

KONGRESSIEN SEURALAISOHJELMAT NELJÄSSÄ
ETELÄSUOMALAISESSA KAUPUNGISSA SEKÄ OHJELMIEN
KEHITTÄMISTARPEET

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU

Matkailun koulutusohjelma

Kokous-, kongressi- ja kannustematkailu sekä
tapahtumamarkkinointi

Opinnäytetyö

Syysy 2006

Henna Rantanen

Jenni Numminen

Lahden ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

NUMMINEN, JENNI & RANTANEN, HENNA: Kongressien seuralaisohjelmat neljässä eteläsuomalaisessa kaupungissa sekä ohjelmien kehittämistarpeet

Kokous-, kongressi- ja kannustematkailun sekä tapahtumamarkkinoinnin opinnäytetyö, 52 sivua, 1 liitesivu

Syksy 2006

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyömme tavoitteena oli selvittää minkälaisia palveluja seuralaisille tarjotaan neljässä eteläsuomalaisessa kaupungissa; Tampereella, Lahdessa, Helsingissä ja Espoossa sekä miten ohjelmia voitaisiin kehittää.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena. Opinnäytetyön empiirinen aineisto koostui seitsemästä teemahaastattelusta. Haastattelimme kokous- ja kongressialalla työskenteleviä henkilöitä, joista kaksi oli Helsingistä, kaksi Tampereelta, kaksi Lahdesta ja yksi Espoosta.

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä käytettiin kokous- ja kongressialan kirjallisuutta, suomalaisia kongressitutkimuksia sekä -kirjallisuutta ja esimerkiksi Kauppa- ja teollisuusministeriön määrittelemiä matkailun trendejä. Keskeisimmät käsitteet opinnäytetyössä olivat: kongressi, kongressimatkailu, kongressimatkailija, oheisohjelma, tuotteistaminen sekä matkailulliset vetovoimatekijät.

Tutkimuksessa ilmeni, että seuralaisohjelmien järjestäminen on vähenemässä, mutta ei loppumassa kokonaan. Syitä vähenemiselle ovat muun muassa kongressien lyhentäminen, ohjelmien tiivistäminen sekä kongressien vapaa-ajan väheneminen. Seuralaisohjelmia järjestetään, koska seuralaisten halutaan viihtyvän kongressipaikkakunnalla. Haastatteluiden perusteella seuralaisohjelmien kehittämiseksi ei välttämättä nähdä olevan suurta tarvetta, koska nykyiseen toimintatapaan ja ohjelmiin ollaan melko tyytyväisiä. Jos ohjelmia halutaan kehittää, niin mielestämme huomiota tulisi kiinnittää ennen kaikkea seuralaisten määrän vähenemiseen, varauksen ja toteutuksen väliseen aikaan, alueen toimijoiden yhteistyöhön sekä seuralaisohjelmien sisältöön.

Avainsanat: kansainvälinen kongressi, seuralainen, seuralaisohjelma, oheisohjelma, kvalitatiivinen tutkimus, teemahaastattelu

Lahti University of Applied Sciences
Faculty of Tourism and Hospitality

NUMMINEN, JENNI & RANTANEN, HENNA: Social Programs for
Accompanying Persons in International Congresses in four towns in Finland and
how they should be developed

Thesis in Tourism and Hospitality Management, 52 pages, 1 appendix

Autumn 2006

ABSTRACT

The aim of this thesis was to work out the available programs for accompanying persons during the congresses in four towns of southern Finland, Tampere, Lahti, Helsinki and Espoo and to see how those programs could be developed further.

This is a qualitative research. The empirical part of the study consists of seven theme interviews. People working in meeting and congress industry were interviewed, two of them were from Helsinki, two from Tampere, two from Lahti and one from Espoo.

The theoretical frame of reference was meeting and congress industry literature, Finnish congress surveys and the trends in travelling in Finland defined by the Ministry of Trade and Industry. The central concepts of this study were congress, congress travel, congress traveller, social programme, research and development of services and attraction forces in travelling.

As a result, one may state that the social programs for accompanying persons are decreasing but not drying up completely. The reasons for decreasing are the congresses becoming shorter, tighter scientific programs and decreasing of leisure time in congresses. Social programs are arranged to make sure that accompanying persons are enjoying their stay at the hosting town. The interviews revealed that there is not necessarily any need to develop social programs for accompanying persons, because people are fairly satisfied with the present contents of social programs and the way they are organized. However, if one wants to develop the programs, in our opinion, attention has to be paid to the decreasing number of the accompanying persons, the time gap between reservation and implementation of programs, co-operation of local operators and contents of social programs for accompanying persons.

Key words: international congress, accompanying person, social programme for accompanying person, social programme, qualitative research, theme interview

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
1.1 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet	1
1.2 Tutkimusmenetelmä	2
1.3 Teoreettinen viitekehys ja tutkimuksen rajaukset	3
1.4 Keskeiset käsitteet	3
2 SEURALAISOHJELMA OSANA KONGRESSIMATKAILUA	5
2.1 Kongressimatkailu	5
2.2 Kongressimatkailija	8
2.3 Oheisohjelma	8
2.4 PCO-toimistot ja kongressijärjestäjät	11
2.5 Tuotteistaminen	12
2.6 Suomen vetovoimaisuus kansainvälisten kokousten ja kongressien järjestäjänä	13
3 SEURALAISOHJELMA – TUTKIMUSMENETELMÄ JA TULOKSET	16
3.1 Laadullinen tutkimus	16
3.2 Aineistonhankintamenetelmä tutkimuksessa	18
3.3 Tutkimuksen aineisto	19
3.4 Seuralaisohjelmien yleisyys ja kysyntä tällä hetkellä	20
3.5 Tyypillinen seuralainen	23
3.6 Seuralaisohjelma tällä hetkellä	24
3.7 Ohjelman suunnitteluun vaikuttavat asiat	25
3.8 Ohjelman suunnittelu ja alihankkijoiden käyttö ohjelmien toteutuksessa	27
3.9 Seuralaisohjelman kehittäminen	28
3.10 Seuralaisohjelmien tulevaisuus	31

4 JOHTOPÄÄTÖKSET	35
4.1 Tulosten yhteenveto	35
4.2 Seuralaisohjelmien kehittäminen	40
4.3 Jatkotutkimusehdotukset	45
5 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI	46
5.1 Reliabiliteetti ja validiteetti	46
5.2 Tutkimusprosessin arviointi	48
LÄHTEET	50
LIITTEET	53

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet

Kokous- ja kongressimatkailu on yksi Suomen matkailun kärkituotteista. Olemme syrjäisestä sijainnista, kalliista hintatasosta ja vähemmän houkuttelevasta ilmastosta huolimatta onnistuneet nousemaan yhdeksi maailman johtavista kansainvälisten kongressien järjestäjämaista. Toisaalta Suomi on monessa mielessä myös erittäin houkutteleva kongressimaa: meillä on osaamista niin tieteissä ja taiteissa kuin kongressijärjestämisessäkin, ympäristö on puhdas ja maa on turvallinen. Kärkisijoille pääsevät maat kuten USA, Ranska, Saksa, Italia ja Espanja ovat toki kongressien määrissä kaukana edellä, mutta esimerkiksi Suomen koon ja sijainnin sekä kongressiteollisuuden kiristyvän kilpailun huomioiden olemme onnistuneet erinomaisesti. (Verhelä 2000, 19-20; Rautiainen & Siiskonen 2002, 14-15; Taloustutkimus 2005.)

Kongressimatkailu on liikematkailua, ja osallistujalle matka on yleensä työmatka. Kongressin ohjelmaan kuuluu kuitenkin lähes poikkeuksetta myös sosiaalinen ohjelma: cocktail-tilaisuuksia, seremonioita ja erilaisia retkiä. Usein retkiä järjestetään myös ennen ja jälkeen kongressin, jolloin kongressiosallistumiseen voi yhdistää myös pienen loman. Työmatkan yhtenä tunnuspiirteenä pidetään sitä, että matkustaja ei voi päättää kenen kanssa hän matkustaa. Kongresseissakin tämä pitää toki paikkaansa – lukuun ottamatta sitä, että lähes aina matkustaja voi ottaa mukaansa seuralaisen. Useimmiten, ainakin keskikokoisissa tai suurissa kongresseissa, seuralaisille järjestetään myös omaa ohjelmaa kongressin aikana. (Davidson 2003, 8-10; Aarrejärvi 2003, 102.)

Kun tutustuimme suomalaiseen kokous- ja kongressialan kirjallisuuteen sekä tutkimuksiin, havaitsimme, että seuralaisista ei ole juurikaan kirjoitettu, eikä ilmiötä ole tutkittu. Kuitenkin kongressivierailta on myös Suomessa järjestettävissä kongresseissa seuralaisia mukanaan ja heille järjestetään ohjelmaa (Saarelma 2002, 61). Mielenkiintomme aiheeseen heräsi ja päätimme tehdä aiheesta opinnäytetyömme.

Tutkimusongelmaksi ja opinnäytetyön tavoitteeksi asetimme selvittää, minkälaisia ohjelmia tällä hetkellä seuralaisille tarjotaan eteläsuomalaisissa kaupungeissa; Tampereella, Lahdessa, Helsingissä ja Espoossa sekä miten näitä ohjelmia voitaisiin kehittää eteenpäin. Vastauksen tähän kysymykseen pyrimme saamaan selvittämällä:

- Minkälaisia ohjelmia seuralaisille tällä hetkellä tarjotaan?
- Miksi seuralaisohjelmia järjestetään?
- Millainen on tyypillinen seuralaisohjelman asiakas?
- Mihin suuntaan seuralaisohjelma on muuttumassa?
- Miten seuralaisohjelmia pitäisi kehittää?

Tutkimme opinnäytetyössä aihetta suomalaisten kongressijärjestäjien näkökulmasta. Tuloksista saattaa olla hyötyä kongressinjärjestäjille, PCO-toimistoille, ohjelmapalvelujen tarjoajille sekä muille yhteistyökumppaneille.

1.2 Tutkimusmenetelmä

Aiheen valinta sekä tutkimusongelman asettelu määräisivät pitkälti sen, että suoritimme tutkimuksen empiirisen osan kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän valitsimme, koska halusimme tutkia ilmiötä kokonaisuutena ja tarkastella sitä mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja ymmärtäen sen moninaisia suhteita (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 161). Kvalitatiivisista tutkimusmenetelmistä käytimme puolistrukturoitua teemahaastattelua. Haastattelimme yhteensä seitsemää kongressialalla seuralaisohjelmien parissa työskentelevää henkilöä Lahdesta, Tampereelta, Espoosta sekä Helsingistä. Haastattelut toteutimme yksilöhaastatteluina haastateltavien työpaikoilla syksyllä 2006.

1.3 Teoreettinen viitekehys ja tutkimuksen rajaukset

Opinnäytetyömme teoreettinen viitekehys muodostuu kokous- ja kongressialan kirjallisuudesta soveltuvin osin, uusimmista suomalaisista kongressitutkimuksista sekä kirjallisuuden ja Kauppa- ja teollisuusministeriön määrittelemistä matkailun trendeistä.

Tutkimuksemme käsittelee kolmea aluetta Etelä-Suomessa: Lahtea, Tamperetta sekä pääkaupunkiseutua. Tarkastelemme tutkimusongelmaa järjestäjän näkökulmasta, emmekä ota kantaa esimerkiksi loppukäyttäjien eli seuralaisten, kongressiosallistujien tai ohjelmanjärjestäjien motiiveihin tai näkökulmiin. Tutkimuksemme keskittyy pääasiassa kansainvälisiin järjestökongresseihin (non-governmental organizations), joskin soveltuvin osin puhumme myös muista (kaupallisista ja kotimaisista) kongresseista. Tällöin kuitenkin mainitsemme asiasta erikseen.

1.4 Keskeiset käsitteet

Kongressi on päämäärähakuinen, useista istunnoista koostuva ja suuren osanottajamäärän ja tietyn ammatti- tai tieteenalan kokoontuminen, jolta puuttuu konkreettinen päämäärä. Kongressi voi olla kansallinen tai kansainvälinen. Kansainvälisessä kongressissa osallistujista vähintään 40 % on ulkomaalaisia ja osallistujat ovat vähintään kolmesta eri maasta. Istuntojen ohella tärkeä osa kongressia on sosiaalinen ohjelma. (Verhelä 2002, 18; Taloustutkimus 2006.)

Kongressimatkailu tarkoittaa matkailua, joka tapahtuu kongressiin osallistumisen takia tai johon liittyy osallistuminen kongressiin. Liikematkailuun kongressitoiminta kuuluu silloin, kun tilaisuus järjestetään yrityksen ulkopuolella, ja sen toteuttamiseen tarvitaan perinteisiä matkailun eri osa-alueiden palveluita ja usein myös kokous- ja kongressialan ammattilaisten tuottamia organisointipalveluita. (Verhelä 2000, 18.)

Kongressimatkailija on yksittäinen henkilö, yhdistyksen jäsen tai työyhteisön edustaja, jonka matkan tarkoituksena tai osana matkaa on osallistuminen kongressiin. Kongressimatkailija on usein matkustanut paljon, hän on keskimääräistä koulutetumpi, ja hänellä on keskimääräistä enemmän rahaa käytössään. (Blinnikka & Kuha 2004, 26–29.) Kongressimatkailija viipty Suomessa keskimäärin 4,8 vuorokautta. Noin kaksi kolmesta ulkomaisesta kongressimatkailijasta vierailee ensimmäistä kertaa Suomessa. (Taloustutkimus 2005.)

Oheisohjelmalla tarkoitetaan kongressin aikana, sitä ennen ja sen jälkeen tieteellisen ohjelman lisäksi järjestettävää ohjelmaa. Tyypillisiä oheisohjelmia ovat tervetulojuhla, avajaiset, cocktail-tilaisuudet, seuralaisohjelma, yrityskäynnit, juhlaillallinen sekä pre- ja post congress –matkat. Oheisohjelman tarkoituksena on kongressin osana tarjota osallistujille mahdollisuus virkistäytymiseen ja se on tärkeä osa onnistunutta kongressia. Oheisohjelmalla voi olla ratkaiseva merkitys osallistujan viihtymiseen ja jopa osallistumispäätökseen. (Rautiainen 2003, 124.)

Tuotteistamisella tarkoitetaan erilaisten kohteiden tarjoamien mahdollisuuksien muokkaamista tuotteiksi, joilla on selkeä arvoa tuottava ydin sekä hinta. Tuotteistaminen perustuu tavallisesti jossakin kohteessa olemassa oleviin resursseihin, paikkaan tai kulttuuriin liittyviin vetovoimatekijöihin, joiden avulla voidaan luoda edellytykset elämysten syntymiseen. (Komppula & Boxberg 2002, 93.)

Matkailullisilla vetovoimatekijöillä tarkoitetaan houkutteleviksi tai hyödyllisiksi koettuja ominaisuuksia matkakohteessa, jotka vaikuttavat myös matkakohteen tai esimerkiksi kongressipaikkakunnan valintaan. Suomen tärkeimmät vetovoimatekijät kokous- ja kongressimatkailussa ovat luotettavuus ja turvallisuus (Verhelä 2000, 19-20).

2 SEURALAISOHJELMA OSANA KONGRESSIMATKAILUA

2.1 Kongressimatkailu

Ihmisen halu tavata ja vaihtaa ideoita, kongressien ja kokouksien perusta, on yhtä vanha kuin ihmismieli (Weber & Chon, 2002).

Montgomery ja Strick (1994) ovat todenneet, että niin kauan kuin on ollut ihmisiä, on pidetty kokouksia. Ihmiset ovat muinaisista ajoista alkaen kokoontuneet yhteen keskustelemaan yhteisistä kiinnostuksen kohteista, kuten metsästyksestä, sodasta ja rauhan solmimisesta. Varsinaisen kokous- ja kongressialan juuret löytyvät kuitenkin Pohjois-Amerikasta ja Euroopasta vasta 1800-luvun ja 1900-luvun vaihteesta, kun nopea teollistuminen toi liikemiehille ja yrittäjille tarpeen kokoontua yhteen. Pian tämän jälkeen kokoontumisista tuli tärkeitä myös yksityisille henkilöille, jotka halusivat kerääntyä keskustelemaan jostain kiinnostuksensa kohteena olevasta aiheesta. Tätä kokoontumisviettiä seurasi pian erilaisten järjestöjen ja yhdistyksien syntyminen. (Weber & Chon 2002, 4.) Viimeisten vuosikymmenten aikana kokous- ja kongressiala on kasvanut huomattavasti. Nykyään sen luonne on väistämättä globaalinen (Weber & Chon 2002, 14).

Kokous- ja kongressimatkailu on siis suhteellisen nuori, mutta nopeasti kehittyvä ja kasvava työsidonnaisen matkailun osa-alue. Kokous- ja kongressimatkailusta on kysymys silloin, kun matkaan liittyy osallistuminen kokoukseen tai kongressiin. Tilaisuus, johon matkan aikana osallistutaan, voi olla yhtä hyvin pienelle ryhmälle suunnattu kokous kuin tuhansille ihmisille järjestetty kongressi ja pituus voi vaihdella tunteista yli viikkoon. Liikematkailuun kokous- ja kongressitoiminta kuuluu silloin, kun tilaisuus järjestetään yrityksen ulkopuolella ja sen toteuttamiseen tarvitaan perinteisiä matkailun eri osa-alueiden palveluita sekä usein myös kokous- ja kongressialan ammattilaisten tuottamia organisointipalveluja. (Verhelä 2000, 18.)

Uhkana kokousmatkailun kasvulle pidetään usein viestintäteknologian nopeaa kehitystä ja uusien tekniikoiden myötä fyysisesti yhteen kokoontumisen jäämistä

tarpeettomaksi (Davidson 2003, 133). Vaikka teknologia ja sähköinen viestintä ovat viime vuosikymmeninä kehittyneet valtaisan nopeasti, eivät ne voi kuitenkaan korvata ihmisten välistä henkilökohtaista kontaktia. Sillä vaikka sähköposti ja internet helpottavat ihmisten työskentelyä ja yhteydenpitoa, eivät ne vähennä keskustelun arvoa, eikä kuvansiirtotekniikka pysty korvaamaan luonnollisessa luento- tai kokoustilanteessa syntyvää tunnelmaa. Puhujien ja kuuntelijoiden välisen suoran yhteyden arvostaminen takaa sen, että eri alojen kansainvälisiä ja kotimaisia asiantuntijakokouksia ja -kongresseja järjestetään myös tulevaisuudessa. (Aarrejärvi 2003, 7.)

Suomelle ja kokouspaikkakunnille kokousten ja kongressien merkitys on erittäin suuri. Palvelu- ja matkailuelinkeino hyötyy huomattavasti kokouksista, lisäksi etenkin kansainvälisissä kongresseissa saadaan tunnettuutta suomalaiselle osaamiselle sekä luotua kansainvälisiä yhteistyöverkostoja. Kokouspäivien tulot ovat huomattavat, sillä kokousten aikana käytetään muun muassa paikallisia majoitus-, ravitsemis- ja kuljetuspalveluja. Onnistunut ja hyvin hoidettu kongressi on itsessään taloudellisesti kannattava, ja lisäksi se lisää matkailua alueelle myös kongressin jälkeisinä vuosina. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 14.)

Suomessa järjestetään vuosittain noin satatuhatta kansainvälistä ja kotimaista kokousta, joihin osallistuu yhteensä yli neljä ja puoli miljoonaa henkilöä. Kokouksella tarkoitetaan tässä yhteydessä vähintään kymmenen hengen tapaamista. Keskimäärin kokoukseen osallistuu noin viitisenkymmentä henkilöä ja kokous kestää yhdestä kahteen päivää. Kokoustoiminta työllistää yhteensä lähes viisi ja puolituhatta ihmistä, ja kokouksista saatavat tulot ovat lähes 250 miljoonaa euroa. Suosituimpia kokouskaupunkeja ovat Helsinki, Tampere, Espoo, Oulu ja Turku. (Taloustutkimus 2005.)

Kongresseista puhuttaessa tarkoitetaan yleensä kansainvälisiä järjestökongresseja. Järjestökongressit ovat kansainvälisten kokousten joukosta selvästi erottuva ryhmä. Kyse on pääasiallisesti tieteellisten järjestöjen kokouksista, joiden järjestämisestä useat maat kilpailevat. Viimeisimpien UIA:n (Union of

International Associations) tilastojen mukaan maailmassa järjestettiin vuonna 2004 noin 8 600 kansainvälistä järjestökongressia (FCB 2006). Tilastoon huomioidaan vain kongressit, joissa on vähintään kymmenen osallistujaa vähintään kolmesta eri maasta ja joiden osallistujista vähintään neljäkymmentä prosenttia on ulkomaalaisia. Kongressien määrä on pysynyt viime vuodet lähes samana. Suomessa järjestetään vuosittain noin kolmesataa kansainvälistä järjestökongressia, joihin osallistuu 40 000–60 000 henkilöä. (Taloustutkimus 2006.)

Suomalaisista kongressikaupungeista ylivoimaisesti suosituin on Helsinki, seuraavina tulevat Tampere, Espoo, Turku ja Jyväskylä. Kongresseihin osallistuu keskimäärin noin sataviisikymmentä henkilöä ja ne ovat kestoltaan keskimäärin 3,5 päivää. Eniten järjestetään kolme päivää kestäviä kongresseja, seuraavaksi eniten kaksipäiväisiä ja nelipäiväisiä. Kongressipaikoista suosituimpia ovat kongressikeskukset, yliopistot ja korkeakoulut sekä hotellit. Suurimmat kongressit pidetään pääosin kongressikeskuksissa, alle 250 hengen kongresseja järjestetään eniten yliopistoissa. Eniten kongresseja järjestetään teknologian ja tietotekniikan aloilla, seuraavaksi yleisimpiä ovat lääketieteelliset sekä yhteiskuntatieteelliset kongressit. (Taloustutkimus 2005.)

Useimmiten kongressi järjestetään Suomessa kesäkuukausien aikana. Suosituin ajankohta on kesäkuu, jolloin järjestetään lähes neljännes kongresseista. Seuraavaksi suosituimpia ovat elokuu, syyskuu ja toukokuu. Kongressien tulot ovat erittäin merkittäviä, sillä yksi kansainvälinen kongressiosallistuja jättää Suomeen noin tuhatneljäsataa euroa ja hän käyttää täällä ollessaan lähes kaksisataa euroa jokaista viettämäänsä päivää kohden. (Taloustutkimus 2005.)

2.2 Kongressimatkailija

Kongressimatkailu on osa työsidonnaista matkailua. Työsidonnaisen matkailun yksi ratkaisevimmista eroista verrattuna vapaa-ajanmatkailuun on se, että matkustaja ei useimmiten tee itse päätöstä matkalle lähdöstä. Toisin sanoen esimerkiksi hänen työnsä, asemansa tai työnantajansa vaatii matkustamisen kohteeseen, halusipa hän itse lähteä matkaan tai ei. Työnantaja tai muu instituutio myös yleensä maksaa kongressimatkan kulut. Myöskään matkaseuraan tai matkan ajankohtaan ei useimmiten voi itse vaikuttaa. (Davidson 2003, 8-10.)

Kongressiin osallistuja voi olla yksittäinen henkilö, yhdistyksen jäsen tai työyhteisön edustaja. Hän on usein matkustanut paljon, on keskimääräistä koulutetumpi ja kiinnostuneempi itsensä kehittämisestä kuin keskiverto kuluttaja. Hänellä on myös keskimääräistä enemmän rahaa käytössään. Kongressivieraat viipyvät Suomessa keskimäärin 4,8 vuorokautta. Noin kaksi kolmesta ulkomaisesta kongressivieraasta vierailee Suomessa ensimmäistä kertaa. (Blinnikka & Kuha 2004, 26–29.)

”Kongressitutkimus 2004”:n mukaan Suomessa järjestettyjen kongressien vieraat ovat valtaosin eurooppalaisia. Suurin osa heistä on miehiä ja iältään he ovat 31-50 -vuotiaita. Lähes kaikki ulkomaalaiset kongressivieraat saapuvat Suomeen lentäen ja valtaosa majoittuu kongressin aikana hotellissa. Vajaa viidesosa vieraista osallistuu kongressin yhteydessä järjestetyille pre tai post tourille, joista yli puolet suuntautuu jonnekin päin Suomea. (Taloustutkimus 2005.)

2.3 Oheisohjelma

Vaikka tieteellisen kongressin pääanti on sen tieteellinen sisältö, on osallistujille vähintään yhtä tärkeää tavata kollegoita. Oheisohjelman tarkoitus onkin luoda puitteet kohtaamisille ja vapaamuotoisille keskusteluille. (Saarelma 2002, 57.) Lisäksi oheisohjelman tarkoitus on kongressin osana tarjota kongressivieraalle mahdollisuus virkistytymiseen. Tyypillisiä kongressin oheisohjelmia ovat

tervetulojuhla, avajaiset, cocktail-tilaisuudet, seuralaistenohjelma, yrityskäynnit, juhlaillallinen sekä pre- ja post congress –matkat. Usein kongressijärjestäjä käyttää oheisohjelman suunnittelussa ja toteutuksessa apunaan esimerkiksi kongressipalvelutoimistoa tai ohjelmapalveluyrityksiä. Oheisohjelmalla voi olla ratkaiseva merkitys osallistujan viihtymiseen ja jopa osallistumispäätökseen. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 124.)

Oheisohjelmista tervetulojuhla järjestetään ensimmäisenä, yleensä kongressia edeltävänä iltana, ja se on useimmiten cocktail-tilaisuus. Se on yksi tärkeimpiä tilaisuuksia kongressin aikana, koska sillä on merkittävä vaikutus hyvän työskentelyilmapiirin syntymiseen. Avajaiset taas järjestetään ensimmäisen kongressipäivän alussa yleensä kongressipaikan pää- tai juhlasalissa ja tilaisuus on erittäin juhlallinen. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 124-125; Aarrejärvi 2003, 97-99.)

Kongressipaikkakunnan edustajat saattavat osoittaa kongressin osanottajille vieraanvaraisuutta järjestämällä vastaanoton kaupungin juhlatiloihin. Se on arvostuksenosoitus osanottajia kohtaan ja toisaalta kohtuullinen korvaus paikkakunnalta siitä piristeestä, jonka kongressin osallistujat sille antavat. (Aarrejärvi 2003, 99.)

Kongressivieraille tarjotaan usein myös mahdollisuus osallistua pre tai post congress tour'lle eli retkelle ennen tai jälkeen varsinaisen kongressin. Retkien pitäisi olla virikkeellisiä, ja parhaimmillaan ne voivat saada matkailijan kiinnostumaan Suomesta niin paljon, että hän haluaa palata tänne uudelleen vapaa-ajallaan. Matkojen suunnittelijan pitäisi löytää ne ainutlaatuiset erityispiirteet, joita Suomessa on. Esimerkkeinä mainitaan usein muun muassa luontoretket ja erämaa sekä tapahtumat kuten Savonlinnan oopperajuhlat. Monet kongressivieraista ovat kiinnostuneita myös Suomen naapurimaista, ja Pietari, Tallinna ja Tukholma ovat suosittuja käyntikohteita. Naapurimaihin tarjottavat oheismatkat usein myös lisäävät kongressin kiinnostavuutta. Retkistä tulisikin mainita kongressin esitteissä ja internet-sivuilla mahdollisimman aikaisin. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 126; Aarrejärvi 2003, 106.)

Kongressivieraiden mukana saapuville seuralaisille järjestetään usein muun oheisohjelman lisäksi myös omaa ohjelmaa kongressin aikana. Seuralaisista enemmistö on naisia, pääasiassa osallistujien vaimoja. Matka on seuralaisille mahdollisuus tutustua maan kulttuuriin ja elämäntapaan. (Aarrejärvi 2003, 102–105.)

Valtaosa kansainvälisten kongressien osallistujista on tavallisia palkansaajia, jolle seuralaisen mukanaololla on merkitystä perheen talouteen. Tämän vuoksi lähtökohtana seuralaisohjelmien suunnittelussa ei voida pitää heidän viemistään kalleimpiin ostospaikkoihin, vaan ohjelman suunnittelussa on aina huomioitava ryhmän koostumus, tarpeet ja kiinnostuksen kohteet. Useimmiten ohjelma sisältää kaupunkikierroksen, museoita, designiä kuten lasia ja vaatteita. Perinteisten kohteiden lisäksi seuralaisille saatetaan esitellä esimerkiksi suomalaista kotia, ruokakulttuuria, sosiaaliturvajärjestelmää, käsityöperinnettä, hengellistä elämää tai historiaa. On kuitenkin huomioitava, että kaikesta siitä, mitä heille näytetään tai esitellään, menee tieto eteenpäin suurelle sidosryhmälle. Tämän vuoksi seuralaiset ovat myös yksi parhaista mahdollisuuksista tehdä matkailumarkkinointia. (Aarrejärvi 2003, 102–105.)

Suomessa on tutkittu seuralaismääriä ainoastaan kansainvälisten järjestökongressien osalta. Näiden tutkimusten mukaan seuralaisia on yleensä 6–22 %:lla osallistujista, esimerkiksi viime vuonna (2005) luku oli kuusi prosenttia (Taloustutkimus 2006). ”Kongressitutkimus 2004”:*n* mukaan seuralaisen mukanaolo on suosituinta kauempaa, kuten Aasiasta ja Pohjois-Amerikasta tulleilla kongressivierailla. Suomalaisilla ja pohjoismaisilla osallistujilla seuralaisen mukanaolo on harvinaisempaa. Seuralainen on tutkimuksen mukaan mukana myös sitä useammin, mitä vanhempi kongressiosallistuja on. Suurin osa seuralaisista on aikuisia, sillä alle 15-vuotiaiden seuralaisten osallistuminen on melko harvinaista. (Taloustutkimus 2005.)

2.4 PCO-toimistot ja kongressijärjestäjät

Kongressipalvelutoimistoista käytetään englanninkielistä nimitystä Professional Congress Organizer eli PCO. He järjestävät kongressin alusta loppuun tai vain osittain ja korvausta vastaan. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 54.) Nykyään kongressipalvelutoimistot pystyvät hoitamaan kaikki kongressin toteuttamiseksi vaadittavat tehtävät tieteellistä sisältöä lukuun ottamatta. Kongressipäiviksi PCO laatii tehtävälistat ja miehityssuunnitelman, värvää ja kouluttaa avustavan henkilökunnan sekä vastaa tapahtuman sujuvuudesta kokouspaikalla. (Saarelma 2002, 19-20.) Toimistojen tehtäviin kuuluu muun muassa projektinhallinta, aikataulutus ja rahoitus, markkinointi ja painotuotteet, internet-sivujen suunnittelu ja toteutus, budjetointi ja maksuliikenne, abstraktien käsittely, näyttelyjärjestelyt, osanottajien rekisteröinti, majoitusjärjestelyt, sosiaalinen ohjelma, oheisretket, järjestelyt kongressipaikalla, raportointi sekä tilastointi (Rautiainen & Siiskonen 2002, 52-53). Suurissa kaupungeissa on useita kongressipalvelutoimistoja ja ne käyttävät tarpeen mukaan apunaan ohjelmalveluyrityksiä, mainostoimistoja, matkatoimistoja, liikelahjayrityksiä ja kuljetusalan yrityksiä (Verhelä 2000, 21).

Aloite kansainvälisen kongressin järjestämisestä esitetään kongressia suunnittelevalle järjestölle. Se edellyttää useimmiten isäntämaan kutsua. Kutsun voi esittää alan suomalainen järjestö tai eri tieteenalojen toimikunnat. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 74.) Tieteellinen kongressi järjestetään muun muassa siksi, että yksittäinen tutkija, tutkimusryhmä, yliopiston laitos tai maassamme kyseisellä alalla eri paikoissa tutkimustyötä tekevät henkilöt haluavat näkyvän kansainvälisen foorumin omille töilleen ja tuloksilleen (Saarelma 2002, 12). Kongressiin muodostetaan järjestelyorganisaatio heti, kun päätös kongressista on saatu. Organisaatio muodostuu puheenjohtajasta, pääsihteeristä, tieteellisestä sihteeristä, PCO-toimistosta ja taloudenhoitajasta. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 75-76.)

2.5 Tuotteistaminen

Tuotteistamisella tarkoitetaan sitä, että erilaisten kohteiden tarjoamat mahdollisuudet muokataan tuotteiksi, joilla on selkeä arvoa tuottava ydin sekä hinta. Tuotteistaminen perustuu tavallisesti jossakin kohteessa olemassa oleviin resursseihin, paikkaan tai kulttuuriin liittyviin vetovoimatekijöihin, joiden avulla voidaan luoda edellytykset elämysten syntymiseen. Tuotteistamisen kohteena ovat olleet järvet, kylät, metsät, teollisuusmiljööt ja muut fyysiset paikat, kuten myös paikkaan liittyvät tarinat, historia, sääolot ja monet muut tekijät, joiden oletetaan luovan perustan uusille matkailutuotteille. Tuotteistamisessa on siis pitkälti kyse uusien tuotteiden kehittämisestä: matkailijoille pyritään luomaan maksullisia mahdollisuuksia kokea elämyksiä tekemällä jotakin, jossakin, jonkin aikaa ja johonkin hintaan. (Komppula & Boxberg 2002, 93.)

Tuotekehityksessä peruslähtökohtana on aina asiakkaan tarpeet. Matkailijan tarpeet ja motivaatio luovat pohjan palvelun kehittämiselle. Matkailun kannalta ydintarpeeksi nousee kokemuksen ja elämyksen etsiminen. Elämyksellisyys on matkailukohteen, aktiviteetin, reitin tai ruuan osalta ytimeltään sama, mutta kehys, puitteet ja toteutus vaihtelevat. Tämän voi kuvata esimerkiksi tarinana, jossa kokijalla on keskeinen rooli. Onnistunut matkailutuote syntyy, kun pääroolin esittäjä eli kongressimatkailija, tekee tähtiroolin. (Borg, Kivi & Partti 2002, 129.)

Kokeneet kongressimatkailijat ovat yhä vaativampia ja siksi palveluntuottajan on hankkiuduttava entistä lähemmäksi asiakasta. Matkailijaa on kuunneltava ja ymmärrettävä ja on pyrittävä antamaan hänelle se, mitä hän toivoo.

Kongressimatkailijat haluavat uusia jännittäviä kokemuksia, ja niiden kautta he vievät Suomea esille muualle maailmaan. Sellainen matkailupalvelujentuottaja menestyy, joka pystyy sovittamaan oman tarjontansa kuluttajan vaatimusten mukaisesti. Matkailua kehittäessä pitää osata ennakoida muutoksia, on pystyttävä näkemään tulevia trendejä sekä pystyttävä varautumaan asiakkaiden palvelutarpeisiin ja odotuksiin. Näistä kun selvittää, niin tulevaisuus kansainvälisenä kongressimaana näyttää paremmalta. (Borg ym. 2002, 121.)

2.6 Suomen vetovoimaisuus kansainvälisten kokousten ja kongressien järjestäjänä

Kongressin isäntämaa valitaan useimmiten asianomaisen tieteenalan maailmanjärjestön päätöksellä. Valintaan vaikuttavat maan sijainti, sen poliittinen ja yhteiskunnallinen tilanne, tulevan isäntäjärjestön tieteellinen ja tekninen osaaminen ja status omassa maassaan, kokous- ja majoitustilojen taso sekä järjestäjän taloudelliset resurssit. Pitää myös varmistaa, että osallistumiskustannukset osallistujaa kohti eivät ylitä tapahtumalle vakiintunutta hintatasoa. (Aarrejärvi 2003, 9.)

Kongressien järjestäminen on maailmalla kasvava kaupankäynnin ala, siksi kokousten ja kongressien saamisesta maahan käydään ankaraa kilpailua eri maiden järjestäjien välillä. Pienet kongressit, jotka eivät ole sidoksissa kansainvälisiin järjestöihin, ovat joustavia ja Suomen kannalta helpommin saavutettavissa. Sen sijaan suuret kansainväliset kongressit järjestetään yleensä eri maiden kesken vuorotellen, ja päätöksen järjestelyvastuun antamisesta järjestäjälle ja maalle tekevät kansainvälisten järjestöjen hallintoelimet. Kovasta kilpailusta huolimatta on suomalaisella järjestäjälläkin mahdollisuus hyvän kampanjoinnin avulla saada suuren kokouksen järjestäjäsännyys suurempien kongressimaiden sijasta. (Saarelma 2002, 13 -14.)

Kongressin läpivieminen on vaativa prosessi ja siksi yleensä halutaan varmistua, että hakijoilla on riittävät valmiudet kongressin läpiviemiseen. Järjestäjän on pystyttävä esittämään suunnitelmat ja budjetti, joista ilmenee, että talous tulee olemaan vakaa ja hallinnassa, ja kokouspaikka ja majoitus täyttävät vaaditut standardit. Lisäksi alustavien varausten tulee olla tehtyinä, ja henkilöresurssien ohjelman rakentamisen ja käytännön järjestelyjen osalta tulee olla riittävät. (Saarelma 2002, 13 -14.)

Kongressiosallistujista lähes kaksi kolmasosaa saapuu Suomeen ensimmäistä kertaa (FCB 2006). Matkapäätökseen vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi Suomen sijainti, kokous-, majoitus- ja ravitsemustilojen taso, maan poliittinen

asema, järjestäjän tieteenalan tutkimuksen taso sekä taloudelliset voimavarat.
(Saarelma 2002, 13 -14.)

Pohdimme Suomen tämän hetkistä vetovoimaisuutta kongressijärjestäjänä
SWOT-analyysin avulla.

Taulukko 1. SWOT-analyysi Suomen vetovoimaisuudesta kongressijärjestäjänä

Hyvät puolet	Huonot puolet
<ul style="list-style-type: none"> - turvallisuus - luotettavuus - toimivat ja modernit palvelut - ammattitaito ja osaaminen - poliittisesti ja taloudellisesti vakaa maa - eksotiikka - hyvä infrastruktuuri 	<ul style="list-style-type: none"> - kallis - syrjäinen sijainti - majoitus- ja ravitsemispalvelujen määrä ja taso - vaihteleva ilmasto - kulttuurin vähäisyys - kalliit lentoliput - hyttiset
Mahdollisuudet	Uhat
<ul style="list-style-type: none"> - terrorismia ei ole - kielitaidon kasvu - saasteettomuus - kasvava alan koulutus 	<ul style="list-style-type: none"> - uudet kilpailijamaat - resurssien puute verrattuna suuriin kokous- ja kongressimaihin - muiden pohjoismaiden kasvu

Suomen tärkeimmät vetovoimatekijät kokous- ja kongressimatkailemisessa ovat ehdottomasti luotettavuus ja turvallisuus. Terrorismin uhan koetaan olevan pieni, ja maamme on taloudellisesti ja poliittisesti vakaa yhteiskunta. Luotettavuus näkyy suomalaisessa työskentelyilmapiirissä ja moraalissa – vakava suomalainen tekee sen, mitä lupaa. Ulkomaiset yhteistyökumppanit arvostavat suomalaisten rehellistä työskentelyilmapiiriä. (Verhelä 2000, 19–20.)

Suomen luonto, vesistöt ja saaristot, vuodenajan vaihtelut, hiljaisuus ja rauhallisuus edustavat eksotiikkaa, josta kongressivieraat pääsevät nauttimaan erilaisten oheis- ja iltaohjelmien aikana. Hyvät lentoyhteydet eri puolilta maailmaa tekevät Suomesta helposti saavutettavan. Koska maamme on monelle vielä tuntematon kohde, on Suomi erittäin kiinnostava ja kiehtova kongressimaa. (Verhelä 2000, 19.)

Suomen osaamisesta monilla aloilla viestivät maamme korkea tieteen ja tutkimuksen taso. Suomessa on mahdollista järjestää useiden alojen kansainvälisiä kongresseja, sillä yliopistomme ja korkeakoulumme ovat kansainvälisesti hyvätasoisia ja olemme useilla aloilla kehityksen kärkimaita. Lisäksi Suomessa on suhteellisen paljon korkeatasoisia ja riittävän suuria kongressikeskuksia sekä ammattitaitoisia kongressiosaajia. (Verhelä 2000, 19-20.) Matkailua palvelevan tieto- ja viestintäteknologiainfrastruktuurin kattavuus ja riittävä taso ovat matkailun kehittymisen keskeinen edellytys. Tätä voisi kehittää turvaamalla matkailuyritysten ja matkailijoiden kysyntää vastaavan ja luotettavan teknologiainfrastruktuurin, kuten laajakaistayhteyksien ja mobiiliverkkojen, saatavuuden. (KTM 2006.)

Suomella on kongressien järjestäjämäana myös heikkoutensa. Suomi on suhteellisen kallis maa, sillä palveluiden hinnat ovat keskimäärin kalliita verrattuna muiden Euroopan maiden keskitasoon (Kuluttajatutkimuskeskus 2006). Lisäksi Suomi on melko syrjäinen sijainniltaan ja matkat tänne ovat melko pitkiä. Pitkät lennot lisäävät paitsi matkustusaikaa merkittävästi, lisäävät myös matkakustannuksia. Lisäksi todella suuria kongresseja ajatellen Suomessa ei ehkä, pääkaupunkiseutua lukuun ottamatta, ole riittävästi ja riittävän korkeatasoisia majoituspalveluita. Hotellien määrän pitäisikin olla huomattavasti suurempi monissa kaupungeissa isoja kongresseja ajatellen. Suomen vaihteleva ilmasto ei välttämättä ole myöskään kaikkein houkuttelevin, ja esimerkiksi hyttyset saattavat olla kesällä suuri haitta.

Uhkia Suomen vetovoimaisuudelle ovat muut Pohjoismaat, uudet kilpailijamaat sekä suurissa kongresseissa resurssien puute. EU:n laajeneminen ja Itä-Euroopan

talouskasvu osaltaan kiristävät kilpailua kongresseista. Osa matkailualan toimijoista Suomessa on ammattilaisia, mutta osan toimintatavoista heijastuu harrastelijamaisuus. Tästä on seurauksena matkailupalvelujen epätasainen laatu ja palveluketjun vaikea hallittavuus. Verkostomaisesti syntyneitä tuotekokonaisuuksia ja paketteja on melko vähän tarjolla. Yksi heikkoutemme on myös matkailupalvelujen saavutettavuus, sillä Suomesta puuttuu esimerkiksi koko maan kattava sähköinen kauppapaikka. (KTM 2006.)

3 SEURALAISOHJELMA – TUTKIMUSMENETELMÄ JA TULOKSET

3.1 Laadullinen tutkimus

Pohdittaessa mitä laadullinen tutkimus on, peruskysymykseksi muodostuu Tuomen ja Sarajärven (2002,77) mukaan laadullisen tutkimuksen suhde teoriaan ja teoreettiseen. Tähän sisältyy kaksi kysymystä: tarvitaanko laadullisessa tutkimuksessa teoriaa, ja edustaako laadullinen tutkimus teoreettista vai empiiristä analyysii? Teorian merkitys laadullisessa tutkimuksessa on ilmeinen ja sitä tarvitaan välttämättä. Tutkimuksessa tarvitaan teoriaa metodien, tutkimuksen etiikan ja luotettavuuden hahmottamiseen. Tutkimustyyppiltään laadullinen tutkimus on empiiristä, ja laadullisessa tutkimuksessa on kyse empiirisen analyysin tavasta tarkastella havaintoaineistoa ja argumentoida.

Kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen moninaisen elämän kuvaaminen. Tapahtumat muokkaavat toinen toisiaan, ja niistä on löydettävissä monensuuntaisia suhteita. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on tutkia kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tutkijalle merkityksellisiä ovat myös arvolähtökohdat, koska arvot muovaavat sitä, mitä ja miten hän pyrkii ymmärtämään tutkimiaan ilmiöitä. Perinteiseen tapaan ajateltua objektiivisuutta ei ole mahdollista saavuttaa, sillä tutkija ja se, mitä tiedetään, kietoutuvat toisiinsa. Tulokseksi tutkimuksista voidaan saada vain ehdollisia selityksiä johonkin aikaan ja paikkaan rajoittuen. Kvalitatiivisen tutkimuksen pyrkimyksenä voidaan katsoa

olevan pikemminkin tosiasioiden löytäminen tai paljastaminen kuin jo olemassa olevien väittämien todentaminen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 1997, 161.)

Laadulliselle tutkimukselle voidaan Eskolan ja Suorannan (2003, 15) mukaan ehdottaa muutamia tunnusmerkkejä, Lancya ja Bogdania & Biklenia mukailleen:

- aineistonkeruumenetelmä
- tutkittavien näkökulma
- harkinnanvarainen tai teoreettinen otanta
- aineiston laadullis-induktiivinen analyysi
- hypoteesittomuus
- tutkimuksen tyylilaji ja tulosten esitystapa
- tutkijan asema
- narratiivisuus

Laadullisen tutkimuksen yleisimmät aineistonkeruumenetelmät ovat haastattelu, kysely, havainnointi ja erilaisiin dokumentteihin perustuva tieto. Aineiston hankinnassa käytetään metodeja, joissa tutkittavien näkökulmat ja ääni pääsevät esille. Hirsjärven (2001, 48) mukaan nimenomaan teemahaastattelu ”vapauttaa pääosin haastattelun tutkijan näkökulmasta ja tuo tutkittavien äänen kuuluviin”. On kuitenkin tärkeää huomioida, että haastattelutilanteissakaan haastateltavien näkemyksiä ja kokemuksia ei voi saada täysin esiin, vaan nimenomaan ”pääosin”. Tämä johtuu toisaalta siitä, että haastattelutilanne on välttämättä vuorovaikutteinen ja toisaalta siitä että haastatteluteemat ja kysymystenasettelut karsivat väkisin osan subjektiivisuudesta. Valitsimme aineistonkeruumenetelmistä haastattelun, koska se sopi mielestämme parhaiten opinnäytetyömme päämääriin.

Tutkittavien näkökulma pyritään saamaan näkyviin käsittelemällä tapauksia ainutlaatuisina ja tulkitsemalla aineistoa sen mukaisesti. Kuitenkaan osallistuminen tutkittavien elämään ei ole kvalitatiivisen tutkimuksen ehdoton edellytys. Saadakseen esiin tutkittavien näkökulman tulee tutkijan pyrkiä objektiivisuuteen. Hänen tulee siis ainakin yrittää tunnistaa omat esiolettamuksensa ja arvostuksensa. Objektiivisuus siis syntyy nimenomaisesti

omien subjektiivisuksiensa tunnistamisesta ja tiedostamisesta. Tavoite on ideaalinen, mutta tärkeä. (Eskola & Suoranta 2003, 16–17.)

Aineiston analyysin lähtökohtana ei voi olla tutkijan määräämän teorian tai hypoteesien testaaminen, vaan aineiston monipuolinen ja yksityiskohtainen tarkastelu. Hypoteesittomuus tarkoittaa Eskolan ja Suorannan (2003) mukaan sitä, että tutkijalla ei ole lukkoon lyötyjä ennakkokäsityksiä tutkimuskohteesta tai tutkimustuloksista. Sitä mikä on tärkeää, ei määrää tutkija vaan aineisto, josta tutkijan pyrkimyksenä on pikemminkin paljastaa odottamattomia seikkoja tutkittavasta aiheesta. Aineiston rajaus on merkityksellistä, sillä aineisto ei periaatteessa lopu koskaan. (Hirsjärvi ym. 1997, 165; Eskola & Suoranta 2003, 18–19.)

3.2 Aineistonhankintamenetelmä tutkimuksessa

Tutkimuksemme empiirisen aineiston hankinnassa käytimme puolistrukturoitua teemahaastattelua. Teemahaastattelu tarkoittaa sitä, että haasteltavien kanssa keskustellaan joistakin ennalta päätetyistä teemoista. Puolistrukturoitu puolestaan tarkoittaa, että kysymykset ovat kaikille haastateltaville samoja, mutta haastattelija voi esimerkiksi vaihdella niiden järjestystä haastattelun etenemisen mukaan. Haastateltavat saavat vastata kysymyksiin omin sanoin, ilman haastattelijan johdattelua tai valmiita määreitä. Kysymykset ovat ennalta määrättyjä, mutta haastattelija voi vaihdella vapaasti esimerkiksi sanamuotoja. Tuomen ja Sarajärven (2002,77) mukaan on makukysymys, pitääkö kaikille esittää samat kysymykset ja pitääkö ne esittää samassa järjestyksessä, siitä saa päättää haastattelija itse. Teemahaastattelussa ei voi kysyä mitä tahansa, vaan siinä pyritään löytämään merkityksellisiä vastauksia tutkimuksen tarkoituksen ja ongelmanasettelun mukaisesti. Puolistrukturoiduille menetelmille on siis ominaista, että jokin haastattelun näkökohta on lyöty lukkoon, mutta ei kaikkia. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47.)

Käytännössä teemahaastattelun tekeminen edellyttää, että tutkija on etukäteen tutustunut tutkimuskohteena olevan ilmiön sisältöön, jotta haastatteluiden pääteemat pystytään määrittelemään. Vaikka siis tarkoituksena onkin kartoittaa haastateltavien subjektiivisia kokemuksia, tehdään se kuitenkin jo valmiiksi olemassa olevien tietojen ja teemojen avulla. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47–48.)

3.3 Tutkimuksen aineisto

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa keskitytään usein melko pieneen määrään tapauksia ja pyritään analysoimaan niitä mahdollisimman perusteellisesti käsitellen tapauksia ainutlaatuisina. Tutkimuksen kohdejoukko valitaan useimmiten tarkoituksenmukaisesti, koska kyseessä on näyte, erotukseksi tilastollisista otoksista. (Eskola & Suoranta 2003, 18; Hirsjärvi ym. 1997, 165.)

Käytimme tutkimuksessamme harkinnanvaraista näytettä, sillä tarkoituksenamme ei ollut saada tilastollisia yleistyksiä vaan pyrimme ymmärtämään seuralaisohjelmia syvällisemmin (Hirsjärvi & Hurme 2001, 58–59). Valitsimme haastateltaviksi henkilöitä, joilla uskoimme olevan paljon tuntemusta kongressialasta ja seuralaisohjelmista. Parhaiten tämän vaatimuksen täyttivät mielestämme kongressien parissa jatkuvasti työtään tekevät henkilöt, kongressialan ammattilaiset eli PCO-toimistojen sekä matkailutoimistojen edustajat.

Opinnäytetyömme empiirinen aineisto koostuu seitsemästä yksilöhaastattelusta, jotka toteutettiin elo-lokakuussa 2006 haastateltavien työpaikoilla. Valitsimme henkilökohtaisen haastattelun emmekä ryhmähaastattelua, koska toisaalta yksilöhaastattelut oli helpompi toteuttaa ja toisaalta halusimme taata, ettei muiden haastateltavien läsnäolo vaikuta vastauksiin. Otimme puhelimitse yhteyttä haastateltaviin ja sovimme haastattelun ajankohdasta. Alun perin otimme yhteyttä yhteentoista organisaatioon, joista viisi sijaitsee pääkaupunkiseudulla, neljä Tampereella ja kaksi Lahdessa. Haastatteluista saimme sovittua näistä seitsemän kanssa. Syitä olla osallistumatta olivat kahdessa tapauksessa potentiaalisen haastateltavan kiireisyys, yhdessä tapauksessa se, että sopivaa aikaa ei löytynyt ja

yhdessä tapauksessa se, että organisaatiolla ei mielestään ollut vielä tarpeeksi kokemusta seuralaisohjelmista.

Haastattelimme kokous- ja kongressialalla työskenteleviä henkilöitä, joista kaksi on Helsingistä, kaksi Tampereelta, kaksi Lahdesta ja yksi Espoosta. Nämä paikkakunnat valitsimme toisaalta perustuen omaan paikallistuntemuksemme (Tampere ja Lahti) ja toisaalta alueen merkittävyyteen kongressien pitopaikkana (pääkaupunkiseutu). Haastateltavista neljä työskenteli PCO-toimiston palveluksessa ja kolme joko matkailutoimistossa tai convention bureaussa. Yhteistä haastateltaville kuitenkin oli se, että jokainen heistä on työnsä kautta tekemisissä seuralaisohjelmien kanssa.

Haastattelut olivat kestoltaan noin puolesta tunnista tuntiin ja ne nauhoitettiin haastateltavien suostumuksesta. Haastatteluiden jälkeen litteroimme haastattelut tekstimuotoon. Tekstiksi litteroituna aineistoa on noin viisikymmentä yhden rivivälillä kirjoitettua sivua. Litteroinnin jälkeen jaoimme vastaukset teemoihin haastattelukysymysten (liite 1) mukaisesti. Käyttämämme teemat olivat kysyntä, tyypillinen asiakas, seuralaisohjelma tällä hetkellä, ohjelman suunnitteluun vaikuttavat asiat, ohjelman suunnittelu, seuralaisohjelman kehittäminen sekä seuralaisohjelmien tulevaisuus. Teemoihin jakamisen jälkeen analysoimme teema kerrallaan aineistoa etsien yhteneväisyyksiä ja poikkeavuuksia.

3.4 Seuralaisohjelmien yleisyys ja kysyntä tällä hetkellä

Kysyimme haastateltavilta seuralaisohjelmien yleisyydestä sekä kysynnästä, koska halusimme saada selville haastateltavien näkemyksen asiasta.

Haastateltavat arvioivat seuralaisohjelmien järjestämisen olevan koko ajan vähäisempää, mutta ei kuitenkaan loppumassa kokonaan. Lahtelainen haastateltavamme totesi tämän johtuvan osittain siitä, ettei Suomi tai Lahti ole niin houkutteleva paikka seuralaiselle kuin esimerkiksi Barbados tai Pariisi. Hänen mukaansa seuralaisohjelmia järjestetään enemmän suuremmilla

paikkakunnilla, kuten Helsingissä. Yksi haastateltavista totesi, että seuralaisohjelmaa tarjotaan noin 70% kongresseista, mutta ohjelman toteutuminen riippuu seuralaisten määrästä. Seuralaisohjelmat eivät ole haastateltavien mukaan aina vain seuralaisille. Niihin voivat osallistua myös kongressien osallistajat.

”No, ehkä nykyään entistä vähemmän, koska sanotaanko että aika harvalla osallistujalla on seuralainen mukana. No melkein kaikissa kongresseissa on jonkunlaista oheisohjelmaa. Mutta välttämättä se ei ole rajattu pelkästään seuralaisiin, vaan että sinne voi myös nää osallistujat ottaa osaa.”

Kun haastatteluissa tiedustelimme, kuinka suurta kysyntää seuralaisohjelmilla on, niin saimme vastaukseksi, että kysyntä on myös vähenemään päin. Kongressit ovat lyhyempiä ja ohjelman määrää on lisätty vapaa-ajan kustannuksella. Kongressit ovatkin nykyään entistä enemmän työmatkoja ja lomamatkat halutaan järjestää erikseen. Jos taas otetaan seuralainen mukaan, niin silloin matkaan liitetään yleensä loman viettoa. Erään haastateltavan mukaan kongressinjärjestäjät pitäisi saada tarjoamaan aktiivisemmin seuralaisohjelmia ja sitä kautta saataisiin seuralaisia tulemaan Suomeen. Ratkaisuna kysynnän vähenemiseen olisi siis aktiivinen mielenkiintoisten seuralaisohjelmien tarjoaminen.

”Meidän työ on herätellä kongressijärjestäjiä tarjoamaan seuralaisohjelmia, ja silloin heitä voisi tulla myös enemmän. Jos tarjotaan houkuttelevaa ja mielenkiintoista ohjelmaa niin mä uskon, että he tarttuvat siihen. 70% kongressivieraista käy Suomessa ensimmäistä kertaa, ja se on osallistujille ainutlaatuinen tilaisuus lähteä tänne pohjan perukoille katsomaan Suomea ja tutustumaan tänne. Samalla voisi ajatella, että he ottavat seuralaisen mukaan myös tutustumaan Suomeen. Olen sitä mieltä, että heille pitää enemmän ja aktiivisesti tarjota näitä ohjelmia.”

Kysyessämme kuinka suuri osa seuralaisista osallistuu järjestettyyn ohjelmaan, haastateltavat totesivat, että suurin osa eli noin 70–90% osallistuu järjestettäviin ohjelmiin, ja rekisteröityneistä seuralaisista osallistuvat lähes kaikki. Osallistuminen riippuu siitäkin, sisältyykö rekisteröintimaksuun jokin retki, ja retken sisältyminen voi olla myös syy rekisteröityä. Erään haastateltavan mukaan ulkomaalaisista seuralaisista osallistuvat kaikki lähes aina, suomalaisilla on

yleensä muita kiinnostuksen kohteita. Yksi suuri syy osallistua järjestettyyn ohjelmaan on myös se, että suurin osa seuralaisista tulee Suomeen ensimmäistä kertaa, ja valmiille retkelle osallistuminen koetaan turvalliseksi ja helpoksi vaihtoehdoksi tutustua maahan. Muita syitä osallistua retkille olivat kohteet, joihin ei muuten pääsisi sekä ajan kuluttaminen.

Kun kysyimme, mistä johtuu, että kaikki eivät osallistu seuralaisohjelmiin, niin vastauksia tuli useita. Yleisin vastaus oli kuitenkin se, että ohjelmien hinta saattaa olla liian korkea. Järjestetyt matkat ovat kalliimpia kuin omatoimiset, ja internetin avulla hintojen vertailu ja omatoimisten matkojen järjestäminen on melko helppoa. Erään haastateltavan mielestä on kuitenkin harvemmin sellaisia, jotka peruuttavat matkan sen kalliin hinnan takia. Eli hinnan korkeutta ei voi ainakaan yleistää koskemaan kaikkia seuralaisia. Myös aikaisemmat käynnit Suomessa sekä omatoimisuuden lisääntyminen karsivat osallistujia ohjatuista ohjelmista.

”Moni laskee mitä tämä maksaa koko lysti, ja sitten verrataan, että tällähän saisi jo viikon Kreikassa.”

Haastateltujen mielestä seuralaisille järjestetään ohjelmaa ennen kaikkea sen takia, että heidän halutaan viihtyvän Suomessa. Seuralaisen aika voi käydä pitkäksi vieraalla paikkakunnalla, jos hänellä ei ole mitään ohjelmaa. Seuralaisohjelman halutaankin olevan helppo tapa tutustua ympäristöön. Yksi haastateltavista sanoikin, että osallistuminen järjestetyille retkille on nopea tapa tutustua maahan ja sen kulttuuriin, koska ei tarvitse itse ottaa asioista selvää. Muutama haastateltavista arvioi lisäksi, että hyvällä seuralaisohjelmalla saadaan kongressiin enemmän osallistujia. Jos seuralaisohjelma on mielenkiintoinen, niin se auttaa lähtöpäätöksen teossa kongressin osallistujaa, ja hän ottaa silloin myös seuralaisen mukaan.

”Halutaan, että myös seuralaisilla olisi hyvä olla. Ollaan vieraanvaraisia ja tarjotaan heille jotain tekemistä ja näkemistä.”

Kysyessämme, että kuka haluaa ohjelmaa järjestettävän, oli yleisin vastaus kongressinjärjestäjä. Tosin haastateltavat kertoivat, että läheskään aina järjestäjä ei

huomaa tai tiedä kysyä seuralaisohjelman järjestämisestä tai ole siitä välttämättä edes kiinnostunut. Tällaisissa tilanteissa PCO-toimistot yleensä ehdottavat seuralaisohjelman järjestämistä, varsinkin jos on todennäköistä, että seuralaisia saapuu paljon.

”Kyllä se yleensä tulee järjestäjältä se toive ja kyllä me aina kysytäänkin myös. Järjestäjät saattavat itse järjestää vierailuja.”

3.5 Tyypillinen seuralainen

Kysyimme tyypillisestä seuralaisesta, koska halusimme saada selville ohjelmaan osallistujan asiakasprofiilin. Kaikki haastateltavat olivat perustiedoista samaa mieltä.

Lähes kaikki haastatellut kertoivat ensimmäisenä tyypillisen seuralaisen olevan nainen. Tosin kongressin ala vaikuttaa osallistujien ja seuralaisten sukupuoleen. Yksi haastateltavista sanoikin, että lääketieteellisessä kongressissa on myös paljon miespuolisia seuralaisia. Teknis-tieteellisellä alalla seuralaiset sitä vastoin ovat yleensä naisia. Haastateltavien mukaan seuralaisen ikä on yleensä lähempänä keski-ikää, mutta sekin riippuu kongressin alasta. Eräs haastateltava kertoi, että tietoteknologiassa on paljon nuoriakin johtajia ja puolisoita. Eräs haastateltu arvioi syyn seuralaisten korkeahkoon ikään olevan vanhempien ikäluokkien paremmat mahdollisuudet lähteä matkalle mukaan. Heidän elämäntilanteensa antaa helpommin periksi, sillä heillä on enemmän aikaa ja rahaa kuin nuoremmilla.

”Varmaankin ainakin se 95% on naisia.”

”Enemmän on vanhemmissa ikäluokissa, koska heillä on elämäntilanne niin, että lapset ovat lähteneet pois kotoa. Usein vanhemmat ihmiset ovat varakkaampia, joten heillä on varaa matkustella.”

3.6 Seuralaisohjelma tällä hetkellä

Kysymyksellä seuralaisohjelmien sisällöstä halusimme saada selville, minkälaista ohjelmaa seuralaisille tarjotaan Suomessa tällä hetkellä.

Haastateltavien mielestä tyypillinen seuralaisohjelma aloitetaan yleensä kiertoajelulla. Sen avulla saadaan yleisvaikutelma kaupungista sekä paikallisesta kulttuurista. Kulttuuripitoiset retket ovat muutenkin haastateltavien mukaan suosittuja. Retkiä tehdään erilaisiin kulttuurikohteisiin, esimerkiksi Suomenlinnaan, Ainolaan ja Porvooseen. Retkissä pitää kuitenkin olla jokin valmiiksi tuttu elementti. Eräs haastateltava kertoi näin tyypillisestä ohjelmasta:

”Helsingissä kaupunkikiertoajelut, Suomenlinna, Tuusulanjärvi elikkä tällainen kulttuuripitoinen. Niissäkin pitää olla aina jokin tietty, sanotaan vaikka Sibeliuksen sellainen, joka vetää.”

Haastatteluista ilmeni, että tyypillisimmillään seuralaisohjelma on retki, jossa istutaan bussissa ja vierailaan jossakin paikassa. Retket ovat yleensä paremminkin vain paikkoihin tutustumista ja tarkkailua, sillä harvemmin järjestetään ohjelmaa, jossa seuralaisten kuuluisi aktiivisesti osallistua tai itse tehdä jotakin. Ikähaarukka saattaa olla niin laaja, että se karsii osallistujia, kertoi eräs haastateltavista. Liian aktiivinen ohjelma ei sovi kaikille.

Suomalainen design on myös retkillä esillä. Seuralaisia käytetään suomalaista designia esittelevissä paikoissa, kuten Iittalassa ja Arabiakeskuksessa Helsingissä. Näissä paikoissa seuralaiset voivat myös tehdä ostoksia. Haastateltavat sanoivat, että niin sanottua extremeä järjestetään hyvin vähän, mutta luontoon liittyviä retkiä enemmän. Seuralaiset voidaan viedä metsään kävelylle tai risteilylle tutustumaan Suomen vesistöön. Ulkomaalaisille voi olla hieno kokemus tutustua Suomen puhtaaseen luontoon. Saunomista yritetään tuoda myös esille, mutta ketään ei kuitenkaan pakoteta osallistumaan siihen.

Kysyessämme ohjelmien suunnittelusta ja niiden kierrättämisestä eri kongresseissa, saimme melko samanlaisia vastauksia kaikilta. Perusretket eli

kiertoajelut ja museokierrokset ovat yleensä samoja jokaisessa kongressissa. Haastateltavien mukaan ohjelmia myös muokataan kongressia varten, jos järjestäjä niin haluaa. Osa haastateltavista kertoi, että heillä on käytössään valmiita paketteja, joita tarjotaan kongressinjärjestäjille ja joita sitten muokataan tarvittaessa. Valmiiksi suunnitellusta ja testatusta retkestä on helpompi muokata sopiva ohjelma. Muutama haastateltava kertoi kuitenkin suunnittelevansa aina kaiken alusta asti itse.

”Perusretket kierrätetään usealle kongressille. Meidän vieraathan vaihtuu koko ajan. Jos järjestäjä haluaa, niin teemme ohjelman ihan alusta asti.”

”Ne ovat sellaisia valmiita paketteja ja niistäkin voidaan katsoa asiakkaalle sopivaa ohjelmaa. Mutta yleensä se vaihtelee. Sit jos haluaa seuralaisohjelman, joka kestää koko päivän, niin sitten lähdetään liikkeelle näistä meidän valmiista retkistä.”

3.7 Ohjelman suunnitteluun vaikuttavat asiat

Pyrimme kysymyksellä ohjelmien suunnittelusta selvittämään, mihin asioihin haastateltavat kiinnittävät huomiota ohjelmia suunnitellessaan ja mitä asioita he pitävät ohjelman sisällössä tärkeinä.

Haastateltavat kertoivat ohjelmien suunnittelun lähtevän järjestäjän toiveista ja kokemuksista. Jos esimerkiksi aikaisemmissa kongresseissa on todettu tietynlaiset ohjelmat hyviksi, pyritään perinteitä jatkamaan. Jos kokemuksia aikaisemmin onnistuneista ohjelmista ei ole, eikä järjestäjällä ole muutenkaan mitään erityistoiveita ohjelman suhteen, niin suunnittelun lähtökohtana on yleensä muissa kongresseissa hyviksi havaitut ohjelmat sekä perustiedot osallistujista.

Haastatellut kertoivat kiinnittävänsä huomiota ohjelmaa suunnitelleessaan esimerkiksi kongressin alaan ja järjestämisen ajankohtaan sekä seuralaisten sukupuoleen, ikään ja kansallisuuteen. Haastatellut kuitenkin huomauttavat, ettei mitään yleistyksiä esimerkiksi kongressin alan perusteella kannata kuitenkaan tehdä, koska seuralaiset voivat olla miltä alalta tahansa.

Suunnittelussa pitää huomioida myös ajankäyttö sekä kustannukset. Retket eivät voi olla kovin pitkiä, ja niiden pitää sopia kongressin muuhun ohjelmaan. Kongressiosallistujien varakkuus saattaa myös vaihdella kongressien välillä suurestikin. Rikkaammissa kongresseissa voidaan tarjota kalliimpia retkiä, kun taas esimerkiksi kongresseissa, joihin osallistuu paljon kolmansien maiden edustajia, ei satojen eurojen retkiä kannata tarjota. Tosin yksittäisessä kongressissakin seuralaiset voivat tulla hyvin erilaisista lähtökohdista. Usein pyritäänkin siihen, että tarjolla olisi eri hintaisia ja pituisia retkiä.

Ohjelmille on asetettu lähes poikkeuksetta vähimmäisosanottajamäärä, joka on retkestä riippuen esimerkiksi kymmenen tai viisitoista osallistujaa. Jollei vähimmäismäärä tule täyteen, joudutaan retki yleensä perumaan. Seuralaisten tulisi ilmoittautua retkille jo rekisteröintivaiheessa eli yleensä viimeistään kuukautta ennen kongressia. Haastateltavat kuitenkin kertoivat, että yhä harvemmat osaavat tai haluavat tehdä päätöstä retkille lähdöstä vielä rekisteröitymisvaiheessa. Monet kyselevätkin vasta paikan päällä retkistä. Jos retki on kuitenkin jo ehditty perumaan, ei välttämättä pystytä tarjoamaan mitään vastaavaa ohjelmaa tilalle.

Kaikki haastateltavat mainitsivat korostavansa ohjelmissa suomalaisuutta ja paikallisuutta. Suomesta halutaan näyttää erityisesti kulttuuria, luontoa sekä suomalaista osaamista ja teknologiaa. Paikallisuus korostuu ohjelmissa muun muassa kohdevalinnoilla, esimerkiksi Lahdessa kohteita voivat olla hyppyrimäet, talviurheilu ja muotoilu, sekä painottamalla niitä asioita, jotka alueelle ovat tyypillisiä.

Myös kongressin virallinen ohjelma saattaa vaikuttaa seuralaisille tarjottavaan ohjelmaan, joskaan ei aina. Yksi haastateltavista kertoi, että jos kongressissa on jokin teema, pidetään siitä kiinni myös seuralaisohjelmassa. Muutamat taas totesivat, että jollei järjestäjä halua jotakin erityistä ohjelmaa, niin seuralaisille järjestetään melko pitkälle samanlaisia retkiä, oli kongressin ala mikä hyvänsä.

3.8 Ohjelman suunnittelu ja alihankkijoiden käyttö ohjelmien toteutuksessa

Halusimme kysymyksellä suunnittelusta ja alihankkijoista selvittää, minkälaiset asiat vaikuttavat ohjelmien suunnitteluun ja kenen päätettävissä esimerkiksi ohjelmien sisällöt lopulta ovat.

Kaikki vastaajat kertoivat, että seuralaisohjelmien suunnittelu on pääasiassa PCO-toimiston tehtävä. Tosin esimerkiksi järjestäjän toiveet ohjelman suhteen vaikuttavat valittuihin ohjelmiin. Haastatellut kertoivat retkien valinnan muokkautuvan pitkälti sen mukaan, mikä on aikaisemmin hyväksi todettu ja toisaalta sen mukaan, mitä alihankkijoilla on tarjota. Haastattelujen perusteella saimme kuvan, että mitä suuremmasta kaupungista on kysymys, niin sitä helpommin ostetaan täysin valmiita paketteja alihankkijoilta. Pienemmässä kaupungissa taas suunnitellaan enemmän itse myös retkien sisältöä, koska valmiita paketteja ei useinkaan ole edes tarjolla.

”Sanotaanko näin, että koska ne on aika pitkälle samoja retkiä, niin melkeinpä sitten tällainen valmis retki on helpompi. Koska sehän ei ole se kongressin juttu se oheisohjelma, se on lähinnä sellainen sivutuote. Niin kyllä aika pitkälle ostetaan niitä valmiina.”

” [Ostamme valmiin paketin], jos alihankkijoilla on sellaisia. Yleensähan ne menee niin, että seuralaisohjelmissa kuljetus tulee joltain, ruokailu joltain, käyntikohde joltain, opas tulee joltain. Asiakkaallehan se ei näy. Mehän tehdään se työ, mehän ollaan tehty se kokoaminen kuitenkin.”

Haastateltavat kertoivat käyttävänsä alihankkijoiden valmiita palveluita käytännössä niin pitkälti kuin se on mahdollista. Jos alihankkijoilla esimerkiksi on kokonaan valmiiksi rakennettu ja hyväksi todettu kokonaisuus, niin sitä käytetään mieluummin kuin ryhdytään itse vastaavaa kokoamaan. Monesti on kuitenkin niin, että esimerkiksi järjestäjiltä tulevien toiveiden tai alihankkijoiden puuttumisen takia PCO-toimisto suunnittelee ja kokoaa ohjelmat alusta loppuun. On kuitenkin harvinaista, että alihankkijoita ei käytettäisi lainkaan. Ulkoistamisen laajuus voi siis olla mitä tahansa aina koko retken ostamisesta vain sen osien, esimerkiksi opaspalveluiden ja ruokailujen ostoon.

Tärkeimmiksi syiksi alihankkijoiden palveluiden käyttöön haastatellut mainitsivat helppouden, alihankkijoiden erityisosaamisen sekä ajankäytön. Alihankkijoiden palveluita on yksinkertaisesti järkevää käyttää: heillä on osaaminen ja välineet valmiina. Toisaalta kongressipalvelutoimistoilla ei monestikaan ole henkilökuntaa tai aikaa riittävästi, jotta he edes voisivat itse toteuttaa retkiä.

”Yksi on ammattilainen yhdellä alalla ja toinen toisella, meiltä ei löydy kahtakymmentä kanoottia tai lumikenkää - -. Toisaalta ne reitit missä mennään ja kuinka sytytetään nuotio talvipakkasella, niin on se parasta antaa ammattilaisen tehdä. Ja yksinkertaisesti meillä ei ole aikaakaan siihen.”

Tärkeimmiksi kriteereiksi alihankkijoiden valintaan haastatellut mainitsivat luotettavuuden, hyvä- ja tasalaatuiset palvelut sekä tietysti itse tuotteen tai palvelun sopivuuden seuralaisohjelmaan.

3.9 Seuralaisohjelman kehittäminen

Kysyimme haastateltavilta seuralaisohjelmien kehittämisestä, koska halusimme saada selville heidän mielipiteensä siitä, miten ohjelmia pitäisi kehittää ja mitkä olisivat kehittämisen suunnat, jos haastateltava saisi itse päättää.

Vaikka vastaukset hajaantuivat melko paljon, niin suurin osa haastatelluista oli kuitenkin sitä mieltä, että ohjelmissa on kehitettävää. Kehittämisehdotuksia tuli useita, mutta niiden konkreettisesta toteuttamisesta ei osattu sanoa paljoakaan. Eräs haastateltava sanoi, että heidän toimistossaan panostetaan enemmän kokouksien ja kongressien myyntiin kuin seuralaisohjelmiin. Hän perusteli mielipidettään sillä, että kongressien asiasisältö on päällimmäinen syy, miksi kongressiin osallistutaan, ei seuralaisohjelma.

Neljä haastateltavista haluaisi, että keksittäisiin uusia retkiä ja retkikohteita. He haluaisivat tarjota uusia elämyksiä ja uudenlaista ohjelmaa seuralaisille. Monet haluaisivat tarjota enemmän luontoon ja vesistöön liittyviä retkiä. Muutama totesikin, että juuri luontokohteita pitää kehittää ja tuoda ohjelmissa enemmän

esille. Tunnetaanhan Suomi puhtaasta luonnosta ja kirkkaista vesistä. Yksi haastateltavista haluaisi, että järvimatkailuretket koottaisiin yhdeksi napakaksi paketiksi. Yksi haastateltavista taas sanoi, että liian usein sorrutaan järjestämään retkiä, jotka kuulostavat omasta mielestä hyvältä, eikä oteta tarpeeksi huomioon seuralaisten mielenkiinnon kohteita.

Muutamien haastateltujen mielestä retkien hinta-laatusuhde pitäisi olla parempi. Heidän mielestään ohjelmat ovat nykyisin liian kalliita niiden laatuun ja sisältöön verrattuna. Eräs haastateltava kertoi oheisohjelmien testausryhmästä, joka varmistaa retkien laadun. Ryhmä käy paikan päällä testaamassa ohjelmantarjoajan retket ja antaa niistä palautteen ohjelmantarjoajalle. Seuralaisille ei tarjota ohjelmia, jotka eivät ole läpäisseet testausryhmän vaatimuksia. Yksi haastateltava haluaisi, että ohjelmat kerättäisiin yhteen esimerkiksi kansioon, josta ne löytyisivät helposti käyttöön. Kansioon pääsisi vain hyväksi ja laadukkaaksi todetut ohjelmantarjoajat ja näin helpotettaisiin kongressinjärjestäjien ja PCO-toimistojen työtä.

Yksi kehittämisen kohde olisi haastateltavien mukaan ohjelmien sopivuus kaikille. Jokaiselle pitäisi olla tekemistä, iästä ja sukupuolesta riippumatta. Erään haastateltavan mielestä sopivuus on haaste, joka tulee eteen jokaisen retken suunnittelussa, ja siihen pitää panostaa. Kuitenkaan ei haluta tarjota liian aktiivista ohjelmaa tai niin sanottua extremeä, koska harvat seuralaiset haluavat sellaista. Yksi haastateltavista kuitenkin huomautti, että asiakkaathan vaihtuvat koko ajan, eikä kaikille voi tarjota samaa ohjelmaa. Sen takia pitää olla kaikenlaista ohjelmaa tarjottavana.

Osa haastateltavista haluaisi myös muuttaa ryhmien kokoa. Yksi haastateltava sanoi, että ohjelmat on aina suunniteltu suurille ryhmille ja pienten kongressien pienet seuralaismäärät jäävät yleensä ilman ohjelmaa. Toinen oli taas sitä mieltä, että missään nimessä alle kymmenen henkeä ei tule kysymykseenkään, muuten ohjelma tulee osanottajille liian kalliiksi. Eräs haastateltava totesi, että pitäisi kehittää sellainen retki, jossa hinta on pieni, mutta ohjelma mielenkiintoinen.

”Ainahan tietysti pitäis keksiä uutta ja uusia juttuja. Et niinkun uusia retkiä ja uusia elämyksiä.”

”Sellaista, mistä tulee oikein hyviä elämyksiä ihmisille itselleen.”

Kysyimme haastateltavilta, mikä olisi heidän mielestään ideaalinen tilanne seuralaisohjelmien suunnittelussa ja järjestelyssä, koska halusimme tietää, mitkä asiat seuralaisohjelmissa he kokevat ongelmallisina tällä hetkellä. Lisäksi halusimme saada selville, mitkä olisivat kehityssuunnat, jos haastateltavat saisivat päättää asiasta.

Tärkeimpänä asiana PCO-toimiston kannalta pidettiin sitä, että seuralaiset varaisivat ohjelmat ajoissa, jopa kuukausia aikaisemmin. Toivottiin myös, että osallistujat maksaisivat ajoissa, eivät tekisi mitään muutoksia varauksiin ja ilmoittaisivat kaikki mahdolliset erityistarpeensa ajoissa. Nykyään tehdään kuitenkin viime hetken päätöksiä, eivätkä monetkaan osaa sanoa, missä he ovat vaikkapa kolmen kuukauden päästä. Haastateltavat sanoivat, että seuralaiset haluavat tehdä usein retkelle lähtemisestä päätöksen vasta juuri ennen retken alkua. Retkille voi ilmoittautua viimeiseen varauspäivään mennessä liian pieni määrä ihmisiä, ja silloin retki joudutaan perumaan.

”Kyllä se ideaalinen olisi se, että kaikki ilmoittautuisivat ajoissa, useita kuukausia ennen kongressia. Ja sitten he maksaisivat ajoissa, he eivät muuttaisi mitään, olisivat ilmoittaneet erityisruokavalionsa, liikuntarajoitteisuutensa ja kaikki muut ihan ajoissa.”

Jos haastatelluilla olisi käytössään rajattomat mahdollisuudet, he haluaisivat tarjota seuralaisille enemmän ohjelmia, joissa seuralaiset pääsisivät halutessaan itse osallistumaan ja kokeilemaan asioita. Luontoon suuntautuvia retkiä ja ulkomaanmatkoja myös haluttaisiin järjestää, mutta niiden järjestämissä on omat ongelmansa. Joillekin osallistujista voi olla raha tai aika esteenä, sillä ulkomaanmatkat ovat melko kalliita ja aikaa vieviä. Kaikki eivät myöskään halua retkeillä luonnossa, koska se saatetaan kokea liian rasittavaksi tai koska esimerkiksi kunto ei enää iän vuoksi ole riittävä.

” Siinä usein jo kongressivieraan aika asettaa rajan ja tietysti kunto ja halu, ja sit täytyy muistaa se, että he tulevat monesta eri maasta ja kulttuurista ja eri uskontokunnista.”

3.10 Seuralaisohjelmien tulevaisuus

Kysyimme haastateltavilta seuralaisohjelmien tulevaisuudesta, koska halusimme selvittää, minkälaiset seikat korostuvat haastateltaviemme mielestä seuralaisohjelmien kehittymisessä sekä mahdollisesti kehittämisessä jatkossa. Vastaukset vaihtelivat melko paljon vastaajien välillä, mutta tietyt teemat ja matkailun trendit toistuivat useammassa haastattelussa.

Kysyessämme, mitkä ovat tulevaisuuden haasteita seuralaisohjelmien kannalta, nousi esiin melko suuri joukko haasteellisiksi koettuja asioita riippuen siitä, miltä kantilta haastateltu asiaa tarkasteli. Osa esille tulleista asioista on jo tälläkin hetkellä haasteena seuralaisohjelman suunnittelussa, mutta haastateltavien näkemyksen mukaan seikat vain korostuvat jatkossa.

Ehkä suurimmaksi haasteeksi tulevaisuudessa koettiin yleisen kiireisyyden ja ajanpuutteen lisääntyminen. Haastateltavat uskoivat kongressien muuttuvan yhä työpainotteisemmiksi ja tehokkaammiksi osittain ajanpuutteen ja osittain kongressien pienentymisen vuoksi. Seuralaisohjelmien kannalta tämä on hankalaa, koska seuralaisen mukaan ottamiseen ajatellaan kuuluvan jossain mielessä loman yhdistämistä, joka on lähes vastakkainen ajatus tehokkaalle työmatkalle. Kongressien pieneminen on hankalaa myös, sillä väistämättä pienempi kongressi tarkoittaa myös vähäisempää määrää seuralaisia. Seuralaisille järjestettävissä retkissä on kuitenkin lähes aina minimiosanottajamäärä, jotta retki ylipäätään järjestetään. Jos siis kongressit ovat jatkossa yhä tiiviimpiä ohjelmaltaan ja pienempiä kooltaan, voi ongelmaksi muodostua, ettei tarvittavaa määrää seuralaisia saavu kongressiin, jotta seuralaisohjelmaa voitaisiin järjestää.

”Näkisin, että seuralaisohjelmat eivät ainakaan radikaalisti lisäänty. Päinvastoin: melkein näkisin tulevaisuuden niin, että mitä pienempi

ja lyhyempi kongressi on niin sen vähempi [järjestetään seuralaisohjelmia]”

”Periaatteessahan trendi on selvästi siihen suuntaan, että kaikilla alkaa olla ajasta puutetta ja kongressit ovat yhä selvemmin työmatkoja ja niille tullaan niin, että ehditään kuuntelemaan luennot ja sitten lähdetään heti, kun se päättyy.”

Useissa haastatteluissa nousi esille jatkuva vaatimustason nousu, joka kohdistuu yhtä lailla myös seuralaisohjelmiin. Haastateltavat uskoivat, että jatkossa on syytä kiinnittää entistä enemmän huomiota tasaisen hyvään laatuun sekä omaleimaisuuden löytämiseen. Pitäisi siis pystyä tarjoamaan osallistujille jotain sellaista, mitä he eivät ole kokeneet aikaisemmin, poikkeamatta kuitenkaan liikaa heidän kokemuspöyrästään. Koska osallistujat ovat melko hajanainen ryhmä esimerkiksi kielellisesti, iällisesti ja kulttuurisesti, saattaa olla vaikeaa löytää sellaisia ohjelmia, jotka kiinnostavat edes suurinta osaa. Oman hankaluutensa tuo myös se, että toisin kuin kongressiosallistujista, ei seuralaisista useinkaan vielä ohjelmien suunnitteluvaiheessa tiedetä kovin paljoa. Seuralaiset ovat myös usein matkustaneet paljon ja siksi heille voi olla vaikeaa keksiä enää mitään sellaista, mitä he eivät olisi jo nähneet tai kokeneet. Myös internet luo omat haasteensa, sillä sen kautta on entistä helpompaa tutustua kohteeseen etukäteen tai esimerkiksi vertailla hintoja. Haastateltavat uskoivatkin, että internetin käyttö sekä tietynlainen omatoimisuuden lisääntyminen matkailussa saattavat vähentää seuralaisohjelmiin osallistuvien määrää tulevaisuudessa.

Yksi useassa haastatteluissa esiinnoussut asia oli myös järjestäjien kiinnostuneisuus seuralaisohjelmia kohtaan. Haastateltavat kokivat, että kongressinjärjestäjät eivät useimmiten ole kovinkaan kiinnostuneita siitä, tuleeko kongressiosallistujien mukana seuralaisia vai ei, tai järjestetäänkö seuralaisille mitään omaa ohjelmaa kongressin aikana. Tämän vuoksi seuralaisohjelman suunnittelu saattaa jäädä melko pienelle huomiolle ja ”lapsipuolen asemaan”, kuten eräs haastatelluista totesi. Osa haastatelluista koki, että seuralaisohjelmaan tai sen kehittämiseen ei ole kiinnostusta oikein millään taholla, koska seuralaisia ei koeta kovinkaan merkittäväksi ryhmäksi. Seuralaisohjelmien kehittymistä hidastaa myös se, että mikään taho ei ole valmis ottamaan riskejä sen suhteen.

Kun kysyimme, mitkä tekijät uhkaavat seuralaisohjelmien järjestämistä, oli yleisin vastaus, että seuralaisohjelmia uhkaavat samat tekijät kuin muutakin matkailua, esimerkiksi terrorismi ja erilaiset pandemiat. Vaikka Suomi koetaankin turvalliseksi maaksi, jossa terrorismin uhka on vähäinen, niin silti terrorismi aina vähentää ainakin hetkellisesti esimerkiksi halukkuutta matkustaa lentokoneella ulkomaille. Myös talouden laskusuhdanne saattaa vaikuttaa seuralaisohjelmien järjestämiseen ja seuralaisten määrään. Yksi haastateltavista totesikin, että erityisesti kaupallisissa kongresseissa, joissa seuralaisten ohjelman maksaa useimmiten järjestäjä, on seuralaisten ohjelma varmasti listan kärkipäässä, jos kongressin kuluja joudutaan karsimaan.

Kahden haastatellun mielestä suuri riski on se, ettei ohjelmia kehitetä eteenpäin. Etenkin toinen heistä painotti sitä, että järjestäjien ja ammattilaisten tehtävä on viedä viestiä eteenpäin, että oheisohjelmaan kannattaa panostaa, ja että oheisohjelmia pitää rakentaa ja tarjota aktiivisesti. Uhaksi mainittiin myös seuralaisten vähäisyys ja se, haluaako järjestäjä jatkossa ylipäätään pitää seuralaisohjelman mukana kongressin ohjelmassa. Erään haastateltavan mukaan on hyvinkin mahdollista, että jos seuralaisohjelmat joudutaan kovin usein perumaan, ei järjestäjä halua enää ottaa niitä lainkaan kongressin ohjelmaan varsinkaan pienemmissä kongresseissa.

Seuralaisohjelmien mahdollisuuksia haastatellut eivät nimenneet suoraan. Kuitenkin useimpien haastattelemiemme henkilöiden mielestä seuralaisohjelma saattaa vaikuttaa jopa kongressiosallistujan päätökseen kongressiin lähdöstä.

Kun kysyimme, kasvaako seuralaisohjelmiin osallistuvien määrä jatkossa, jakautuivat mielipiteet käytännössä kolmeen osaan. Kahden mielestä seuralaisten määrä pysyy jatkossa samalla tasolla kuin nykyään. Kolmen mielestä se tulee varmasti laskemaan, yksi piti jopa todennäköisenä, ettei ainakaan nykyisen kaltaista seuralaisohjelmaa järjestetä lainkaan ainakaan pienemmissä kongresseissa. Kaksi oli sitä mieltä, että ohjelmien suosio ja tulevaisuus riippuvat siitä, millaisia ne tulevaisuudessa ovat. Toisin sanoen kiinnostaviin ohjelmiin

riittää osallistujia, mutta jollei ohjelmista osata tehdä kiinnostavia, ei osallistujakaan saada.

Haastateltavat uskovat asiakasprofiilin jonkin verran muuttuvan tulevaisuudessa sukupolven vaihtumisen myötä. Tulevaisuuden seuralaisten uskotaan etsivän ehkä entistä enemmän elämyksiä ja elämyksellisiä retkiä. Muutamit myös mainitsivat, että tulevaisuudessa seuralaiset ovat luultavasti aktiivisempia ja haluavat enemmän tehdä itse. Toisaalta tulevaisuudessa seuralaiset saattavat olla vieläkin hajanaisempi ryhmä kuin nykyään, sillä esimerkiksi miesten osuus seuralaisista on kasvamassa, samoin kuin ikähaarukka on levenemässä.

Kun kysyimme, mihin suuntaan ohjelmat kehittyvät, jakoutuivat haastateltavien mielipiteet kahtia. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että ohjelmiin tuskin tulee mitään muutoksia tulevaisuudessa. Heidän mielestään ohjelmat ovat sisällöltään jo tällä hetkellä sellaisia, mitä asiakkaat haluavatkin nähdä ja kokea, eikä mitään parempaa käytännössä ole tarjota. Haastatellut myös mainitsivat sen, että tarjonta pitkälti määrää sen, mitä ylipäättään voidaan tarjota. Jollei retkille ole siis toteuttajaa, ei niitä voida tarjotakaan.

Toinen mielipide oli se, että todennäköisesti ohjelmista suuri osa pysyy ohjelmistossa, kuten esimerkiksi kaupunkikiertoajelut ja ostosretket, mutta rinnalle tulee myös muita vaihtoehtoisia ohjelmia. Perinteiset ohjelmat pysyvät ohjelmistossa, koska ihmiset haluavat luultavasti tulevaisuudessakin nähdä samoja paikkoja kuin nykyäänkin, koska ne ovat ikään kuin kaikille yhteisiä mielenkiinnon kohteita. Mutta he kokivat, että näiden perinteisten ohjelmien rinnalle kaivataan myös uusia ohjelmia. Uudet ohjelmat olisivat mahdollisesti entistä elämyksellisempiä.

Useat haastatelluista kuitenkin painottivat sitä, että tärkeintä on huomioida asiakkaat eli seuralaiset ohjelmaa suunniteltaessa. Vastaajat uskoivatkin, että tulevaisuudessa ohjelmien räätälöinti asiakkaiden tarpeiden mukaan lisääntyy.

”Enemmän tämmöistä elämysmatkailuahan se [seuralaisohjelma] tulee olemaan. Mutta eivät nämä perinteisetkään matkat lopu kokonaan, siksi että kyllä ihmiset haluavat nähdä niitäkin. Mutta riippuu kongressista ja alasta, että minkälaisia ihmisiä on tulossa ja mitä he haluavat ja mitä järjestäjät haluavat. Sehän on se mikä oikeasti merkitsee jotain, että mitä he haluavat.”

4 JOHTOPÄÄTÖKSET

4.1 Tulosten yhteenveto

Tutkimuksemme on tehty haastattelemalla seitsemää neljässä eteläsuomalaisessa kaupungissa työskentelevää kongressialan ammattilaista. Tutkimuksen tulokset kokosimme vertaamalla haastatteluissa esille nousseita asioita ja miten ne vastaavat esimerkiksi kongressialan kirjallisuutta ja tutkimuksia.

Tekemissämme haastatteluissa kävi ilmi, että seuralaisohjelmia järjestetään koko ajan vähemmän, mutta ne eivät kuitenkaan ole täysin loppumassa. Haastatteluissa mainittiin syiksi vähentymiselle kysynnän pieneneminen, kongressien lyheneminen sekä tieteellisen ohjelman muuttuminen tiiviimmäksi. Kongressien luonne on muuttunut entistä työvoittoisemmaksi, eikä kongressiosallistujilla ole aikaa juurikaan muuhun kuin kongressissa olemiseen, koska vapaa-aikaa on karsittu melko paljon. Muutaman haastateltavan mukaan ratkaisuna kysynnän vähenemiseen olisi aktiivinen seuralaisohjelmien tarjonta. Lisäksi kongressinjärjestäjiä pitäisi houkutella tarjoamaan seuralaisohjelmia kongressiin osallistujille, jotta seuralaiset lähtisivät mukaan. Useimmissa kongresseissa seuralaisohjelmia tarjotaan, mutta ne eivät välttämättä aina toteudu, koska seuralaisia ei ilmoitaudu riittävästi. Syitä, miksi seuralaiset eivät osallistu järjestettävään ohjelmaan, olivat haastattelujen mukaan ohjelmien kallis hinta, omatoimisuus, halu tehdä itse asioita sekä aikaisemmat matkat Suomeen.

Haastatteluiden perusteella suurin syy, minkä takia seuralaisohjelmia järjestetään on se, että seuralaisten halutaan viihtyvän Suomessa. Aarrejärven (2003, 102) mukaan seuralaisilla on paljon enemmän aikaa kuunnella, katsella ja kysellä kuin

varsinaisilla kongressin osanottajilla. Sen vuoksi he ovat myös pr-mielessä erittäin tärkeä asiakasryhmä sekä kongressille että Suomen matkailulle. Monet seuralaisista ovat ensimmäistä kertaa Suomessa, eivätkä he välttämättä tiedä kovin paljoa maasta etukäteen. Tämän vuoksi seuralaisohjelman pitäisi olla houkutteleva ja mielenkiintoinen, jotta he kiinnostuisivat tutustumaan maahan ja tekisivät myönteisen päätöksen lähteä mukaan. Täällä kokemistaan asioista he joka tapauksessa kertovat eteenpäin, ja Suomi ja kokouspaikkakunta saavat joko myönteistä tai kielteistä tunnettuutta.

Suurin osa kansainvälisten kongressien osallistujista on keski-ikäisiä miehiä, ja tyypillinen seuralainen on hänen vaimonsa eli keski-ikäinen nainen. Miehiäkin on seuralaisina, mutta harvemmin. Kongressin ala vaikuttaa kuitenkin seuralaisten sukupuoleen. Naisten osuus kongresseissa on kasvanut viime vuosina, ja parhaiten naiset ovat edustettuina yhteiskunnallisten ja sosiologisten sekä luonnontieteen alojen kongresseissa ja useimmissa lääkealan kongresseissa (Taloustutkimus 2005). Myös nuorten puolisojen määrä on lisääntynyt jonkin verran, koska esimerkiksi kasvavalla tietoteknologian alalla on suhteellisen paljon nuoria kongressivieraita.

Useimmiten seuralaisohjelma sisältää kaupunkikierroksen, museoita ja designiä kuten lasia ja vaatteita. Perinteisten kohteiden lisäksi seuralaisille esitellään esimerkiksi suomalaista kotia, ruokakulttuuria, sosiaaliturvajärjestelmää, käsityöperinnettä, hengellistä elämää tai historiaa. (Aarrejärvi 2003, 102–105.) Haastatellut kertoivat käyttävänsä lähes samanlaisia ohjelmia. Yleensä seuralaisohjelma alkaa kaupunkikiertoajelulla. Sen lisäksi järjestetään yleensä kulttuuriin ja historiaan liittyviä retkiä, käydään ostoksilla ja usein myös tutustutaan Suomen luontoon. Suomen luonto, vesistöt ja saaristot edustavat eksotiikkaa, josta kongressivieraat pääsevät nauttimaan retkien aikana (Verhelä 2000, 19). Jollakin tavalla luontoon liittyviä retkiä pyritäänkin haastateltavien mukaan tarjoamaan seuralaisille lähes aina. Sen sijaan niin sanottua extremeä, kuten seinäkiipeilyä tai upseilausta järjestetään hyvin vähän.

Liian aktiivinen ohjelma ei sovi kaikille seuralaisille. Yleensä heille järjestetyt retket ovatkin lähinnä tarkkailua ja paikkoihin tutustumista, ja ne sisältävät harvoin aktiivista osallistumista ohjelmaan. Retkelle osallistuvat seuralaiset ovat usein hajanainen joukko, jonka jäsenet voivat olla esimerkiksi eri kulttuureista, eri-ikäisiä, eri sukupuolta tai eri ammateista. Nämä asiat pitää ottaa huomioon ohjelmaa suunnitellessa, jotta kaikille saataisiin järjestettyä mieluista ohjelmaa.

Seuralaisohjelmien perusretket ovat yleensä samoja kongressista toiseen. Koska ohjelmien toimivuudesta on jo kokemusta, niitä voidaan suositella kongressinjärjestäjille melko huoletta. Valmista ja kokeiltua ohjelmaa voidaan tietysti muokata asiakkaalle sopivammaksi, jos siihen on tarvetta. Valmiin ohjelman käyttö on myös helpompaa, koska ohjelma on jo valmiiksi suunniteltu ja esimerkiksi aikataulutettu. Jos järjestäjä niin haluaa, voidaan ohjelmia suunnitella myös alusta alkaen vain yhtä kongressia varten. Ohjelma voi olla ainutkertainen tai sitä voidaan käyttää jatkossa myös muissa kongresseissa riippuen siitä, miten ohjelma on sujunut, ja antaako järjestäjä luvan käyttää sitä myöhemminkin.

Seuralaisten viihtyminen kokouskaupungissa vaikuttaa koko kongressin onnistumiseen (Blinnikka & Kuha 2004, 105). Ohjelmien suunnittelussa pyritään lähtemään järjestäjän toiveista ja kokemuksista. Jos heillä on hyviä kokemuksia tietynlaisista ohjelmista, niin seuralaisille pyritään tarjoamaan samankaltaista ohjelmaa. Borg, Kivi ja Partti (2002) ovat sitä mieltä, että kuluttajaa on kuunneltava ja ymmärrettävä ja on pyrittävä antamaan hänelle se, mitä hän toivoo. Kongressimatkailijat haluavat uusia jännittäviä kokemuksia. Sellainen matkailupalveluntuottaja menestyy, joka pystyy sovittamaan oman tarjontansa kuluttajan vaatimusten mukaisesti. Seuralaisohjelmien suunnittelussa ei kuitenkaan kannata tehdä liian suoria päätelmiä esimerkiksi kongressin alasta, koska seuralaiset voivat olla taustoiltaan miltei alalta tahansa.

Kustannusten laskeminen on tärkeä osa seuralaisohjelmien suunnittelua, sillä liian kalliisiin ohjelmiin ei riitä osallistujia. Koska suurin osa kongressien osallistujista on tavallisia palkansaajia, vaikuttaa ohjelman hinta usein osallistumispäätökseen. Retken hinnan nousemista liian korkeaksi pyritään kontrolloimaan asettamalla

ohjelmaan jokin minimiosallistujamäärä. Pienille eli alle kymmenen hengen ryhmille ei kannata järjestää ohjelmaa, koska hinta nousisi liian korkeaksi. Jos osallistujia ei ole riittävästi, joudutaan retki perumaan. Tämä on ongelmana esimerkiksi pienissä kongresseissa, joissa seuralaisiakaan ei ole kovin paljon. Seuralaiset saattavat jäädä tällöin kokonaan ilman ohjattua ohjelmaa, mutta yleensä heille pyritään kuitenkin antamaan neuvoja alueen mielenkiintoisista paikoista. Lisäksi suurehkoissa kaupungeissa järjestetään säännöllistä, maksullista turistiohjelmaa halukkaille. Myös tästä pitäisi jakaa tietoa kongressin infopisteessä. (Saarelma 2002, 61.)

Haastateltavat kertoivat, että seuralaisohjelmissa korostetaan suomalaisuutta ja paikallisuutta. Suomesta halutaan näyttää maan parhaat puolet: luontoa, kulttuuria, teknologiaa ja tietenkin suomalaista osaamista. Kongressipaikkakunnasta esitellään sille tyypillisiä piirteitä. Osa haastateltavista kertoi kongressin virallisen ohjelman vaikuttavan myös seuralaisohjelmaan, mutta suurin osa kuitenkin sanoi, ettei kongressin alalla ole vaikutusta.

Retkien suunnittelu kuuluu haastattelujen mukaan PCO-toimistoille. He käyttävät toteutuksessa tarpeen mukaan apunaan ohjelmapalveluyrityksiä, mainostoimistoja, matkatoimistoja, liikelahjayrityksiä ja kuljetusalan yrityksiä (Verhelä 2000, 21). Haastattelujen mukaan PCO-toimistot pyrkivät kuitenkin ostamaan alihankkijoilta mahdollisuuksien mukaan täysin valmiita retkiä, jos alihankkijoilla on vain sellaisia tarjota. Valmiit retket luonnollisesti vähentävät työmäärää. Varsinkin pienemmissä kaupungeissa ei kuitenkaan valmiita retkiä ole välttämättä tarjolla, ja silloin PCO-toimisto suunnittelee itse ohjelman. Alihankkijoiden käyttäminen on monessa mielessä järkevää, sillä heillä on tarvittava osaaminen ja riittävästi henkilökuntaa ohjelman toteuttamiseen. Alihankkijoilta vaaditaan luotettavuutta, tasalaatuisia palveluja sekä palvelun sopivuutta seuralaisille.

Seuralaisohjelmien tulevaisuuden suurin haaste on kongressien muuttuminen yhä lyhyemmiksi ja asiasisällöltään tiiviimmiksi. Davidsonin (2003, 123) mukaan kongressien pituudet ovat jatkuvasti lyhentyneet. Koska ihmiset ovat yhä kiireisempiä ja ajanpuute lisääntyy jatkuvasti, halutaan myös kongressit pitää

mahdollisimman lyhyinä ja tiiviinä. Tämän vuoksi päivät ovat kuitenkin pitkiä ja täynnä ohjelmaa, eikä vapaa-aikaa ole juurikaan.

Seuralaiset ovat yhä vaativimpia asiakkaita tulevaisuudessa. Koska he ovat usein matkustaneet, kokeneet ja nähneet paljon, voi heille olla hyvin haastavaa keksiä enää uusia elämyksiä. Koska seuralaiset ovat yhä vaativampia, on palveluntuottajan hankkiuduttava entistä lähemmäksi asiakasta. Häntä on kuunneltava ja ymmärrettävä ja on pyrittävä antamaan hänelle se, mitä hän toivoo. (Borg, Kivi & Partti 2002, 121.) Haastateltavien mukaan vaatimustason noustessa on syytä kiinnittää entistäkin enemmän huomiota tasaiseen laatuun ja omaleimaisuuden löytämiseen.

Haastateltavien mukaan kongressinjärjestäjät eivät ole kovinkaan kiinnostuneita seuralaisohjelmista. Järjestäjät eivät pidä seuralaisia kovin merkittävä ryhmänä, eikä heihin sen vuoksi haluta tuhata paljoa aikaa, rahaa tai olla valmiita ottamaan riskejä seuralaisohjelman suhteen. Monen mielestä seuralaiset ovat vain kongressin sivutuote. Tulevaisuudessa voi käydä niinkin, että seuralaisia ei enää tule, koska ohjelmat eivät ole kiinnostavia. Seuralaisten viihtyminen kuitenkin vaikuttaa myös kongressiosallistujien viihtymiseen, ja heidän mukanaolostaan saadaan lisätuloja kongressille.

Seuralaisohjelmia uhkaavat samat tekijät kuin muutakin matkailua. Ihmisten matkustushalukkuutta vähentävät esimerkiksi terrorismi tai erilaiset pandemiat. Ne vaikuttavat kuitenkin vain hetkellisesti, sillä ihmisillä on tarve matkustaa ja uhkatekijät yleensä myös unohdetaan varsin nopeasti. Myös talouden laskusuhdanne vähentää luultavastikin seuralaisten ja seuralaisohjelmien määrää.

Haastateltavat olivat eri mieltä seuralaisten määrästä tulevaisuudessa. Osan mielestä seuralaisten määrä vähenee, osan mielestä se pysyy nykyisellään ja osan mielestä määrä riippuu ohjelmien kiinnostavuudesta. Seuralaisten profiili luultavastikin muuttuu sukupolven vaihtumisen myötä. Miesten osuus seuralaisina kasvaa ja ikähaarukka laajenee. Nuoria seuralaisia tulee enemmän nykyiseen verrattuna esimerkiksi tietoteknologia-alan kasvaessa.

Seuralaisohjelmien tulevaisuudesta haastateltavien mielipiteet jakautuivat kahtia. Osan mielestä seuralaisohjelma pysyy samanlaisena kuin se on tällä hetkellä, ja osan mielestä nykyisten ohjelmien rinnalle suunnitellaan uusia retkiä. Ohjelmien pysymistä samana perusteltiin muun muassa sillä, että nykyiset ohjelmat ovat sisällöltään jo parasta, mitä on tarjota. Uusia ohjelmia ei tarvitse suunnitella, koska seuralaiset ovat tyytyväisiä nykyiseen tarjontaan. Yksi haastateltavista sanoi, että uusia ohjelmia on suunniteltava, koska vaatimustaso kasvaa jatkuvasti ja ihmiset kaipaavat uudenlaisia elämyksiä. Muutaman mielestä myös ohjelmien räätälöinti seuralaisten tarpeen mukaan tulee lisääntymään tulevaisuudessa. Tuotekehityksessä peruslähtökohtana on kuitenkin aina asiakkaan tarpeet (Borg ym. 2002, 129).

4.2 Seuralaisohjelmien kehittäminen

Asetimme tutkimusongelmamme alun perin muotoon ”kansainvälisten kongressien seuralaisohjelmat neljässä eteläsuomalaisessa kaupungissa ja miten niitä tulisi kehittää”. Haastattelujen perusteella meille kuitenkin selvisi, että kehittämiselle ei haastattelemiemme kongressialan ammattilaisten keskuudessa koeta välttämättä olevan edes tarvetta. Haastatelluista kaksi karrikoituna sanoi, että tämänhetkinen järjestelmä on paras mahdollinen, että kehittämisestä ei ole yksinkertaisesti mitään hyötyä. Myös muiden haastatteluiden perusteella saimme kuvan, että seuralaisohjelmien kehittämistä ei pidetä ainakaan kovin tärkeänä asiana. Teimmeko siis jo tutkimusongelmaa asettaessamme virheen, kun kysyimme, miten ohjelmia pitäisi kehittää? Tulisiko ennemmin kysyä pitäisikö niitä kehittää?

Jos kehittämistä tarkastellaan siitä lähtökohdasta, että se on tarpeellista, jos nykyinen järjestelmä ei ole täydellinen, vaan siinä on puutteita tai ongelmia, niin seuralaisohjelmien kehittämiselle on mielestämme hyvätkin perusteet. Haastatteluissa tuli esiin useita ongelmalliseksi tai haasteelliseksi koettuja asioita. Näihin ongelmiin voidaan ja niihin mielestämme myös pitäisi löytää ratkaisuja, jotta seuralaisohjelmat pysyisivät jatkossakin kilpailukykyisinä kasvavasta

vaatimustasosta huolimatta. Haastatteluiden perusteella ongelmista ja haasteista mielestämme tärkeimmät ovat:

- Seuralaisten määrän vähentyminen kongressien lyhentymisen, pienentymisen sekä seuralaisten kiireellisyyden vuoksi
- Seuralaisia on liian vähän, jotta ryhmä herättäisi kiinnostusta esimerkiksi palveluntarjoajissa tai järjestäjätahossa
- Liian pitkä aikaväli varauksesta toteutukseen: PCO:t ja ohjelmapalveluyritykset haluavat, että ohjelmat varataan ajoissa (rekisteröitymisen yhteydessä), seuralaiset haluaisivat varata ohjelmat vasta paikan päällä
- Seuralaisohjelmien sisällöt: on vaikeaa kehittää kaikille seuralaisille sopivia ohjelmia, koska seuralaisten joukko on niin hajanainen

Seuralaisten määrän vähenemiseen emme tutkimuksemme perusteella pysty sanomaan syitä, koska emme vielä tutkimuksemme perusteella tiedä seuralaisten matkaan lähtemisen syitä ja motiiveja. Haastatteluiden perusteella tärkeimmät syyt seuralaisten vähenemiselle näyttäisivät olevan kongressien lyheneminen ja ohjelman muuttuminen entistä tiiviimmäksi ja työpainotteisemmaksi, seuralaisten elämän muuttuminen kiireellisemmäksi, seuralaisen mukaan lähtemisestä aiheutuvat kustannukset sekä se, etteivät seuralaiset koe Suomea riittävän houkuttelevaksi kohteeksi.

Seuralaiset ovat ryhmänä pieni, mutta mielestämme merkityksellinen. Kuten Aarjärvi (2003, 102) toteaa, on seuralaisilla paljon enemmän aikaa kuunnella, katsella ja kysellä kuin varsinaisilla kongressivierailta. Heidän kautta myös suodattuu varsinaisille osallistujille esimerkiksi maan kulttuurianti, isäntämaan ihmisistä saatu mielikuva sekä järjestelyjen onnistuneisuus, sillä osallistujat itse saattavat olla niin kiireisiä ja aiheeseen uppoutuneita, etteivät ehdi kiinnittää näihin seikkoihin huomiota. Aarjärven (2003, 102) esittämästä näkökulmasta katsottuna on seuralaisohjelman kehittäminen todellakin pohdinnan arvoista, kohderyhmän pienuudestakin huolimatta. Herääkin kysymys, miten esimerkiksi järjestäjät, PCO-toimistot, matkailutoimistot ja ohjelmapalveluntarjoajat

saataisiin kiinnostumaan ryhmästä ja ohjelmien kehittämisestä. Toisaalta: onko näiden kaikkien ryhmien ylipäätään oltava kiinnostuneita?

Mielestämme seuralaiset – niin tärkeä ryhmä kuin ovatkin – ovat kuitenkin niin pieni ryhmä, ettei ainakaan tutkimillamme alueilla ole järkevää lähteä kehittämään pelkästään seuralaisille suunnattua ohjelmaa. Järkevämältä tuntuisi, että ohjelmia kehitetään muillekin ryhmille suunnattujen ohjelmapalveluiden rinnalla, kuitenkin huomioiden suunnittelussa myös seuralaisryhmien erityispiirteet ja vaatimukset.

Haastattelujen perusteella saimme kuvan, että järjestäjätaho ei ole ehkä täysin ymmärtänyt seuralaisten ja seuralaisohjelmien merkitystä. Heidän viihtymisensä kun väistämättä vaikuttaa myös siihen, viihtyvätkö itse osallistujat kongressissa. Luultavasti helpoin tie seuralaisohjelmien kehittymiselle olisi, että järjestäjät vaatisivat hyviä ohjelmia seuralaisille. Silloinhan ohjelmien suunnittelijat varmasti kiinnittäisivät enemmän huomiota siihen, että ohjelmat ovat parhaat mahdolliset. Mielestämme seuralaisohjelmien kehittäminen ei kuitenkaan voi olla täysin kongressijärjestäjien vastuulla. Hehän ovat oman (tieteen)alansa osaajia, eivät välttämättä matkailualan. Vaikka järjestäjätaho tekee viimekädessä päätöksen, millaisia retkiä tarjotaan, on PCO-toimisto useimmiten ainakin sen takana, mistä vaihtoehtoista ohjelmat valitaan. Siksi olisikin tärkeää, että PCO-toimistot pitäisivät ryhmää tärkeänä siitakin huolimatta, että kongressijärjestäjä ei sitä tee.

Vastuuta hyvistä ohjelmista ei voi kuitenkaan antaa pelkästään PCO-toimistoille. Kuten haastatteluissa tuli ilmi, on heidän kuitenkin valittava ohjelmat sen mukaan, minkälaisia ohjelmapalveluja alueella ylipäätään on tarjolla. Muutama haastateltava myös mainitsi, että ohjelmapalveluyritysten tuotteet ovat toisinaan sellaisia, että niitä ei voida mitenkään tarjota seuralaisille, koska laatu ei ole riittävän hyvää tai tasaista. Seuralaiset ovat vaativa ryhmä, jolle voi käytännössä tarjota vain hyväksi havaittuja ja testattuja retkiä. Ohjelmapalveluyritykset kuitenkin vaihtuvat ja retket muuttuvat, ja siksi on mielestämme kohtuutonta vaatia, että PCO-toimistojen pitäisi olla selvillä kaikista alueella toimivista yrityksistä ja niiden järjestämistä retkistä. Tämän vuoksi olisikin ehkä kaikkein

oleellisinta, että tieto kulkisi PCO-toimistojen ja ohjelmapalveluyritysten välillä, jotta ohjelmat olisivat mahdollisimman onnistuneita ja monipuolisia. Tämä tehtävä kuuluu mielestämme ennen kaikkea paikalliselle matkailutoimistolle tai convention bureau'lle.

Mielestämme esimerkki onnistuneesta yhteistyön ja saavutettavuuden parantamishankkeesta on Tampereella toimiva kokous.net -palvelu. Se kokoaa paikkakunnan ohjelmapalveluyritysten tuotteet yhteen kaikkien helposti saavutettavissa olevaan paikkaan eli internetiin. Ratkaisu vaikuttaisi ainakin toimivalta, sillä ohjelmapalvelut on testattu, niitä on suhteellisen paljon ja itse kokous.net -palvelu on helppokäyttöinen. Palvelun menestyksen määrää lopulta kuitenkin se, että sitä jatkuvasti päivitetään ja pidetään ajan tasalla, ja että ihmiset tietävät sen olemassa olosta ja oppivat käyttämään sitä. Hyvin toimivana se varmasti helpottaisi PCO-toimistojen työtä ja toisaalta saattaisi myös monipuolistaa seuralaisten retkimahdollisuuksia.

Haastattelujen perusteella yksi selvästi eniten päänvaivaa PCO-toimistoille tuottavista asioista seuralaisohjelmien toteutuksessa on seuralaisten halu ilmoittautua ohjelmiin vasta paikan päällä, eikä jo rekisteröintivaiheessa. Jos seuralaisia ei retkille ilmoiteta minimimäärää ja retki joudutaan perumaan, syntyy ongelmia. Mukaan on kuitenkin jo ilmoittautunut ihmisiä, jotka haluavat lähteä retkelle. Lisäksi mukana tulee seuralaisia, jotka haluavat retkille, vaikka eivät ole niille ilmoittautuneet. Alueilla, joissa ohjattua ohjelmaa on tarjolla yksittäisille matkailijoille (Suomessa lähinnä Helsingissä ja suurimmissa Pohjois-Suomen hiihtokeskuksissa), ongelma voidaan ratkaista ohjaamalla seuralaiset näihin palveluihin. Kaikilla alueilla ei tällaisia palveluita ole tarjolla, eikä muutenkaan ole välttämättä mielekästä seuralaisten tai seuralaisohjelmientarjoajien kannalta luottaa vain näihin palveluihin.

Yksi haastattelemistamme henkilöistä toivoi, että ”otettaisiin enemmän yrittäjän riskiä” tarkoittaen, että esimerkiksi ohjelmapalveluyritysten pitäisi pystyä tarjoamaan palveluitaan silläkin uhalla, että ryhmä jää niin pieneksi, ettei retken järjestäminen ole lopulta kovin kannattavaa. On tietysti kovin helppoa toivoa

samaa: mikseivät palveluntarjoajat, PCO-toimistot tai kongressijärjestäjät vain voisi ottaa sitä pientä riskiä? Nykyisellään vain järjestäjä tai PCO-toimisto ei ole halukas riskinottoon. Yhden ohjelmapalveluyrityksen ottama riskikään ei useimmiten riitä, sillä jo muutaman tunnin kestäväan retkeen saatetaan tarvita useampia alihankkijoita, esimerkiksi kuljetus-, ravitsemis- ja ohjelmapalveluiden tuottajia.

Jos seuralaisohjelmat halutaan säilyttää kongressien ohjelmissa, on mielestämme välttämätöntä, että varauksen ja toteutuksen välistä aikaa lyhennetään. Seuralaiset tuskin tulevaisuudessakaan osaavat tai haluavat tehdä päätöksiä retkille osallistumisesta vielä kuukautta tai kuukausia ennen matkaa. Haastattelujen perusteella emme usko, että kongressijärjestäjät tai PCO-toimistot olisivat valmiita tulevaisuudessakaan ottamaan riskejä seuralaisohjelmien suhteen. Käytännössä ainoaksi vaihtoehdoksi siis jäävät ohjelmapalveluyritykset. Nykyisin yhden retken järjestämiseen käytetään useimmiten useaa palveluntarjoajaa. Olisiko kuitenkin mahdollista järjestää retkiä, joihin tarvittaisiin vain yhden palveluntarjoajan tuotteita? Jos tämä on mahdollista, saattaisi retkien järjestäminen lyhyemmällä aikavälillä helpottua huomattavasti, koska silloin palveluita ei olisi välttämätöntä varata kuukautta tai kuukausia etukäteen. Pienillä ohjelmapalveluyrityksillä olisi myös ehkä uskallusta ottaa se riski, että ohjelma ei toteudukaan.

Mielestämme ei kuulosta lainkaan mahdottomalta, että yksi yritys hoitaisi sekä ohjelman että seuralaisten opastuksen. Pienen ryhmän kuljetuksen kohtuullisen lyhyen matkan päähän voisi järjestää bussin sijasta takseilla, jolloin ei ole pelkoa esimerkiksi varausmaksujen menettämisestä. Ruokailun voisi toteuttaa myös ravintolassa. Ja jos ohjelma on vain muutaman tunnin mittainen, ei ruokailua siihen välttämättä tarvitse edes sisällyttää. Koska tämän kaltaisen retken järjestely ei vaadi pitkää aikaa, olisi se mahdollista toteuttaa hyvinkin lyhyellä aikajänteellä, tietysti sen huomioiden, että ohjelmapalveluyrityksen palvelus on alustavasti varattu. Melko pienellekin ryhmälle ohjelman voisi toteuttaa ilman, että kustannukset nousisivat liian korkeiksi.

Uskomme, että kohtuuhintaiselle ja kiinnostavalle retkelle löytyy lähtijöitä, jos vain seuralaisia ylipäättäen on kongressissa mukana. Myös sopivia palveluntarjoajia ja retkiä on varmasti jo olemassa. Jonkun pitää kuitenkin aikatauluttaa ja suunnitella, miten tämänkaltainen ohjelma voitaisiin toteuttaa. Ylimääräistä vaivaa retken järjestelyt tietysti aiheuttaisivat, mutta eivät mielestämme kuitenkaan kohtuuttomasti.

Seuralaisohjelmien sisällön kehittämiseen emme tutkimuksemme perusteella pysty ottamaan kantaa. Haastatteluiden perusteella emme voi vielä sanoa, ovatko nykyiset ohjelmat sisällöltään sellaisia kuin seuralaiset toivoisivat niiden olevan, vai voisivatko ne olla parempia kuin ne ovat nykyisin. Useat haastatellut kuitenkin toivoivat kehitystä nimenomaan ohjelmien sisältöön. Seuralaiset ovat kuitenkin kongressitutkimusten (esimerkiksi Taloustutkimus 2005) perusteella seuralaisohjelmien toteutuksiin keskimäärin hyvinkin tyytyväisiä.

4.3 Jatkotutkimusehdotukset

Opinnäytetyön laajuus asettaa tutkimukselle tietyt rajat. Tutkimuksemme kohdistui neljään eteläsuomalaiseen kaupunkiin, eikä sen perusteella voida yleistää tuloksia kattamaan koko Suomea. Samantyyppisen tutkimuksen voisi tehdä myös jollakin muulla alueella, erityisesti näkisimme järkeväksi vaihtoehdoksi keskittyä johonkin yksittäiseen kaupunkiin tai pienehköön alueeseen.

Seuralaisten tyytyväisyyttä seuralaisohjelmiin on varmasti tähänkin mennessä jo tutkittu eri kongressien tyytyväisyyskyselyiden yhteydessä. Näiden tutkimusten tuloksia yhdistämällä ja analysoimalla saataisiin tietoa seuralaisohjelmien onnistuneisuudesta myös loppukäyttäjän näkökulmasta. Jos tutkimuksen perusteella löytyisi ohjelmista selviä puutteita, voitaisiin myös tutkia, miten ohjelmia voitaisiin kehittää enemmän seuralaisten toiveita vastaaviksi.

Haasteellisen toiminnallisen opinnäytetyön saisi myös suunnitteleamalla jollekin suuremmalle kongressille seuralaisohjelman.

5 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI

5.1 Reliabiliteetti ja validiteetti

Reliabiliteetilla tarkoitetaan perinteisesti ”mittausten” luotettavuutta. Kun mittauksia ei ole suoritettu, on tutkimuksen reliabiliutta ongelmallisempaa arvioida. Tilastollisen päättelyn puuttuminen pyritään yleensä korvaamaan analyysin ja tulkinnan syvyydellä. Onnistuneen tutkimuksen voidaan katsoa olevan kiinnostava, uusia näkökulmia, havaintoja ja syvällisiä tulkintoja tutkimuskohteestaan tarjoava, ja uskottavan kokonaisuuden muodostava tutkimus. Lisäksi voidaan puhua kvalitatiivisen tutkimuksen analyysin arvioitavuudesta eli siitä, miten hyvin lukija kykenee seuraamaan tutkijan päättelyä (Lukka 1999). Koska tutkimuksen tulkinnat ovat tutkijan omia, saattaa toinen tutkija päätyä erilaisiin tulkintoihin. Tästä syystä tulkinnat on kuitenkin pyrittävä perustelemaan huolella, jotta lukijan olisi helppo seurata ajattelun etenemistä ja tarkistaa ajatuspolut.

Pyrimme opinnäytetyössämme perustelemaan valintamme mahdollisimman hyvin. Mukana oli kaksi tekijää, jota pyrimme hyödyntämään parhaamme mukaan saadaksemme tekemämme analyysit ja johtopäätökset mahdollisimman oikeiksi, loogisiksi ja uskottaviksi. Pyrimme myös valitsemaan huolella käyttämämme lähteet ja kiinnitimme huomiota myös niiden ajantasaisuuteen.

Työn reliabiliteettia heikentää se, että olemme tutkijoina kokemattomia. Varsinkin ensimmäisissä haastatteluissa jouduimme tukeutumaan jonkin verran haastattelurunkoon, myöhemmissä vähemmän. Myös haastattelujen tekemisessä kahdesta tekijästä oli hyötyä varsinkin ensimmäisissä haastatteluissa. Saatoimme kysyä tarkentavia kysymyksiä asioista, jotka toiselta olisivat jääneet huomaamatta esimerkiksi jännittämisen vuoksi. Kokemattomuutemme vuoksi meiltä saattaa

myös jäädä huomioimatta joitakin asioita, esimerkiksi tehdessämme tulkintoja haastattelujen perusteella.

”Validiteetilla tarkoitetaan yleensä tieteellisen löydöksen tarkkuutta, ts. sitä missä määrin tutkimuksessa tehdyt johtopäätökset vastaavat todellisuutta, josta ne on saatu.” (Goetz & LeCompte 1984, 221.) Validiteetilla tarkoitetaan siis sitä, mittasiko ja havainnoiko tutkija todella sitä, mitä hän ajatteli mittaavansa ja havainnoivansa.

Haastattelu metodina edellyttää luottamusta tutkijan ja tutkittavan välillä. Vaikka aiheemme ei käsitellytkään haastateltujen henkilökohtaisia tai arkaluontoisia tietoja, pyrimme silti saamaan haastattelutilanteesta mahdollisimman rennon ja vapaamuotoisen sekä helpon haastateltavalle. Haastattelut muun muassa tehtiin haastateltaville tutussa ympäristössä.

Kaikilla haastateltavilla oli samanlaisia kokemuksia asiasta, eli haastateltavat työskentelevät kongressien parissa. Heidän työhönsä sisältyy myös seuralaisohjelmien suunnittelua, minkä vuoksi heillä oli tutkimusongelman kannalta paljon tietoa aiheesta ja he olivat kiinnostuneita työstään. Nämä kolme asiaa täyttivät Sulkusen asettamat ehdot tutkimuksen yleistettävyydelle. (Eskola & Suoranta 2000, 66.)

Validiutta heikentää työssämme luultavastikin se, että haastattelukysymyksiä tehdessämme emme onnistuneet huomioimaan riittävän hyvin asioiden eri puolia. Vaikka pyrimme tietoisesti siihen, ettemme kysymysten asettelulla johdattelisi haastateltuja vastaamaan jollakin tietyllä tavalla, niin muutamissa kohdissa omat näkemyksemme nähtävästi heijastuivat kuitenkin kysymyksiin.

Seitsemän teemahaastattelua antoivat mielestämme kohtuullisen hyvän kuvan kongressien ja seuralaisohjelmien parissa työskentelevien näkemyksistä seuralaisohjelmaan. Aineistossa tuli sopivissa määrin esiin samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia. Suurempi haastateltavien määrä olisi kuitenkin tuonut varmuutta tekemillemme päätelmille.

5.2 Tutkimusprosessin arviointi

Opinnäytetyön aloittaminen oli meille hankalaa ja vei pitkään ennen kuin pääsimme kunnolla työhön kiinni. Vaikka opinnäytetyön aiheen keksimme lähes heti, kun työn aloittaminen oli ajankohtaista, niin sen aloittaminen oli vaikeaa. Emme tienneet, mistä tai miten olisimme voineet työn tekemisen aloittaa, kun sopivia lähteitä ei tuntunut olevan tarjolla lainkaan. Työn punainen lanka myös hävisi alussa usein, kun työn tekemiseen tuli jopa kuukausien mittaisia taukoja. Kun vihdoinkin saimme työn alkuun, sen tekeminenkin alkoi sujua paremmin.

Asumme eri paikkakunnilla ja näimme vain muutamia kertoja opinnäytetyön teon aikana. Yritimme olla kuitenkin aktiivisesti yhteydessä puhelimitse ja sähköpostin avulla. Henkilökohtaiset tapaamiset olisivat kuitenkin helpottaneet työn tekoa, koska silloin olisimme voineet vaihtaa mielipiteitä sujuvammin. Toinen meistä työskenteli työn alkuvaiheessa, toinen taas opinnäytetyönteon loppuvaiheessa, ja se vaikutti edistymiseen selvästi. Kirjoittamiselle jäi vähän aikaa pitkien työpäivien takia.

Opinnäytetyön aihe kiinnosti meitä jo prosessin alusta asti. Emme löytäneet samanlaisia tutkimuksia, ja mielenkiintomme vain kasvoi aihetta kohtaan. Seuralaisohjelmat ja yleensäkin oheisohjelmat kiinnostavat kumpaakin paljon. Lähdeteosten etsiminen oli alussa hankalaa. Lopulta saimme kerättyä kasaan tarvittavat lähteet ja pystyimme aloittamaan työn. Haastatteluissa joihinkin kysymyksiin saimme enemmän keskustelua aikaiseksi, mutta joidenkin kysymysten kohdalla saimme aika vähäsanaisia vastauksia. Haastattelujen teossa oli hyvä, että toinen oli mukana. Näin pystyimme puuttumaan sellaisiin kohtiin mitä toinen ei huomannut ja pystyimme tekemään lisäkysymyksiä selvemmän kuvan saamiseksi.

Tutkimuksen toteutustapana teemahaastattelu oli mielestämme onnistunut valinta. Näin saimme tuloksista laajempia ja syvällisempiä. Olimme alusta asti päättäneet käyttää laadullista tutkimusta opinnäytetyössämme.

Vastoinkäymisistä ja ongelmista huolimatta työn tekeminen oli mielenkiintoista. Olemme tyytyväisiä työn sisältöön ja sen valmistumiseen. Tekeminen kartutti tietojamme paitsi seuralaisohjelmista, myös yleisesti kongressien toiminnasta. Pystyimme käyttämään aiemmin opittuja tietoja työhön ja soveltamaan niitä aina tarvittaessa.

Toivomme, että työstä on hyötyä muillekin kuin meille, esimerkiksi kongressinjärjestäjille, PCO-toimistoille, ohjelmapalvelujen tarjoajille tai muille yhteistyökumppaneille. Tutkimusta voi laajentaa monin eri tavoin ja toivomme, että muut opiskelijat saavat työstä innostuksen omaan opinnäytetyöhönsä.

LÄHTEET

Aarrejärvi, L. 2003. Kokoukset ja kongressit: järjestäjän käsikirja. Edita Prima Oy, Helsinki.

Blinnikka, P. & Kuha, M. 2004. Ideasta kokoukseksi: asiakaslähtöisten kokousten ja kongressien järjestäminen. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, Jyväskylä.

Borg P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi, matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. WSOY, Helsinki.

Davidson, R. & Cope, B. 2003. Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel. Harlow Prentice Hall, Harlow.

Goetz, J.P. & LeCompte, M.D. 1984. Ethnography and qualitative design in educational research. Academic Press, Orlando.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino, Tampere.

Finland Convention Bureau 2006. Kongressimaiden ja -kaupunkien kansainvälinen vertailu. Saatavissa: http://www.fcb.fi/pdf/UIA2004_liite.pdf, 10.10.2006.

Finland Convention Bureau 2006. Vetovoima. Saatavissa: http://www.fcb.fi/fin/kongressisuomi/suomen_vahvuudet5.html, 10.3.2006.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino, Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Kirjayhtymä, Helsinki.

Kauppa- ja teollisuusministeriö 2006. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013. Edita Publishing Oy, Helsinki.

Saatavissa:

[http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/all/3D61DB118241A034C22571800022FE C4/\\$file/jul21elo_2006_netti.pdf](http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/ktmjur.nsf/all/3D61DB118241A034C22571800022FE C4/$file/jul21elo_2006_netti.pdf), 8.10.2006.

Kuluttajatutkimuskeskus 2006. Palveluiden hintaerot Euroopan maiden välillä.

Kuluttajatutkimuskeskus, Helsinki. Saatavissa:

http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/4889/2006_02_julkaisu_hintaerot.pdf, 8.10.2006.

Komppula, R.& Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita Prima Oy, Helsinki.

Pajunen, J. & Ukkonen, K. 2005. Kongressitutkimus 2004. Taloustutkimus Oy, Helsinki. Saatavissa: http://www.fcb.fi/pdf/kongressitutkimus_2004.pdf, 30.9.2006.

Rautiainen, M.& Siiskonen, M. 2002. Kokous- ja kongressipalvelut. Restamark, Helsinki.

Saarelma, K. 2002. Kongressiopas: kuinka tieteellinen kongressi järjestetään. Primacarrera, Helsinki.

Tuomi, J.& Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi, Helsinki.

Ukkonen, K. Torkkeli, A. 2006. Kongressit Suomessa 2005. Taloustutkimus Oy, Helsinki. Saatavissa: http://www.fcb.fi/fin/fcb/tilastot_tutkimus.html, 30.9.2006

Verhelä, P. 2000. Liikematkailu. Edita, Helsinki.

Weber, K. & Chon, K.-S. 2002. *Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives*. The Haworth Hospitality Press, New York.

HAASTATTELU KYSYMYKSET

1. Kuinka yleistä on järjestää oheisohjelmaa seuralaisille kongressin virallisen ohjelman aikana?

- Kuinka suurta on kysyntä?
- Kuinka suuri osa seuralaisista osallistuu järjestettyyn ohjelmaan?
- Jos lähes kaikki eivät osallistu, niin mistä tämä johtuu? / Jos osallistuvat niin miksi?

2. Minkä takia oheisohjelmaa järjestetään?

- Syyt
- Kuka haluaa että ohjelmaa järjestetään?

3. Kenelle ohjelmaa järjestetään?

- Millainen on tyypillisen asiakkaan profiili?

4. Minkälaista ohjelmaa seuralaisille järjestetään?

- Minkälaisia ovat tyypilliset ohjelmat?
- Suunnitellaanko jokaiseen kongressiin oma seuralaisohjelma vai ”kierrätetäänkö” vanhoja?

5. Mitkä asiat vaikuttavat ohjelman suunnitteluun?

- Onko osallistujille esimerkiksi vähimmäis-/maksimihenkilömäärä?
- Mitä haluatte tarjota / mitkä seikat korostuvat ohjelmissanne? (teemat; suomalaisuus; järjestämispaikka; kongressin virallinen ohjelma)

6. Miten käytännön suunnittelu ja toteutus tapahtuu?

- Kuka suunnittelee ohjelmat?
- Mitkä osat ulkoistatte ja miksi?
- Minkälaisia palvelutarjoajia käytätte ulkoistaessanne?

7. Miten seuralaisohjelmia tulisi mielestänne kehittää?

- Mikä olisi ideaalinen tilanne PCO:n näkökulmasta?
- Jos käytössänne olisi rajattomat mahdollisuudet, minkälaisia ohjelmia järjestäisitte / miten kehittäisitte ohjelmia?

8. Miten näette tulevaisuuden alalla?

- Mitkä ovat tulevaisuuden haasteita?
- Entä tulevaisuuden uhkia ja mahdollisuuksia?
- Kasvaako seuralaisohjelmien osallistujien määrä? Miksi / miksi ei?
- Ovatko asiakkaat samanlaisia kuin aikaisemminkin? Miksi / miksi ei?
- Mihin suuntaan ohjelmat kehittyvät? Miksi eivät pysy / Miksi pysyvät samanlaisina kuin ennenkin?

Tiedostonimi: uusi_tyo78
Hakemisto: C:\Documents and Settings\Henna\Työpöytä
Malli: C:\Documents and Settings\Henna\Application
Data\Microsoft\Mallit\Normal.dot
Otsikko: Kirjallisen työn pohja
Aihe:
Tekijä: THOPC146
Avainsanat:
Kommentit:
Luontipäivä: 13.11.2006 20:46
Version numero: 37
Viimeksi tallennettu: 14.11.2006 14:31
Viimeksi tallentanut: Henna
Kokonaismuokkaus aika: 275 minuuttia
Viimeksi tulostettu: 14.11.2006 14:38
Viimeisestä täydestä tulostuksesta
Sivuja: 58
Sanoja: 15 895 (noin)
Merkkejä: 90 605 (noin)