartta, missä näkyy turistibussien sijainti, jonka avulla voisi tasata ruuhkia suosituissa vierailukohteissa.



Kuva 13. Ryhmä 6 kooste.

## Ryhmä 6 – risteilymatkustajien opastaminen satama- alueella

- **Kuinka satama-alueen opastusta voisi kehittää edelleen kattamaan myös markkinointia ja viestintää?**
- Kehityskohde: Opastuksen ja viestinnän kehittäminen
- Haaste: ISPSalueen sisäpuolella useita toimijoita ja ulkopuolella vielä enemmän toimijoita. Kuka, mitä ja kenelle viestitään vaikuttaa siihen kenen vastuulle viestintä kuuluu. Pääasiassa vain varustamot tavoittavat matkailijat ennen saapumista Helsinkiin.
- Ideoita ratkaisuuksiin voisi hakea Kööpenhaminasta ja Tukholmasta
- Idea ruuhkien tasaamiseen suosituissa vierailukohteissa: reaaliaikainen kartta, missä näkyy turistibussien sijainti

Workshopin tuloksena syntyneitä toimenpide- ja kehitysehdotuksia voidaan pitää luotettavina, koska osallistujat ovat alansa ammattilaisia. Ryhmien kokoaminen niin, että jokaisen aihepiirin parissa työskenteli joukko eri tahojen edustajia antaa tuloksille myös uskottavuutta. Eri toimijoiden näkökulmat pääsivät ääneen jokaisen aihepiirin tiimoilla. Workshop on mahdollista toteuttaa samoista lähtökohdista ja samoilla aihepiireillä, mutta tuloksena syntyvät toimenpide- ja kehitysehdotukset voivat olla hyvinkin erilaisia.

## 7 Pohdinta ja johtopäätökset

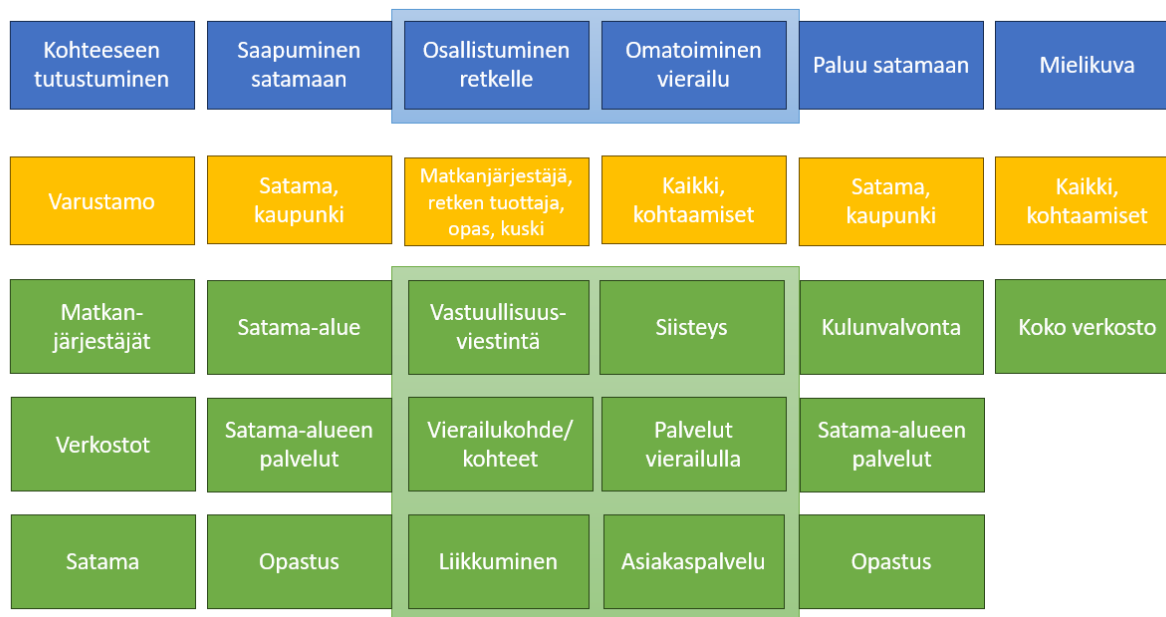
Opinnäytetyömme tarkoitus oli vastata kysymykseen: mitä kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottujen tuotteiden kehittäminen vastuullisemmaksi edellyttää. Kiteytetty vastaus tutkimusongelmaamme, joka nousi kaikista vahvimpana aiheeseen perehtyessä, sekä asiantuntijoiden kanssa keskustellessa että kestävän kehityksen periaatteisiin tutustuessa, on yhteistyö. Kestävä kehitys on mahdollista vain, jos kaikki asian parissa työskentelevät henkilöt tavoittelevat samaa päämäärää. Yhteistyö onnistuu kuuntelemalla ja kommunikoimalla avoimesti kaikkien toimijoiden kesken. Nostamme vielä muutamia havaintoja yhteistyön kehittämisen tueksi seuraavassa alaluvussa.

Haastattelututkimusten ja workshopin puolestaan oli tarkoitus vastata alakysymyksiin: millainen rooli vastuullisuudella on, millaisia haasteita vastuullisuuden kehittämiseen liittyy ja miten risteilymatkustajat mieltävät vastuullisuuden. Näiden tutkimusmenetelmien tulosten läpikäynnin perusteella voimme todeta, että saimme vastattua kysymyksiin. Nämä tulokset esittelimme edellisessä luvussa tarkemmin. Vastuullisuudella on hyvin suuri ja kasvava rooli pohjautuen koko Suomen matkailustrategiaankin. Myös haastattelemamme incoming-matkatoimiston edustaja kertoi heidän vastuullisuusstrategiastaan ja arvioi noin puolella heidän käyttämistään toimijoista olevan vastuullisuusohjelma. Määrä tulee varmasti lisääntymään tulevaisuudessa, etenkin jos ennusteet toteutuvat ja vastuullisuus vaikuttaa jatkossa entistä enemmän ihmisten valintoihin myös risteilymatkustamisen saralla. Haasteita vastuullisuuden kehittämisessä on useita ja niitä nousee lisää mitä pidemmälle vastuullisuuskehityksessä edetään. Usein taloudelliset seikat kilpailevat ympäristöystävällisen kehityksen kanssa. Uuden ympäristöystävällisemmän teknologian kehittyessä myös niihin investoinnista tulee saavutettavampaa ja kustannukset laskevat. Toki investoinnit ovat suuria ja esimerkiksi alusten käyttöikä on hyvin pitkä, joten uudistuksia ei voida toteuttaa kerralla kaikkiin aluksiin. Risteilymatkustajien haastatteluista ilmeni se, että vaikka juuri kukaan ei kertonut vastuullisuuden vaikuttavan valintoihinsa matkailun suhteen, useat vastaajat kertoivat yrittävänsä arjessaan tehdä vastuullisia valintoja. Kaikki vastaajat olivat kuitenkin edes jollain tasolla tietoisia siitä, mitä vastuullisuus on. Risteilymatkustamisen kehittyessä vastuullisemmaksi, lisääntyy tietoisuus myös matkailijoiden keskuudessa ja vastuullisuus voi jatkossa olla yksi valintakriteeri esimerkiksi sille, minkä varustamon palveluita käyttää.

Mielestämme opinnäytetyömme vastaa tutkimuskysymykseen ja alakysymyksiin. Seuraavassa alaluvussa hahmottelemme toimeksiantajallemme hyödyllisiä havaintoja, joita teimme opinnäytetyömme aikana.

## 7.1 Tuloksissa esiinnousseet asiat toimeksiantajan hyödynnettäväksi

Toimeksiantajalle opinnäytetyömme tuloksista tärkein anti on tiedostaa, kuinka tärkeää yhteistyö on vastuullisuuden kehittämisessä. Haastattelemamme incoming-matkatoimiston edustaja kertoi tuotteistuksen tapahtuvan yhteistyössä palveluntuottajien kanssa ja mainitsi joidenkin risteilyvarustamoiden välittävän palautetta ja esittävän toiveita retkien suhteen, joten vielä on kehitettävää (Matkatoimisto A 10.10.2023, Matkatoimisto A 19.10.2023). Workshopin ennakkotehtävän vastauksissa korostui haasteena eri tahojen välisen ymmärryksen ja kommunikaation puute. Kommunikaation lisäämistä toivottiin sekä Helsingissä toimivien tahojen välillä, mutta myös risteilyvarustamoiden kanssa. Yksi vastaaja esitti kysymyksen siitä, kenen vastuulla varustamoiden kanssa kommunikointi oikeastaan on. Myös kilpailijoiden välille toivottiin enemmän yhteistyötä, etenkin taloudellinen vastuullisuus näkökulmasta. (Ennakkotehtävän vastaukset 2023.) Mielestämme tämä veturina toimiminen ainakin yhteistyön saralla voisi hyvinkin olla kaupungin matkailuorganisaation tehtävänä esimerkiksi Helsingin tekijät -kumppanuusverkoston kautta. Toki Helsingin kaupunki ja matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö tätä jo toteuttavatkin, mutta vahvemmassa kommunikoinnista asian suhteen ja määrätietoisesta johtamisesta ei varmasti olisi haittaakaan. Yhteistyön vaaliminen ja sen fasilitoiminen on luontevaa taholta, joka ei suoraan kilpaile muiden risteilyalan toimijoiden kanssa. Kansainvälisen risteilyverkoston kokous, jossa vedimme workshopin, todisti että eri toimijoiden yhteistyöllä on positiivisia vaikutuksia; kaikki ryhmätyöt tuottivat hyvin mielenkiintoisia ja laajalle ulottuvia kehitysideoita, joiden toteuttamisen keskiössä on useiden tahojen yhteistyö ja yhteiset päämäärät.



Kuva 14. Prosessikaavio risteilymatkustajan polusta Helsingissä

Yllä olevassa prosessikaaviossa (kuva 14) on hahmoteltuna Helsinkiin saapuvan risteilymatkustajan asiakaspolkua, kenellä risteilymatkustamisen kanssa toimivalla taholla on suurin vastuu askeleen onnistumisesta ja sitä, ketkä vaikuttavat välillisesti onnistumiseen ja positiivisen asiakaskokemuksen luomiseen. Kaaviossa ylimmällä rivillä siniset laatikot kuvaavat asiakkaan polkua risteilyn varaamisen jälkeen tapahtuvaan kohteeseen perehtymiseen aina siihen, millainen mielikuva asiakkaalle jää kohteesta vierailun jälkeen. Seuraavalla rivillä keltaisissa laatikoissa on hahmoteltu sitä, millä toimijalla on tästä askeleesta suurin vastuu. Vihreissä laatikoissa on puolestaan hahmoteltu sitä, mitkä asiat vaikuttavat myös suuresti positiivisen mielikuvan syntymiseen. Kaaviosta huomataan se, kuinka moniulotteista yhteistyötä onnistuminen vaatii. Esimerkiksi ensimmäisessä kohdassa asiakkaan polulla huomaamme, että vaikka varustamolla on ensisijainen vastuu asiakkaalle viestinnästä hänen varatessaan retkiä tai tutustuessaan vierailukohteeseen, on oleellista, että muun muassa matkanjärjestäjät, risteilyliiketoiminnan verkostot ja satama tuottavat varustamoille materiaalia, minkä pohjalta varustamo voi kehittää viestiään. Myös kohteella on iso rooli tuottaa omiin digitaalisiin kanaviinsa houkuttelevaa sisältöä, jotta risteilymatkustajan on helppo löytää lisätietoa kiinnostavasta vierailukaupungista myös varustamon sivujen ulkopuolelta. Tämän ensikoh- taamisen on onnistuttava, jotta matkustaja ylipäättään poistuu Helsingissä risteilyaluksesta.

Helsinkiin saapuvan matkustajan ensikosketus kaupunkiin on satama, jolloin opastus, sataman palvelut ja viihtyisyys nousevat keskiöön. Satamalla on vastuu satama-alueen kehittämisestä asiakaslähtöisesti ja kaupungilla on vastuu opasteiden sijoittelusta siten, että niiden avulla löytää perille. Laajemmin sataman lähialueen kehittäminen on myös useamman toimijan vastuulla. Opastus satama-alueella ja sen läheisyydessä voidaan toki toteuttaa kylteillä ja muilla fyysisillä opasteilla, mutta on hyvä huomioida myös asiakaspalvelun merkitys. Helsingin kaupungin matkailuneuvonnan työntekijät tekevät korvaamatonta työtä auttamalla turisteja heidän saapuessaan satamaan (Puumalainen 19.6.2017). Pääsimme opinnäytetyötämme tehdessä keskustelemaan myös näiden Helsinki Helppien kanssa ja oli ilo kuulla, että kasvokkain tapahtuvalle neuvonnalle on edelleen kysyntää. Helpit luovat myös erittäin myönteistä kuvaa Helsinkiin saapuille matkailijoille kaupungin vieraanvaraisuudesta. Helppien läsnäolo aluksen saapuessa lähettää myös viestin tervetulleeksi toivottamisesta, joka varmasti vahvistaa positiivista mielikuvaa. Lisäksi satama-alueen viihtyisyyttä voi kehittää muillakin tavoilla, kuin opasteilla. Havainnoimme tehdessämme matkustajahaastatteluita, kuinka suosittu kuvauspaikka pankkiautomaatin vierusta oli. Pankkiautomaatin kyljessä viitattiin Suomen menestykseen onnellisimpana paikkana maailmassa. Viestintää ja markkinointia kannattaa hyödyntää myös Hernesaaren sataman ja Helsingin keskustan välisellä kävelyreitillä, koska useat ihmiset kävelevät tätä väliä ja nykyisellään kävelymatka ei ole kaikilta osin elämyksellinen. Viestinnässä voi esimerkiksi pyrkiä luomaan kuvauksellisia paikkoja, jolloin ihmiset hyödyntävät kuvaa myös sosiaalisessa mediassa ja luovat näkyvyyttä. Ihmisiä voi myös kannustaa

merkitsemän kuviinsa sijainnin tai käyttämällä tunnistetta, jolloin sosiaalisen median julkaisuja voi mahdollisesti jakaa uudelleen.

Asiakaspolulla seuraava vaihe riippuu siitä, mitä matkailija Helsingissä ollessaan tekee. Kaaviossa on esitetty opastetulle kierrokselle osallistumisen ja omatoimisen tutustumisen vaihtoehdot. Jos matkustaja osallistuu järjestetylle retkelle, suurin vastuu onnistumisesta on matkanjärjestäjällä. Jos puolestaan matkailija tutustuu kaupunkiin omatoimisesti, vastuu jakaantuu kaikille toimijoille, jotka matkailija kohtaa. Välillisesti vaikuttavat toimijat ovat molemmissa tapauksissa samoja ja riippuvat siitä, ketä matkailija vierailullaan kohtaa. Kaikki näiden kohtien alla olevat vihreällä merkityt toimijat viittaavat molempiin tapoihin tutustua Helsinkiin. Helsingin matkailu ja kohdepalvelut -yksikkö kehittää Helsinkiä kokonaisuudessaan vierailukohteena, joten yksiköllä on suuri tukeva rooli, jotta matkailijan kokemus Helsingistä on mahdollisimman positiivinen. Helsingin kaupunki puolestaan voi vaikuttaa suuresti asiakaskokemukseen molemmissa tapauksissa, koska esimerkiksi liikenteen ja liikkumisen sujuvuus sekä kaupungin siisteys ja viihtyisyys ovat oleellisia matkailijan kokemukselle.

Paluu satamaan kohta on peilikuva saapumiselle ja samat tahot vaikuttavat sen onnistumiseen. Lisäksi kulunvalvonta ja sitä valvovan henkilökunnan ammattitaito ja asiakaslähtöisyys nousevat hyvin suureen rooliin. Lisäksi huomasimme tehdessämme matkustajahaastatteluita, että useat retkiltä palaavat matkailijat vierailivat matkamuistomyymälässä, jolloin myös tämän palvelun on onnistuttava vastaamaan kysyntään, jotta matkailijan kokonaiskokemus on positiivinen. Useat haastattelemamme matkailijat kyseenalaistivat taljojen myynnin matkamuistomyymälässä. Vaikka porontaljat ovatkin iso osa Suomi-kuvaa, täytyy myös ymmärtää, että kaikkialta saapuvien matkailijoiden mielikuvaan ne eivät vaikuta positiivisesti.

Useat matkustajat, ketä haastattelimme, mainitsivat pitävänsä Kööpenhaminaa erityisen vastuullisena kohteena. Tutkimme hieman mahdollisia syitä tälle. Kööpenhamina on toki tehnyt määrätietoisesti töitä vastuullisuuden eteen ja tavoittelee esimerkiksi pyöräilevien asukkaidensa määrän kasvua vuoden 2016 62 prosentista 75 prosenttiin vuoteen 2025 mennessä. Kööpenhaminan tavoitteena on myös olla maailman ensimmäinen hiilineutraali pääkaupunki vuonna 2025. (City of Copenhagen s.a., 46.) Suurin syy kuitenkin on varmasti vahva vastuullisuusviestintä, joka on jäänyt matkailijoiden mieleen. Visit Copenhagen on myös tehnyt maksettua mainontaa esimerkiksi The Telegraphiin, jossa korostettiin Kööpenhaminan saavutuksia kestävä kehityksen saralla (The Telegraph 18.10.2022). Myös workshopissa esiin nousut Kööpenhaminan sataman benchmarkaaminen satama-alueen kehittämistä varten viittaa siihen, että Kööpenhaminan satamaa pidetään toimivana. Helsingin kaupunki matkailukohteena on myös työskennellyt määrätietoisesti kestävä kehityksen edistämiseksi ja tulokset alkavat myös näkyä. Global Destination Sustainability Indexin listauksessa vuonna 2023 Helsinki oli noussut edeltävän vuoden 12. sijalta neljänneksi, vain

pykälän Kööpenhaminaa perässä (GDSM 2023). Varmasti benchmark-matka Kööpenhaminaan risteilymatkustajan näkökulma huomioiden olisi hyödyllinen.

## 7.2 Tulevia opinnäytetöitä

Risteilymatkustamisen vastuullisuuden kehittämiseksi havaintojemme pohjalta, olemme hahmotelleet, millaista jatkotutkimusta aihealueelta voisi toteuttaa. Kansainvälistä risteilymatkustusta voisi tutkia tarkemmin useammastakin näkökulmasta. Tulevien opinnäytetöiden aiheita pohdimme yhdessä toimeksiantajan kanssa oman opinnäytetyömme edetessä ja aiheitamme rajatessamme.

Yhtenä aiheena voisi olla tutkimus nykyisistä ympäristövaikutuksista liittyen kansainväliseen risteilymatkustamiseen Helsingissä. Lähtötilanteen kartoitus luo pohjan kehittämislle ja mahdollistaa seurannan. Ympäristövaikutusten arviointi myös luo painetta koko toimialalle kehittää ekologista vastuullisuutta.

Toisena pohdimme destinaation tuotteistuksen kehittämistä palvelumuotoilun keinoin ja vastuullisuus huomioiden. Risteilyvarustamoille tarjottujen tuotteiden vastuullisuuden kehittäminen johtaa automaattisesti retkituotteiden vastuullisuuden tilaa kokonaisuutena, kunhan kaikkien tuotteiden vastuullisuuden kehittäminen on huomioitu. Etenkin massaretkien vastuullisuuden kehittäminen on oleellista, koska suurin osa matkailijoista valitsee perinteisen retken kuuluisimmille nähtävyyksille.

Yhteistyötä ja kommunikaatiota varustamoiden suuntaan tulisi myös kehittää. Olisi tärkeää saada entistä enemmän yöpyviä aluskäyntejä, jolloin risteilyvierailloille olisi enemmän aikaa tutustua Helsinkiin ja myös käyttää erilaisia paikallisia palveluita enemmän. Edellisessä kappaleessa paneuduimme tarkemmin yhteistyön kehittämiseen, mutta tulevaisuuden opinnäytetöiden aiheina voisi olla esimerkiksi jonkin tietyn yhteistyön kehittäminen, esimerkiksi edellä mainittu risteilyvarustamoiden saaminen mukaan yhteistyöhön. Yhteistyön ja viestinnän kehittäminen vaatii tilaisuuksien luomista ja koordinoimista, jolloin yksi opinnäytetyö voisi keskittyä esimerkiksi järjestämään risteilyverkon jäsenille workshop-työskentelyä laajemmalla mittakaavalla.

Risteilykauden pidentämisen mahdollisuuksia voisi myös tarkastella tarkemmin, tämäkin vaatii yhteistyötä varustamoiden kanssa. Risteilymatkailuun liitettävien negatiivisten vaikutusten minimointi, kuten ruuhkat suosituimmilla nähtävyyksillä tulisi ottaa tarkastelun alle. Mitkä ovat suurimmat ongelmakohtat ja miten niitä voisi kehittää. Tutkimuksen voisi toteuttaa tutustumalla, miten muissa kaupunkikohteissa ympäri maailmaa on näiden seikkojen kehittämiseksi tehty ja millaisia hyviä käytäntöjä sieltä voisi hyödyntää Helsingissä.

Alaluvussa 7.1 esittelimme prosessikaavion risteilymatkustajan polusta Helsingissä. Tätä voisi jatkokehittää vastuullisuusnäkökulmasta, niin että tutkitaan polun eri vaiheiden vastuullisuuden tilaa ja selvitetään millaisin toimin niitä voisi kehittää. Tavoitteena voisi olla risteilymatkailijan kestävän asiakaspolun luominen Helsingin vierailulla.

### 7.3 Tutkimuksen luotettavuus ja toistettavuus

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa uskottavuus, luotettavuus ja eettisyys kulkevat käsi kädessä. Uskottavuudella tarkoitetaan sitä, että tutkimuksen lukijat hyväksyvät tulokset tosiksi ja luottavat, että aineistonkeruutapa on ollut hyväksyttävä ja analysointi on tehty tarkasti. Luotettavuudella viitataan siihen, että tutkimusongelman ratkaisuun ja tutkimuksen toteutukseen käytettävät menetelmät ovat perusteltuja sekä asianmukaisia. Eettisyydellä tarkoitetaan eettisten periaatteiden noudattamista koko tutkimuksen ajan, eli tutkijan käyttämät menetelmät ja analyysitavat ovat sellaisia, että ne voivat toimia suuntaviivoina muille tutkimuksille. (Puusa 2020, 167.) Tuomen ja Sarajärven (2018, 122–123) mukaan selkeitä ja täsmällisiä ohjeita laadullisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin ei ole, mutta on asioita, joiden tarkastelusta saattaa olla hyötyä arvioinnissa. Koko tutkimusprosessista on tehtävä seikkaperäinen ja rehellinen kuvaus. On selvítettävä, mitä tutkitaan ja miksi. On osattava kertoa tutkijan näkökulmasta, miksi pitää tutkimusta merkittävänä. Aineiston keräämisessä on selitettävä käytetyt menetelmät ja kuvattava tekninen toteutus. Tässä on huomioitava myös käytettyjen menetelmien erityispiirteet ja niihin mahdollisesti liittyvät haasteet. Aineiston analyysiin käytetyt menetelmät on kuvattava selkeästi. On tärkeää myös kertoa, kuinka tutkimuksen osallistujat on valittu ja paljonko heitä on ollut. Lisäksi tutkimuksen eettisyys, kesto ja raportointi on otettava huomioon luotettavuuden arvioinnissa. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 122–123.)

Matkustajahaastatteluiden tutkimusprosessi kuvattiin kokonaisuudessaan vaihe vaiheelta selkeästi ja yksityiskohtaisesti. Luotettavuuden näkökulmasta haastatteluiden tekninen toteutustapa eli muistiinpanojen kirjaaminen käsin ei ehkä ole se parhain tapa, mutta tähän päädyttiin olosuhteiden pakosta. Hernesaaren satama on hyvin tuulinen paikka ja haastatteluiden tallennus äänittämällä tuskin olisi onnistunut. Meillä ei myöskään ollut varsinaista työskentelytilaa satama-alueella, joten esimerkiksi valmiiden kysymyslomakkeiden täyttäminen olisi ollut haastateltaville hyvin vaikeaa. Mahdollisuuksia sähköiseen kyselyyn ei ollut, koska olisimme tarvinneet varustamolta asiakastietoja ja niiden saamiseen liittyisi haasteita myös yksityisyydensuojan suhteen. Toisaalta matkustajahaastattelut eivät olleet oleellisin osa tutkimusta, vaan halusimme ymmärrystä siihen, miten matkustajat käsittävät vastuullisuuden.

Incoming-matkatoimistojen edustajista vain yksi vastasi haastattelupyyntöömme. Haastatteluista ensimmäinen tehtiin sähköpostitse ja jatkohaastattelun pidimme Teamsissa. Vastaukset edustavat luonnollisesti vain yhden ihmisen näkemyksiä aiheeseen liittyen, joten vastausten objektiivisuutta on tietenkin syytä pohtia. Mielestämme vastaajan pitkä työhistoria ja laajamittainen osaaminen alalla tekevät haastattelun tuloksista luotettavia. Tutkimusprosessi on myös tämän haastattelun osalta kuvattu yksityiskohtaisesti ja kokonaisuudessaan.

Workshop ei ehkä ole se perinteisin menetelmä kerätä aineistoa, mutta tähän tutkimukseen se sopi mielestämme hyvin. Toki tähän vaikutti myös se, että emme saaneet tehtyä incoming-matkatoimistojen edustajien haastatteluja enempää kuin yhden, niin jouduimme pohtimaan millä tavoin voimme saada lisää ammattilaisten näkemyksiä tutkimustamme varten. Toimeksiantajamme toive workshopista oli vastaus tähän. Saimme ison joukon ammattilaisia kerralla paikalle, ja heidän osaamisensa sekä tietonsa risteilymatkustamiseen liittyen oli kullannarvoista. Osallistujat pääsivät vastaamaan ennakkotehtävän kysymyksiin yksilöinä saaden näkemyksensä esille. Neljän hengen pienryhmissä jokainen pääsi ääneen ja sai oman annettua oman panoksensa syntyneisiin kehitysideoihin ja näin ollen eri tahojen näkökulmat tulivat huomioiduksi ryhmän työstettävänä olleeseen aiheeseen liittyen. Workshopin suunnittelu, toteutus ja tuloksina syntyneet kehitysideat kuvattiin yksityiskohtaisesti. Workshopin osalta on todettava, että siinä olisi voinut hyödyntää myös toiminnallisen tutkimuksen menetelmiä, jotka olisivat mahdollisesti soveltuneet siihen hieman paremmin. Kokonaisuutena pidämme tutkimusta luotettavana.

#### **7.4 Oman oppimisen arviointi**

Aloittaessamme opinnäytetyömme, emme olleet perehtyneet kansainvälisen risteilymatkustamisen hyvin laajaan toimijakenttään. Toimeksiantajamme auttoi meitä omaksumaan alan toimintaperiaatteet ja hahmottamaan toimijoiden verkoston. Saimme myös erittäin tärkeitä ja oleellista tietoa risteilymatkustamisen haasteista ja mahdollisuuksista. Pääsimme keskustelemaan alan ammattilaisten kanssa ja oppimaan heiltä. Tietoperustaa varten tutustuimme Helsingin kaupungin kestävyys-suunnitelmiin niin koko kaupungin kuin matkailualankin osalta. Opimme paljon myös risteilymatkustamisen vastuullisuuden haasteista ja tulevaisuusnäkyistä. Haastatteluista tehdessämme opimme havainnoimaan satamaympäristöä asiakkaan näkökulmasta ja kuuntelemaan asiakkaiden mielipiteitä objektiivisesti. Halusimme antaa matkailijoille tilaisuuden kertoa omista näkemyksistään huolimatta siitä, olimmeko heidän kanssaan samaa mieltä. Oli erittäin mielenkiintoista huomata, kuinka henkilöiden omien kotimaiden näkymät vastuullisuustavoitteiden saavuttamiseksi värjivät heidän suhtautumistaan Helsingin tavoitteisiin. Asiantuntijoiden kanssa käydyt keskustelut olivat erittäin informatiivisia ja opimme erittäin paljon vastuullisuuden huomioimisen usealta eri kannalta.

Koemme, että saimme ammennettua aiemmista opinnoista paljon hyödyllisiä taitoja tämän opin-  
näytetyön toteuttamiseen, esimerkiksi asiakaslähtöinen lähestymistapa ja verkostojen hahmottami-  
nen nousivat vahvoina teemoina tätä opinnäytetyötä tehdessä. Olemme hyvin kiitollisia toimeksian-  
tajallemme suuresta avusta ja luottamuksesta, joka ilmeni etenkin siinä, että pääsimme toteutta-  
maan workshopin ammattilaisten kokouksen yhteydessä. Opimme kokemuksesta paljon työelämä-  
taitoja ja koimme myös tulosten peilaavan hyvin kansainvälisen risteilymatkustamisen parissa työs-  
kentelevien ihmisten yhteistyöhalukkuutta. Opinnäytetyömme tekoprosessi osoittautui juuri niin  
mielenkiintoiseksi ja antoisaksi kuin toivoimmekin.

## Lähteet

Asiantuntija A. 26.7.2023. Cruise Baltic. Sähköposti.

Carnival Corporatin & plc s.a. Sustainable from Ship to Shore: 2022 Sustainability Report.

Luettavissa: [https://carnival-sustainability-](https://carnival-sustainability-2023.nyc3.digitaloceanspaces.com/assets/content/pdf/Carnival-Corporation-plc-FY2022-Sustainability-Report_2023-07-06-194247_zlee.pdf)

[2023.nyc3.digitaloceanspaces.com/assets/content/pdf/Carnival-Corporation-plc-FY2022-Sustainability-Report\\_2023-07-06-194247\\_zlee.pdf](https://carnival-sustainability-2023.nyc3.digitaloceanspaces.com/assets/content/pdf/Carnival-Corporation-plc-FY2022-Sustainability-Report_2023-07-06-194247_zlee.pdf). Luettu: 21.11.2023.

CLIA s.a. Charting the Future of Sustainable Cruise Travel. Luettavissa: [https://cruising.org/-](https://cruising.org/-/media/CLIA-Media/StratCom/Charting-the-Future-of-Sustainable-Cruise-Travel_1115_Oct-2023)

[/media/CLIA-Media/StratCom/Charting-the-Future-of-Sustainable-Cruise-Travel\\_1115\\_Oct-2023](https://cruising.org/-/media/CLIA-Media/StratCom/Charting-the-Future-of-Sustainable-Cruise-Travel_1115_Oct-2023).

Luettu: 21.11.2023.

CLIA 2023a. About CLIA. Luettavissa: <https://cruising.org/en-gb/about-the-industry/about-clia>.

Luettu 21.11.2023.

Clia 2023b. State of the Cruise Industry 2023. Luettavissa: [https://cruising.org/-/media/clia-](https://cruising.org/-/media/clia-media/research/2023/2023-clia-state-of-the-cruise-industry-report_low-res)

[media/research/2023/2023-clia-state-of-the-cruise-industry-report\\_low-res](https://cruising.org/-/media/clia-media/research/2023/2023-clia-state-of-the-cruise-industry-report_low-res). Luettu 21.11.2023.

Cruise Baltic 5.4.2023. Cruise Baltic strengthens the focus on FAM trips to target American Cruise

lines. Luettavissa: [https://www.cruisebaltic.com/press/detail/2023-04-05-cruise-baltic-strengthens-](https://www.cruisebaltic.com/press/detail/2023-04-05-cruise-baltic-strengthens-the-focus-on-fam-trips-to-target-american-cruise-lines)

[the-focus-on-fam-trips-to-target-american-cruise-lines](https://www.cruisebaltic.com/press/detail/2023-04-05-cruise-baltic-strengthens-the-focus-on-fam-trips-to-target-american-cruise-lines). Luettu: 25.11.2023.

Cruise Baltic s.a.b. Cruise Baltic sustainability report 2022. Luettavissa:

<https://indd.adobe.com/view/5ad7d30c-7d07-4237-ab02-d9a7c4cafddd>. Luettu: 25.11.2023.

Cruise Baltic s.a.c. Facts on Cruise Ships & Emissions. Luettavissa:

<https://indd.adobe.com/view/50f057a8-73e5-4498-81ac-a30438e794b7>. Luettu: 21.11.2023.

Cruise Baltic s.a.a. Uncover the secrets of Helsinki. Luettavissa:

<https://www.cruisebaltic.com/destinations/finland/helsinki>. Luettu: 23.11.2023.

Cruise Baltic 2023. Cruise Baltic Market Review 2023. Luettavissa:

<https://api.cruisebaltic.com/media/7765/cruise-baltic-market-review-2000-est2023.pdf>. Luettu:

24.11.2023.

Ennakkotehtävän vastaukset. 2023. Webropol-raportti.

EU 2023. Good Practices for Sustainable Cruise Tourism. Publications Office of the European

Union. Luxembourg. Luettavissa: [https://blue-economy-](https://blue-economy-observatory.ec.europa.eu/system/files/2023-)

[observatory.ec.europa.eu/system/files/2023-](https://blue-economy-observatory.ec.europa.eu/system/files/2023-)

02/good%20practices%20for%20sustainable%20cruise%20tourism-KL0322272ENN%20%281%29.pdf. Luettu: 21.11.2023.

Future market insights 2023. Cruise tourism market snapshot (2023 to 2033). Luettavissa: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/cruise-tourism-sector-overview>. Luettu: 20.11.2023.

GDSM 2023. Global Destination Sustainability Index 2023. Luettavissa: <https://www.gds.earth/2023-results/>. Luettu: 21.11.2023.

Gosh, S. 25.2.2022. Different type of cruise ships explained. Luettavissa: <https://www.marineinsight.com/naval-architecture/different-types-of-cruise-ships-explained/>. Luettu: 20.11.2023.

Helsingin kaupunki s.a. Kestävää kasvua ja vetovoimaisuutta – kohti uutta! Helsingin matkailun ja tapahtumien toimintaohjelma 2022–2026. Luettavissa: <https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/helsingin-matkailun-ja-tapahtumien-toimintaohjelma-2022-2026.pdf>. Luettu: 21.11.2023.

Helsingin kaupunki 2.6.2023. Helsingin kaupungin matkailun ilmastotiekartta 2023–26. Luettavissa: [https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/Helsingin\\_matkailun\\_ilmastotiekartta\\_02062023.pdf](https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/Helsingin_matkailun_ilmastotiekartta_02062023.pdf). Luettu: 16.11.2023.

Helsingin kaupunki 5.10.2023. Helsinki on maailman neljänneksi kestävin matkailukohde. Luettavissa: <https://www.hel.fi/fi/uutiset/helsinki-on-maailman-neljanneksi-kestavin-matkailukohde>. Luettu: 22.11.2023.

Helsingin kaupunki 2023a. Helsingin tekijät -verkosto. Luettavissa: <https://www.hel.fi/fi/yritykset-ja-tyo/yritykset-ja-yrittajat/matkailutoiminta/verkostot-ja-hankkeet/helsingin-tekijat-verkosto>. Luettu 17.11.2023.

Helsingin kaupunki 2023b. Matkailu ja kohdepalvelut. Luettavissa: <https://www.hel.fi/fi/yritykset-ja-tyo/helsingin-matkailu-ja-kohdepalvelut>. Luettu 19.11.2023.

Helsingin kaupunki 2023c. Matkailun kestävyys Helsingissä. Luettavissa: <https://www.hel.fi/fi/yritykset-ja-tyo/yritykset-ja-yrittajat/matkailutoiminta/matkailun-kestavyys-helsingissa>. Luettu: 15.11.2023.

Helsingin kaupunki 2023d. Valinnat, ohjelmat ja painopisteet. Luettavissa: <https://www.hel.fi/fi/paatoksenteko-ja-hallinto/strategia-ja-talous/strategia/valinnat-ohjelmat-ja-painopisteet#taide-ja-kulttuuri-ovat-hyvan-elaman-mahdollistaja>. Luettu: 19.11.2023.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2022. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. Helsinki.

IMO. 2019a. Frequently Asked Questions. Luettavissa: <https://www.imo.org/en/About/Pages/FAQs.aspx>. Luettu: 21.11.2023.

IMO. 2019b. Introduction to IMO. Luettavissa: <https://www.imo.org/en/About/Pages/Default.aspx>. Luettu 21.11.2023.

Matkatoimisto A. 10.10.2023. Sähköposti.

Matkatoimisto A. 19.10.2023. Haastattelu. Teams.

Monthan, D. 8.2.2023. Miten onnistua työpajan fasilitoinnissa: 18 helppoa askelta menestykseen. Luettavissa: <https://howspace.com/fi/blogi/miten-onnistua-tyopajan-fasilitoinnissa/>. Luettu: 23.11.2023.

Norwegian Cruise Line Holdings LTD. s.a. Sail & Sustain: 2022 ESG Report. Luettavissa: . Luettu: 21.11.2023.

Port of Helsinki 2019. Helsingin kansainväliset risteilykäynnit uusiin ennätyslukuihin. Luettavissa: <https://www.portofhelsinki.fi/helsingin-satama/ajankohtaista/uutiset/helsingin-kansainvaliset-risteilykaynnit-uusiin>. Luettu: 6.11.2023.

Port of Helsinki 5.6.2020. Helsingin satamalle ensimmäisten joukossa kestävän matkailun merkki. Luettavissa: <https://www.portofhelsinki.fi/helsingin-satama/ajankohtaista/uutiset/helsingin-satamalle-ensimmaisten-joukossa-kestavan-matkailun>. Luettu: 25.11.2023.

Port of Helsinki 28.10.2021. Helsinki vastaanotti 11000 risteilymatkustajaa. Luettavissa: <https://www.portofhelsinki.fi/helsingin-satama/ajankohtaista/uutiset/helsinki-vastaanotti-11-000-risteilymatkustajaa>. Luettu: 18.11.2021.

Port of Helsinki 2023a. Saapuvat risteilyalukset. Luettavissa: <https://www.portofhelsinki.fi/sites/default/files/attachments/Cruise%202023%20Helsa%2011.8.2023.pdf>. Luettu: 6.11.2023.

Port of Helsinki 2023b. Kansainvälisiä risteilyvieraita saapui Helsinkiin 163 000 – yhtä paljon kuin edellisellä kaudella. Luettavissa: <https://www.portofhelsinki.fi/helsingin-satama/ajankohtaista/uutiset/kansainvalisia-risteilyvieraita-saapui-helsinkiin-163-000>. Luettu: 6.11.2023.

Port of Helsinki s.a.a. Risteilylaiturit. Luettavissa:

<https://www.portofhelsinki.fi/matkustajille/kansainvalinen-risteilyliikenne/risteilylaiturit>. Luettu: 26.11.2023.

Port of Helsinki s.a.b. Aluspalvelut. Luettavissa: <https://www.portofhelsinki.fi/palvelut-yrityksille/aluspalvelut>. Luettu: 26.11.2023.

Port of Helsinki s.a.c. Vastuullisuus Helsingin satamassa. Luettavissa:

<https://www.portofhelsinki.fi/vastuullisuus>. Luettu: 24.11.2023.

Puumalainen, J. 19.06.2017. Turistin silmä kirkastuu, kun Helsinki Help -neuvoja avaa suunsa: "Se yllättää monet". MTV Uutiset. Luettavissa: <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/turistin-silma-kirkastuu-kun-helsinki-help-neuvoja-avaa-suunsa-se-yllattaa-monet/6473094>. Luettu: 22.11.2023.

Puusa, A.2020. Laadullisen tutkimuksen luotettavuus. Teoksessa Juuti, P. & Puusa, A. (toim.). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät, s. 167. Gaudeamus. Helsinki.

Puusa, A. 2020. Näkökulmia laadullisen aineiston analyysiin. Teoksessa Juuti, P. & Puusa, A. (toim.). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät, s. 149–150. Gaudeamus. Helsinki.

Royal Caribbean s.a. The Baltic Sea & Scandinavian Cruises. Luettavissa:

<https://www.royalcaribbean.com/baltic-cruises>. Luettu: 22.11.2023.

Royal Caribbean Group s.a. Seastainability: 2022 Environmental, Social and Governance Report.

Luettavissa: [https://www.royalcaribbeangroup.com/wp-content/uploads/2023/05/RCG\\_ESG\\_Report\\_2022-1.pdf](https://www.royalcaribbeangroup.com/wp-content/uploads/2023/05/RCG_ESG_Report_2022-1.pdf). Luettu: 19.11.2023.

The Telegraph 18.10.2022. Have you been to the world's greenest city? Luettavissa:

<https://www.telegraph.co.uk/travel/discovering-hygge-in-copenhagen/worlds-greenest-city/>. Luettu: 21.11.2023.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Uudistettu painos.

Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Työ- ja elinkeinoministeriö s.a. Matkailun työllisyys. Luettavissa: <https://tem.fi/matkailun-tyollisyys>.

Luettu: 14.11.2023.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2022. Yhdessä enemmän: kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2022:51. Helsinki. Luettavissa:

[https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164279/TEM\\_2022\\_51.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164279/TEM_2022_51.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Luettu: 14.11.2023.

Ulkoministeriö s.a. Agenda 2030 – kestävä kehityksen tavoitteet. Luettavissa: <https://um.fi/agenda-2030-kestavan-kehityksen-tavoitteet>. Luettu: 21.11.2023.

UNTWO s.a.a. Sustainable Development. Luettavissa: <https://www.unwto.org/sustainable-development>. Luettu: 19.11.2023.

UNTWO s.a.b. Tourism & Sustainable Development Goals. Luettavissa: <https://tourism4sdgs.org/tourism-for-sdgs/tourism-and-sdgs/#>. Luettu: 21.11.2023.

Vaduva, L., Petroman, C., Marin, D. & Petroman, I. 2021. Forms of cruise tourism. Quaestus (Timișara), 18, 251–257. Luettavissa:

<https://www.proquest.com/docview/2547073450?parentSessionId=QxIZPPkUGz2z%2FN%2FkjcglgSrPSjMhGYRD%2FNSktmlKK6DU%3D&accountid=27436>. Luettu: 20.11.2023.

Valtonen, A. & Viitanen, M. 2020. Ryhmäkeskustelut laadullisena tutkimusmetodina. Teoksessa Juuti, P. & Puusa, A. (toim.). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät, s. 113–121. Gaudeamus. Helsinki.

Visit Finland s.a.a. Sustainable Travel Finland. Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland>. Luettu: 15.11.2023.

Visit Finland s.a.b. Vastuullinen matkailu. Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu>. Luettu: 15.11.2023.

Visit Finland s.a.c. Selvitä yrityksesi hiilijalanjälki. Luettavissa: <https://co2calc.visitfinland.fi/>. Luettu: 26.11.2023.

Yate. 22.3.2023. Cruises. Blogi. Luettavissa: <https://yate.co/en/blog/cruises>. Luettu: 25.11.2023.

Ympäristöministeriö 15.3.2023. Mitä on kestävä kehitys? Luettavissa: <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>. Luettu: 5.11.2023.

## Liitteet

### Liite 1. Risteilymatkustajien haastattelukysymykset englanniksi

1. What does the term sustainability mean to you?
2. Have you noticed any sustainability measures taken onboard? / Do you feel that you can make sustainable choices onboard?
3. Did you make any sustainable choices during your visit to Helsinki?
  - Did you notice any communication about sustainability in the excursions offered by the cruise line?
  - Did any other destination appear sustainable to you?
4. Does sustainability affect your travel plans?
5. Helsinki has an ambitious vision of being the world's leading sustainable tourism destination in 2026.
  - Were you aware of this goal?
  - Does this change your view of Helsinki as a travel destination in any way? If yes: positive/negative?

## Liite 2. Incoming-matkatoimistojen ensikontaktiviesti

Hei!

Teemme AMK-opinnäytetyötä Haaga-Helian ammattikorkeakouluun aiheesta "Tulevaisuuden vastuulliset tuotteet risteilymatkustajille" toimeksiantona Helsingin kaupungin matkailu- ja kohdepalvelut -yksikölle.

Opinnäytetyömme tavoitteena on selvittää vastuullisuuden nykytilaa Helsingissä vieraileville kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottavissa tuotteissa ja hahmotella miten sitä voitaisiin lisätä. Helsingin kaupungin vastuullisuustavoitteiden saavuttamiseksi myös risteilymatkustamisen kestävyyttä olisi hyvä pohtia tulevaisuutta ajatellen. Tarkoituksenamme on tarkastella incoming-matkatoimistojen roolia osana tätä kokonaisuutta. Lisäksi haluamme tunnistaa mahdollisia haasteita ja pohtia miten niitä voitaisiin ratkaista sekä hahmotella kuinka Helsingin kaupungin matkailu- ja kohdepalvelut voisi tukea tätä prosessia paremmin.

Koska roolinne Helsingin kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottujen tuotteiden parissa on merkittävä, tiedustelemme, olisitteko halukkaita keskustelemaan aiheesta kanssamme? Lähettäisimme teille etukäteen sähköpostitse kysymyksiä, joiden pohjalta voisimme keskustella aiheesta. Keskusteluun varaisimme aikaa tunnista kahteen, teidän aikataulunne huomioiden. Toteuttaisimme keskustelun teille parhaiten sopivaan aikaan kesän tai syksyn aikana.

Kerromme mielellämme lisää opinnäytetyöstämme ja siitä, millaisia toiveita meillä olisi teidän osallistumiseltanne.

### Liite 3. Incoming-matkatoimistojen haastattelukysymykset

- Kuvailisitteko toimintaanne lyhyesti, esimerkiksi tuotteiden hankintaa ja myymistä risteilyvarustamoille.
- Millaisia tuotteita teillä on tällä hetkellä valikoimissa?
- Saatteko risteilyvarustamoilta erityisiä toiveita tuotteiston suhteen?
- Eroavatko eri varustamoille tarjotut tuotteet toisistaan?
- Teettekö asiakastutkimusta kohdistuen risteilymatkustajiin tai saatteko risteilyvarustamoilta asiakastutkimustuloksia käyttöönne?
  
- Millainen rooli vastuullisuudella on varustamoille tarjottavien tuotteiden valinnassa?
- Miten kuvailisitte vastuullisuuden nykytilaa tarjoamienne tuotteiden kohdalla?
- Millaisena näette vastuullisuuden roolin tulevaisuudessa?
  
- Mitä haasteita vastuullisuuteen ja sen lisäämiseen liittyy teidän osaltanne?
- Millaisia kipukohtia toimintaympäristöstänne löytyy tällä hetkellä?
- Miten Helsingin kaupungin matkailu- ja kohdepalvelut yksikkö voisi tukea teitä?

#### Liite 4. Ennakkotehtävän saateteksti

25.10. järjestettävään workshoppiin kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottujen tuotteiden vastuullisuuden kehittämiseen liittyen toivoisimme, että kävisitte vastaamassa lyhyeen ennakkotehtävään.

Ennakkotehtävä löytyy osoitteesta: <https://link.webpolsurveys.com/S/D6533B0486380024> ja siihen vastaamiseen menee n. 10 minuuttia. Halutessanne voitte tutustua esimerkiksi Visit Finlandin kestävän matkailun periaatteisiin (<https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/kestavan-matkailun-periaatteet>). Ennakkotehtävän vastaukset käsitellään nimettöminä.

Ennakkotehtävän kysymyksissä kannustetaan pohtimaan kehittämistarpeita vastuullisuuden saralla ekologisen, taloudellisen ja sosiaalisen vastuun osa-alueiden piiristä. Vastauksissa voit pohtia näitä sekä omasta näkökulmastasi että laajemmin. Pyydämme myös pohtimaan haasteita ja mahdollisuuksia, jotka liittyvät näihin kehittämistarpeisiin.

Ennakkotehtävän tulokset toimivat 25.10. järjestettävän workshopin pohjana, jossa pohdimme yhdessä miten kansainvälisille risteilymatkustajille tarjottuja tuotteita, saataisiin kehitettyä entistä vastuullisemmiksi.

Kiitos!

## Liite 5. Kooste workshopista



### Opinnäytetyön taustat ja tavoite

- Tulevaisuuden vastuulliset tuotteet kansainvälisille risteilymatkustajille
- Toimeksiantona Helsingin kaupungin matkailu ja kohdepalvelut –yksikölle
- Tavoitteena selvittää, miten risteilymatkustajille tarjotuista tuotteista saisi entistä vastuullisempia
- Viime kesänä Helsingissä vierailneiden risteilymatkustajien haastatteluita
  - Kööpenhamina mielletään vastuulliseksi kohteeksi
- Risteilymatkustamisen kanssa työskentelevien ihmisten haastatteluita
  - Paikallistettu kehityskohteita vastuullisuuden lisäämisen saralla



## Ennakkotehtävä – esiinnousseet kehityskohteet

- Liikennöinti, esim. ruuhkat suosituimmilla nähtävyyksillä, linja-autojen pysäköinti, julkinen liikenne satamasta, vesiliikenteen hyödyntäminen
- Suomen suurimman vetovoimatekijä, luonnon, parempi hyödyntäminen risteilymatkustajille tarjotuissa tuotteissa
- Sertifiointiprosesseihin liittyvät haasteet, sekä kustannusten, että ajankäytön suhteen
- Risteilymatkustamisen parissa työskentelevien tahojen yhteistyön kehittäminen
- Vastuullisuudesta viestimisen kehittäminen
- Risteilymatkustamisen kestävyyyteen liittyvät negatiiviset mielikuvat, matkailusta saatavien hyötyjen tiedostaminen
- Ympäristöystävällisempi teknologia mahdollistaa vastuullisempaa risteilymatkustamista
- Satama-alueen opastuksen ja viestintämahdollisuuksien kehitystarve
- Risteilykauden lyhyt kesto
- Asiakkaiden kohteeseen jättämän rahamäärä kasvattaminen
- Risteilyvierailuiden pidentäminen
- Esteettömyys ja saavutettavuus nousivat esille sekä positiivisessa, että kehitettävässä mielessä
- Varustamoiden saaminen mukaan yhteiseen kehitykseen

## Workshop – mitä tehdään ja miksi?

- Ennakkotehtävän pohjalta määritelty 6 aihealuetta, jotka kaipaavat kehittämistoimia
- Yksi apukysymys aihealueeseen liittyen
- Uusia ideoita ja näkökulmia
- Mitä haasteen ratkaiseminen edellyttää - konkretiaa
- Tavoitteena luoda konkreettisia toimenpide- ja kehitysehdotuksia
- Esitystapa – lyhyt suullinen esitys
- Aikataulu
  - Työskentelyaika 30 min.
  - Purku 30 min.
  - Lopetus ja mitä tapahtuu seuraavaksi





## Ryhmätehtävä

- Yksi aihealueeseen liittyvä kehitysidea tai -kohde
  - Mitkä toimijat ovat avainasemassa?
  - Millaista yhteistyötä vaatii?
  - Millaisia hyötyjä kehitysideasta saadaan?
- Huomioikaa mahdollisuuksien mukaan vastuullisuuden eri ulottuvuudet



## Ryhmä 1 – ryhmien liikkuminen ja kuljetus

- **Miten voidaan parantaa matkailijoiden liikkumisen ja kuljetuksen kestävyttä?**
- Kehityskohde: Liikennesuunnittelun vastaaminen matkailijaliikenteen tarpeisiin
- Yhteistyötahot: HSL, viranomaiset, matkanjärjestäjät
- Ratkaisu: Kenttäpäivä, jossa asetetaan matkailijan saappaisiin etenkin esteettömyyden näkökulmasta. Kenttäpäivässä liikutaan kiireisenä päivänä siellä, missä matkailijatkin liikkuvat ja koetaan itse, kuinka esteettömästi kulkeminen sujuu ihmisiltä, joilla on haasteita liikkumisen kanssa. Kenttäpäivän jälkeen liikennöinnin suunnittelu toteutetaan yhteistyössä eri toimijoiden kesken, jotta saadaan huomioitua jo suunnitteluvaiheessa eri tarpeita.
- Lisähuomio: tärkeintä saada turhat ajot ja vajaatäyttö pois vastuullisuuden kehittämisessä. Tämä vaatii yhteistyötä matkanjärjestäjien kesken.

## Ryhmä 2 – luontokohteiden tuotteistaminen

- **Miten luonto voisi näkyä paremmin tuotteistuksessa?**
- Kehityskohde: Luonnon tuominen lähelle risteilymatkustajia
- Yhteistyötahot: kaikki, jotka tuotteistavat.
- Ratkaisu 1: Yhdessä sovitun luontotarinan tuominen mukaan luovemmin opastuksiin. Luontotarinan yhtenäistäminen ja rikastaminen tehdään yhteistyössä eri tahojen kesken ja tuodaan luovemmin mukaan viestintään matkailijoille.
- Ratkaisu 2: Luontokohteiden luominen lähelle satamaa, esimerkiksi suomalainen ”kesäbiitsi” Hernesaareen



## Ryhmä 4 - vastuullisuusviestintä

- **Miten vastuullisuusviestintää voisi kehittää?**
- Kehityskohde: Yhteisen vastuullisuusviestin rakentaminen yhteistyössä
- Yhteistyötahot: Risteilymatkustajan asiakaspolun varrella viestivät tahot
- Ratkaisu: Vastuullisuusviesti määritellään yhteistyössä kohderyhmän mukaisesti. Kaikki osapuolet viestivät kohderyhmille samalla tavalla kaikista Helsingin risteilymatkustamiseen liittyvistä vastuullisuustoimista. Huomioitava viestin sisältö eri vastaanottajille (matkustajat, asukkaat, varustamot, paikallinen elinkeino). Nostetaan tärkeimpiä asioita esille kaikilta vastuullisuuden osa-alueilta, ei pelkästään ekologisen vastuun saralta.



## Ryhmä 5 – risteilymatkustamisen positiivisten puolten korostaminen

- **Kuinka risteilymatkustamisen kestävyyyteen usein liitettävää negatiivista mielikuvaa voisi muuttaa positiivisemmaksi?**
- Kehityskohde: Positiivisten vaikutusten tunnistaminen ja arviointi
- Yhteistyötahot: kaikki, ketä risteilymatkustaminen koskee, mm. satama, elinkeino, päättäjät, matkanjärjestäjät ja kohteet.
- Ratkaisu: Tunnistetaan positiivisia puolia, esimerkiksi esteettömyys ja inklusiivisuus. Näitä puolia korostetaan viestinnässä yhteistyössä kaikkien risteilymatkustukseen liittyvien toimijoiden taholta. Erilaisten toimenpiteiden vaikutusta seurattava, esimerkiksi vaikuttavuusarviolla.
- Lisähuomio: huomioidaan erilaisia hahmottamis- ja havainnollistamistapoja risteilymatkustamisen ympäristövaikutuksista verraten esimerkiksi lentämistä täyteen risteilyalukseen.



## Ryhmä 6 – risteilymatkustajien opastaminen satama- alueella

- **Kuinka satama-alueen opastusta voisi kehittää edelleen kattamaan myös markkinointia ja viestintää?**
- Kehityskohde: Opastuksen ja viestinnän kehittäminen
- Haaste: ISPS-alueen sisäpuolella useita toimijoita ja ulkopuolella vielä enemmän toimijoita. Kuka, mitä ja kenelle viestitään vaikuttaa siihen kenen vastuulle viestintä kuuluu. Pääasiassa vain varustamot tavoittavat matkailijat ennen saapumista Helsinkiin.
- Ideoita ratkaisuun voisi hakea Kööpenhaminasta ja Tukholmasta
- Idea ruuhkien tasaamiseen suosituissa vierailukohteissa: reaaliaikainen kartta, missä näkyy turistibussien sijainti

## Palaute – kuinka workshop onnistui?

- Oliko workshop mielestäsi hyödyllinen?
- Miten koit workshopin hyödyt yhteistyön kehittämisen kannalta?
- Arvostaisimme myös avointa palautetta!
- Linkki palautekyselyyn:  
<https://link.webpolsurveys.com/S/D7291DAF548DF8E8>



## Kiitos osallistumisesta!

- Maarit Keränen  
• [maarit.keranen@myy.haaga-helia.fi](mailto:maarit.keranen@myy.haaga-helia.fi)
- Tuuli-Maria Siukonen  
• [tuuli-maria.siukonen@myy.haaga-helia.fi](mailto:tuuli-maria.siukonen@myy.haaga-helia.fi)

