

Emma Putaja

MERELLISEN MATKAILUN KEHITTÄMINEN SATAKUNNASSA

Matkailun koulutusohjelma
2018

MERELLISEN MATKAILUN KEHITTÄMINEN SATAKUNNASSA

Putaja, Emma
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Syyskuu 2018
Sivumäärä: 38
Liitteitä: 2

Asiasanat: matkailu, matkailun edistäminen, Selkämeren kansallispuisto

Opinnäytetyön aiheena oli merellisen matkailun kehittäminen Satakunnan rannikkoalueella. Opinnäytetyön tilaaja oli Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailuliiketoiminnantutkimusryhmä, jolla on käynnissä BlueSata-hanke. BlueSata-hankkeessa tutkitaan palveluliiketoiminnan mahdollisuuksia Satakunnan vesistöissä, jonka seurauksena myös merellisen matkailun kehittämismahdollisuuksia tarkastellaan.

Opinnäytetyön tarkoitus oli koota tietoa siitä, millaisia palveluita Satakunnan rannikkoalueelle tarvittaisiin matkailun edistämiseksi. Tutkimuksen teoreettisessa osassa kerrottiin saaristomatkailusta ja rannikkovesiliikenteestä Suomessa, sekä palvelun kehittämisestä asiakkaan ja matkailualueen näkökulmasta.

Tutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimuksen aineisto kerättiin viideltä rannikkovesiliikenteen henkilökuljetusyritykseltä teemahaastatteluin. Haastattelut tehtiin maaliskuun huhtikuun aikana, neljä kasvotusten ja yksi puhelinhaastatteluna. Haastattelut purettiin laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Työssä käytettiin sekundaariaineistona asiakaskyselyä, joka on kerätty BlueSata-hankkeen projektia varten kesällä 2017.

Tutkimuksen tuloksissa kävi ilmi, että Satakunnan rannikkoalueen matkailua ja palvelutarjontaa tulisi kehittää yhteistyössä monen organisaation voimin, ja mahdollisesti luoda jokin uusi koko Satakunnan matkailua kehittävä elin. Kun vertailtiin Raumalla toimivan West Coast Seaservicen asiakkaiden ja muiden yritysten asiakkaiden kotipaikkoja, olivat Raumalle tulevien kotipaikat useammin pidempien matkojen päässä. Raumalla merellisen matkailun etuna on Poroholman sataman läheisyys muuhun palvelutarjontaan kaupungissa. Porin alueen isoksi haasteeksi nousi vierailijoiden saaminen merelle ja merellisten palveluiden luo.

TOURISM DEVELOPMENT IN THE COASTAL REGION OF SATAKUNTA

Putaja, Emma
Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism
September 2018
Number of pages: 38
Appendices: 2

Keywords: tourism, tourism promotion, Bothnian Sea National Park

Maritime tourism development in the coastal region of Satakunta served as the topic of this thesis. This thesis was commissioned by the Tourism Business research group of Satakunta University of Applied Sciences. The research group in question is undertaking a project called BlueSata which investigates opportunities for service business in the waters of Satakunta. As such, opportunities for developing maritime tourism are also examined in the project.

The purpose of this thesis was to gather information on the kinds of services that would be necessary in order to promote tourism in the Satakunta coastal region. The theory section of this thesis explains archipelago tourism and coastal traffic in Finland as well as how to develop the service in question from the point of view of the client and the tourism region.

A qualitative research method was selected for this thesis. The thesis data was gathered from five coastal traffic businesses, dealing in passenger transport, in the form of thematic interviews. The interviews were carried out in March–April; four in person and one as a telephone interview. Qualitative content analysis was employed in examining the interviews. A query compiled for the BlueSata project in the summer of 2017 was used as secondary data.

The results of the thesis showed that tourism and the selection of services in the Satakunta coastal region should be developed in collaboration with several organisations and that it might be necessary to create a new body to take charge of the development of tourism for the whole of Satakunta. When comparing place of residence of guests in another businesses and guests at West Coast Seaservice, operating in Rauma, it was revealed that guests heading to Rauma were more often based farther away in comparison. In Rauma, maritime tourism benefits from the proximity of the Poroholma harbour in relation to other services in the city. As for the Pori area, getting visitors to seaside and to maritime services was identified as a great challenge.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT.....	6
2.1	Työn taustaa ja toimeksiantaja.....	6
2.2	Työn tarkoitus, tavoite ja tutkimustehtävä.....	7
2.3	Tutkimusmenetelmät.....	8
2.4	Teoreettinen viitekehys ja aiemmat tutkimukset	8
3	SAARISTOMATKAILU JA RANNIKKOVESILIIKENNE SUOMESSA	9
3.1	Luontomatkailu ja kestävä matkailu	9
3.2	Saaristo-Suomi sekä saaristo- ja rannikkomatkailu	11
3.3	Selkämeren kansallispuisto	12
3.4	Rannikko- ja sisävesiliikenne ja merellisyys matkailussa	13
3.5	Satakunnan vesiliikennepalveluiden asiakaskohderyhmät	14
4	PALVELUN KEHITTÄMINEN	15
4.1	Asiakaslähtöinen palvelun kehittäminen	15
4.2	Matkailualueen ja -tuotteen kehittäminen.....	16
4.3	Kokonaismatkailutuote	18
5	AINEISTONKERUUMENETELMÄ.....	20
5.1	Teemahaastattelu aineistonkeruumenetelmänä.....	20
5.2	Laadullisen tutkimuksen aineiston purku ja analyysimenetelmät	21
6	RANNIKKOVESILIIKENNEYRITYKSET TUTKIMUKSESSA.....	23
7	HAASTATTELUT.....	25
7.1	Oman palvelun kehittäminen - Yrityksen kohderyhmät.....	26
7.2	Erileistaminen ja lisäpalvelut.....	27
7.3	Palvelutarjonnan ja kysynnän kohtaaminen.....	29
7.4	Rannikkoalueen palvelut.....	30
7.5	Palveluinfrastrukturi	31
7.6	Kestävä kehitys	32
7.7	Eri toimijoiden roolit.....	34
8	VERTAILU BLUESATA ASIAKASKYSELYN AINEISTOON.....	37
9	YHTEENVETO JA POHDINTA	39
9.1	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	39
9.2	Luotettavuustarkastelu	41
9.3	Pohdinta	41
	LÄHTEET.....	43
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Työni aiheena on merellisen matkailun kehittäminen Satakunnan rannikkoalueella. Aiheeni on ajankohtainen, sillä Merellinen saaristo on yksi Visit Finlandin kärkihankkeista. Työni on tullut toimeksiantajalta, joka on Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmä. Tutkimusryhmällä on käynnissä BlueSata-hanke, jossa tutkitaan palveluliiketoiminnan mahdollisuuksia Satakunnan vesistöjen alueella. Olin mukana jo BlueSata-hankkeen asiakaskyselyn aineiston tallentamisessa sähköiseen muotoon ja kiinnostuin kovasti mahdollisuudesta syventyä aiheeseen paremmin, kirjoittamalla opinnäytetyön siitä.

Työni alkoi helmikuussa 2018 aiheeseen liittyvän teorian etsimisellä ja kirjoittamisella. Hahmottelin työn teoriaosuuden rungon BlueSata-asiakaskyselyn teemojen avulla. Teoriaosuuden kirjoittamisen jälkeen valitsin työhöni sopivat tutkimusmenetelmät ja analyysimenetelmät. Maalis-huhtikuussa toteutin teemahaastattelut rannikkovesiliikenteen henkilökuljetusyrittäjille ja yhdelle työntekijälle. Käytin asiakaskyselyn kysymyksiä myös määritellesäni teemahaastatteluni teemoja. Teemoiksi valikoitui oman palvelun kehittäminen, alueen muiden palvelujen kehittäminen ja eri toimijoiden roolit. Litteroin haastattelut pian haastattelujen jälkeen. Kesän aikana luokitelin haastatteluista saamaani aineistoa ja järjestelin sitä. Kun sain luokiteltua aineiston, kokosin siitä loogisesti etenevän tekstin, jossa yrittäjien äänet tulevat kuuluviin. Haastatteluaineiston purkamisen jälkeen vertailin sitä BlueSata-asiakaskyselystä saatuun aineistoon. Pysin tuottamaan toimeksiantajalle hyödyllistä tietoa ja jo pelkästään yrittäjien kommentit kertovat lukijalle, minkälaisia ajatuksia ammattilaisilla on alueen merellisen matkailun suhteen. Vertailemalla aineistoja halusin osoittaa yhteneväisyyksiä ja eroavaisuuksia, mitä yrittäjien ja palveluita käyttävien vierailijoiden näkökulmissa on.

2 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

2.1 Työn taustaa ja toimeksiantaja

Euroopan Unionilla on vesistöjen kasvuun, merelliseen matkailuun ja työllisyyden lisäämiseen vesistöjen parissa nimetty Blue Growth Agenda. Strategia on luotu tukemaan nimenomaan kestävästä merellisyydestä ja vesistöjen käyttöä. Euroopalla olisi mahdollisuudet kestävä kehityksen mukaiseen talouden parantamiseen hyödyntämällä vesiliikennettä enemmän. (Euroopan komissio 2018). Blue Growth -strategiaan liittyen, yksi strategian pääkohteista on Itämeri. Lounais-Suomen ja Viron meri- ja rannikkoalueiden matkailun kestävä kehitystä varten on Sustain Baltic -hanke, jossa mukana Suomesta ovat Turun yliopisto, Satakuntaliitto ja Suomen ympäristökeskus. (Satakuntaliiton www-sivut 2018.)

Yksi Visit Finlandin kärkihankkeista on Merellinen saaristo. Sen tavoitteena on saada merellisten alueiden yritykset verkostoitumaan tuotteistamisenkin osalta ja tuoda Suomen saaristoa kansainvälisestikin tunnetummaksi. Lisäksi ympärivuotista saavutettavuutta pyritään parantamaan ja matkailua kasvattamaan rannikko- ja vesialueilla. (Visit Finlandin www-sivut 2018.)

BlueSata – Vesistöistä palveluliiketoimintaa -hanke tarkastelee vesistöjen mahdollisuuksia palvelujen kehittämiseen Satakunnassa. Hanke selvittää vesistöjen hyödyntämisen nykytilaa sekä kannustaa Satakunnan alueen yrittäjiä kehittämään vesistöön liittyviä palvelujaan. Hankkeessa tutkitaan vesistöpalvelujen tuotteistamismahdollisuuksia eri alojen näkökulmista sekä luonnonhoidon näkökulmista. (Green Care Finlandin www-sivut 2017.)

Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmä, jossa on käynnissä BlueSata-hanke. Bluesata-hankkeen tavoitteena on ”aktivoida Satakunnan vesistöissä tapahtuvaa palveluliiketoimintaa ja rohkaista yrittäjiä hyödyntämään sinisen biotalouden aineettoman arvonnun liiketoimintamahdollisuuksia” (Uusiniitty-Kivimäki sähköposti 13.3.2018). Osallistuin hankkeeseen opintoihini liittyvässä projektissa, jo ennen opinnäytetyötäni. Projektin

tiimoilta on yhteistyössä Sustain Baltic -hankkeen kanssa hankittu aineistoa rannikon alueen henkilöliikennepalveluyritysten asiakkailta ja hyödynnän tätä aineistoa työssäni toimeksiantajan luvalla. Opinnäytetyötäni hyödynnetään Satakunnan rannikkoalueen matkailijaprofiilin määrittelemisessä ja alueen matkailupalvelujen kehittämisessä. Työni lopussa kerron, mitä vesistöpalvelujen asiakkaat toivoisivat ja mitä yrittäjät haluaisivat alueen palveluilta ja infrastruktuurilta.

2.2 Työn tarkoitus, tavoite ja tutkimustehtävä

Työni tavoite on kartoittaa Satakunnan rannikkovesiliikenteen henkilökuljetusyritysten näkemyksiä rannikkoalueen matkailun kehittämistä, sekä selvittää kohtaavatko yrittäjien ja asiakkaiden tarpeet palveluiden kehittämisessä. Tutkimustehtäväni on tuottaa tietoa opinnäytetyön toimeksiantajalle Satakunnan rannikkoalueen vesiliikenteen kehittämiseksi. Pyrin vastaamaan tutkimuskysymyksiini analysoimalla ja tutkimaan jo olemassa olevaa aineistoa sekä uutta haastatteluilla keräämääni aineistoa. Toivon pystyväni tuottamaan tietoa, joka on oikeasti hyödyksi BlueSata-hankkeelle ja alueen yrityksille.

Tutkimuskysymys on: minkälaisia palveluita Satakunnan rannikkoalueelle kaivataan? Tutkimuskysymyksen ympärille kehitetyt alakysymykset auttavat täsmentämään haluttua palvelua. Näitä työssäni ovat: miten olemassa olevia rannikkoalueen vesiliikennepalveluita tulisi kehittää? Ja kohtaavatko yrittäjien ja asiakkaiden tarpeet? Minkälaisia asiakkaita alueella käy ja mikä on alueen keskeinen asiakaskohderyhmä? Entä puuttuuko alueen infrastruktuurista jotakin oleellista, mitä vaaditaan palveluiden kehittämiseen? Ja miltä tahoilta vaadittaisiin toimia alueen infrastruktuurin ja matkailun parantamiseksi?

Työni on laadullinen tutkimus. Tarkoitukseni on analysoida Satakunnan rannikkoalueelta BlueSata-hankkeessa kerättyä asiakastutkimusaineistoa ja aion lisäksi pohtia, miksi päädyn analyysissäni tiettyihin tuloksiin. Kerään lisää tutkimusaineistoa haastatteleamalla viittä rannikkoalueen yrittäjää teemahaastattelun keinoin. Haastatteluissa ovat samat yrittäjät, jotka ovat osallistuneet BlueSata-hankkeessa asiakastutkimuksen

aineiston keruuseen. Haastatteluaineiston keruun ja litteroinnin jälkeen vertailen keskenään asiakkaiden ja yrittäjien toiveita. Odotan myös saavani selville alueellisia eroja ja uusia kehitysehdotuksia palveluille.

2.3 Tutkimusmenetelmät

Työssäni käytän laadullista tutkimusta. Laadullinen tutkimus sopii työhöni, sillä laadullisella tutkimuksella selitetään tapahtuvaa ilmiötä. Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmistä käytän teemahaastattelua. Analysoin keräämäni aineiston myös laadullisen analyysin keinoin. Käytän lisäksi määrällistä tausta-aineistoa, kun vertailen ja analysoin BlueSata-hankkeen keräämää asiakaskyselyaineistoa itse keräämäni aineistoon.

Molemmat tutkimusmenetelmät sopivat aiheeseeni, sillä haluan saada selville vierailijoiden ja yrittäjien näkemyksiä palvelujen tarpeesta ja kehittämisestä. Minua kiinnostavat vierailijoiden avoimien kysymyksien vastaukset sekä yhteenvedot määrällisesti laskettavista vastauksista. Käytän lukuja ilmaisemaan aineistosta tehtyjä havaintoja. Eniten odotan yrittäjien haastatteluja, jolloin pääsen soveltamaan jo aikaisemmin opintojaksossa oppimaani teemahaastattelua aineistonkeruumenetelmänä. Laadullinen tutkimus sopii työhöni, koska vertailen tarpeista kertovia vastauksia keskenään, eikä kaikkia toiveita ja näkemuseroja voi kertoa määrällistä tutkimusta käyttäen.

2.4 Teoreettinen viitekehys ja aiemmat tutkimukset

Opinnäytetyöni teoreettinen viitekehys koostuu tuotekehityksestä, matkailun kestävästä kehityksestä ja alueen sekä sen palvelujen kehittämisestä asiakaslähtöisesti. Teoriaosuus muodostuu pääosin kirjallisuuden teoksista, jotka koskevat asiakaslähtöistä palvelunkehittämistä, rannikkovesiliikennettä, saaristomatkailua ja kokonaismatkailutuotetta. Lisäksi käsittelen tutkimusmenetelmiä, joita käytän työssäni, sekä aineiston analysointimenetelmiä. Aiheeni taustatietona tuon esiin myös luontomatkailun. Teoriaosuudessa olen käyttänyt jonkin verran myös 2000-luvun alun teoksia, sillä en löytänyt päivitetympeä tietoa esimerkiksi merenkulusta Suomen saaristo- ja rannikko-alueella.

Vastaavaa aiempaa tutkimusta vesiliikenteen ja alueen kehittämistä ei ole tehty juuri tälle Satakunnan rannikkoalueelle, mutta muiden Suomen rannikkoalueiden kehittämistä on tehty samankaltaisia tutkimuksia. Lähin tutkimus joka on olemassa, on Selkämeren kansallispuistolle vuonna 2012 tehty kävijätutkimus. Selkämeri kattaa maantieteellisesti alueen, jota työssäni tarkastelen. Siellä tehty kävijätutkimus sisältää mahdollisesti kysymyksiä, joita voi soveltamalla vertailla oman työni tuloksiin. Koska kävijätutkimus Selkämeren kansallispuistoon on tehty kuusi vuotta sitten, vertailemalla saamiani tuloksia kävijätutkimukseen voi löytää eroja nykytilanteeseen.

3 SAARISTOMATKAILU JA RANNIKKOVESILIIKENNE SUOMESSA

3.1 Luontomatkailu ja kestävä matkailu

Luontomatkailu on luonnonympäristössä tapahtuvaa matkailua, joka pyrkii kestävän kehityksen ideologian noudattamiseen. Luontomatkailu erottuu muusta matkailusta siten, että sillä on pienemmät ympäristövaikutukset ja eikä se juurikaan vaadi ympäristöä rasittavaa infrastruktuuria. (Hemmi 2005, 33.) Luontomatkailu voidaan määritellä monesta eri näkökulmasta ja määritelmiä on useita vuosikymmenten varrelta. Laajasti määriteltynä se on luontoon liittyvää matkailua.

Luontomatkailu on Suomen matkailun valtti, varsinkin kansainvälisillä markkinoilla. Luontomatkailuksi luokitellaan matkailu, jonka vetovoimatekijänä on luonto. Se voi olla luontoympäristöön sidonnaista tai luonnon elementteihin sidoksissa olevaa matkailua, kuten kalastusmatkailu. Kun luontokohteiden saavutettavuus parantuu, voi kohteen vetovoimatekijät heiketä. (Tyrväinen, Tolvanen & Tuulentie 2013, 146-147.) Matkailijoiden etsiessä rauhaa ja luonnonläheisyyttä voi niiden löytäminen muuttua haasteelliseksi. Esimerkiksi jos koko saari on täynnä matkailijoita, eikä palveluinfrastruktuurista paikalla ole huolehdittu.

Kestävän kehityksen ideologia on turvata nykyihmisen hyvinvointi ja turvallisuus siten, ettei niitä riistetä myöskään jälkipolvilta. Kestävän kehityksen ideologia täytyy pitää mielessä päätöksiä tehdessä. Kestävä kehitys on kokonaisuus, jota tarkastellaan kolmen ulottuvuuden kannalta. Nämä ulottuvuudet ovat ekologinen, sosiokulttuurinen sekä taloudellinen kestävyys. YK on haastanut jäsenmaansa sitoutumaan ja tekemään toimenpiteitä kestävän kehityksen näkökulmasta. Suomessa kestävän kehityksen toimikunta on laatinut vuonna 2014 yhteiskuntasitoumuksen ”Suomi, jonka haluamme 2050”. Siinä monet eri toimijat sitoutuvat kestävän kehityksen periaatteisiin pitkällä aikavälillä. (Verhelä 2016, 144.)

Matkailu itsessään on globaali ilmiö, joka on yhteydessä miljardeihin ihmisiin maailmassa. Matkailu vaikuttaa hyvin moniin maapallon resursseihin: matkustaminen ja muiden palvelujen kulutus vaikuttaa ympäristöön, talouteen ja ihmisiin. Matkailun kasvun myötä myös kulutus kasvaa ja infrastruktuurin rakentaminen lisääntyy. (Verhelä 2016, 143.)

Kestävän kehityksen matkailulla pyritään täyttämään sekä asiakkaan että alueen yrittäjien tarpeet. Kestävän matkailun saavuttamiseksi tarvitaan erilaisia poliittisia sekä teknologisia vaihtoehtoja sekä eri osapuolten (esimerkiksi yrittäjä ja asiakas, kunta) tarpeiden yhteensovittamista. (Veijola 2013, 146.) Kestävä matkailu käsitetään myös tasapainoiluna asiakkaiden tarpeiden ja käytettävissä olevien resurssien kantokyvyn välillä. Kestävässä matkailussa on kolme ulottuvuutta, joihin kantokyky on jaettu. Niitä ovat ekologinen, taloudellinen ja sosiokulttuurinen kestävyys. Ekologisella kantokyvyllä tarkoitetaan luonnonresurssien kestävyyttä kohdealueella. Mittarina on matkailun määrä, joka ei vahingoita ympäristöä. Toinen ulottuvuus on taloudellinen kantokyky, jolla tarkoitetaan kohdealueen matkailun ja paikallisen talouden riippuvuutta toisistaan. Kohdealueen sijoitukset matkailuun eivät saa olla liian suuria paikalliselle taloudelle. Viimeinen kantokyky on sosiokulttuurinen kantokyky, joka sisältää sekä sosiaalisen kantokyvyn että psykologisen kantokyvyn. Sosiokulttuurinen kantokyky tarkoittaa paikallisten reagointia alueen matkailuun ja psykologinen kantokyky matkailijoiden tyytyväisyyttä kohteeseen. (Verhelä 2016, 145.)

Sustainable Tourism -viitekehys on kansainvälinen määritelmä kestäväälle matkailulle. Kestävällä matkailulla tarkoitetaan matkailua, jonka palvelun tuottaja toteuttaa ja asiakas kuluttaa kestävä kehityksen periaatteiden mukaan. Matkailun katsotaan olevan yksi ihmisen perusoikeuksista, joten kestävä kehityksen tarkoitus ei ole lopettaa eikä rajoittaa matkailua rajusti. Tarkoitus on kannustaa tuottajia kehittämään palvelujaan ja matkailijoita matkustamaan kestävä kehityksen mukaisesti. Kestävä matkailun pitäisi olla yrityksen toimintaan sisäänrakennettu tapa toteuttaa asioita ja valmius kantaa niistä vastuu. (Verhelä 2016, 143.)

3.2 Saaristo-Suomi sekä saaristo- ja rannikkomatkailu

Suomen maisema-alueista Saaristo-Suomi on muodostunut Lounais-Suomessa Ahvenanmaan, Varsinais-Suomen ja Satakunnan alueille. Saaristo-Suomen ja sen läheisyydessä olevan rannikkoalueen suurimmat kaupungit ovat Rauma, Pori ja Turku. Matkailu luo Saaristo-Suomeen ja rannikkoalueelle työpaikkoja, kun matkailijat tulevat saaristoon ja käyttävät siellä ja sinne päästäkseen palveluja. Saaristoihin on oltava hyvät liikenneyhteydet, jotta ne pysyvät elinvoimaisina. Käytetyimpiä liikenneyhteyksiä saaristoihin ovat sillat ja lauttakuljetukset. (Arino, Heikkinen, Heinäaho, Härmä, Mattila, Rantanen, Roininen, Salminen & Veistola 2017.)

Suomen saariston matkailupotentiaali on ollut jo kauan tiedossa, mutta sitä ei ole pystytty täysin hyödyntämään. Monet rannikkoalueen yritykset ovat pieniä yrityksiä, joiden pitäisi verkostoitua tiiviimmin keskenään, sekä luoda yhdessä palvelukokonaisuuksia, tavoittaakseen suuremman matkailijavolyymin. Saavutettavuus on keskeisessä roolissa saariston palvelujen kehittämisessä. (Visit Finland 2018.)

Saaristomatkailun sesonki on Suomessa lyhyt, useimmiten vain juhannuksesta elokuun ensimmäisille viikoille (Metsähallitus 2014, 52). Esimerkiksi Ahvenanmaalla oli vuonna 2006 30 tuhatta yöpymistä vierasvenesatamassa, joista 75% oli heinäkuussa. (Hall ym. 2009, 167.) Huippusesongin aikana yritysten tulee ehtiä palvella mahdollisimman montaa asiakasta ja mahdollisimman hyvin. Silti se ei riitä kattamaan koko vuoden kapasiteettia, joten sesonkia olisi tietoisesti pidennettävä. Saaristot koetaan

yleensä kesäkohteina, joten sesongin pidentäminen tuo yrityksille haasteita. (Metsähallitus 2014, 52.)

Rantaviivan ja meren luoma ympäristö tarjoaa puitteet monelle palvelulle, joiden toteuttaminen ei muualla onnistu. Rannikkomatkailu on ihmiskunnalle tuttua jo antiikin Rooman ajoilta ja nykypäivänäkin siinä yhdistyvät samat pääteemat: meri, hiekka ja aurinko. (Unep 2009, 10.) Näillä keskeisimmillä teemoilla myydään yhä Pohjoismaisakin matkoja rannikolle ja saaristoon, vaikka kaikista selkeimmin teemat tulevatkin esiin matkojen markkinoinnissa Välimeren alueilla (Hall ym. 2009, 153).

3.3 Selkämeren kansallispuisto

Selkämeren kansallispuisto on perustettu vuonna 2011 ja puistosta 98% on veden alla. (Merikarvian kunnan www-sivut 2017.) Kansallispuiston alue on 160 kilometriä pitkä ja ulottuu Merikarvialta Kustaviin saakka. Kansallispuisto sijaitsee Satakunnan ja Varsinais-Suomen ja kahdeksan eri kunnan alueella, joten kuntien yhteistyö on välttämättömyyden alueen matkailun parantamiseksi. (YLE Satakunta 2011.) Puisto ulottuu kaikkiaan Merikarvian, Porin, Eurajoen, Rauman, Luvian, Pyhärannan, Uudenkaupungin ja Kustavin ulkosaaristoihin (Luontoon 2018).

Selkämeren kansallispuiston saarille voi rantautua veneellä ja niillä on mahdollisuus teltilloilla lyhytaikaisesti. Saarilta löytyy levähdys- ja tulentekopaikkoja vierailijoiden käyttöön. Puiston alueella on myös useita vierasvenesatamia palveluineen. Saariston ja vedenalaisen luonnon lisäksi kansallispuisto tarjoaa paljon kulttuurihistoriaa merenkulusta, kalastuksesta ja sotahistoriasta. (Luontoon 2018.)

Yksi Metsähallituksen tehtävistä on tukea luontomatkausta kansallispuiston alueella. Metsähallitus antaa yrityksille kansallispuistotietoa ja kannustaa matkailuyrityksiä verkostoitumaan. Yrityksen toiminnan tulee tapahtua kansallispuiston järjestyssääntöjen sekä hoito- ja käyttöönottosuunnitelman mukaisesti. Metsähallitus sopii yrittäjien kanssa myös yhteistyösopimuksia, joissa sovitaan yhteistyöstä ja kansallispuistoalueen käytöstä matkailuun. (Metsähallitus 2018.)

3.4 Rannikko- ja sisävesiliikenne ja merellisyys matkailussa

Matkustajaliikenne Suomessa on useimmiten huvi- ja virkistysliikennettä. Yleisintä on risteilyliikenne, eli matka alkaa ja päättyy samaan pisteeseen Suomessa. Matkustajamäärä kotimaan rannikko- ja sisävesiliikenteessä oli 4,3miljoonaa vuonna 2004. Matkustajamäärä sisävesillä on ollut noin puoli miljoonaa henkilöä jo 90-luvulta, mutta henkilöliikenne rannikolla on kasvanut 1,3 miljoonaa vuoteen 2004 mennessä, jolloin matkustajia oli 3,9 miljoonaa. (Pöllänen, Säily, Kalenoja & Mäntynen 2005, 24, 38). Uusimmat tutkimukset ovat vuodelta 2016, jolloin henkilöliikennettä rannikolla oli 4,45 miljoonaa matkustajaa. Saaristomerellä matkustajamäärä oli noin 250 000 ja Ahvenanmaalla 475 000, lisäksi Manner-Suomen ja Ahvenanmaan välillä matkustajia oli 583 000 henkilöä. Selkämeren alueella matkustajamäärä oli vain 1 500 henkilöä. (Liikennevirasto 2016.) Matkustajalukujen merkitystä on syytä pohtia, sillä esimerkiksi Saaristomerellä on enemmän asuttuja saaria ja näin ollen myös kattavampi palveluinfrastruktuuri kuin Selkämeren alueella.

Työssäni esillä olevat yritykset kuuluvat Tilastokeskuksen laatiman toimialaluokituksen määritelmän mukaan rannikkovesiliikenteen henkilökuljetukseen. Ala pitää sisällään aikataulun mukaisen, sekä muun matkustajien kuljetuksen rannikkovesillä tai saaristosatamien välisessä liikenteessä. Yksilöidymmin toimialaan sisältyy nimenomaan sekä retkeily-, risteily- ja kiertoveneiden toiminta, että yhteysalukset. (Tilastokeskus 2008.)

Merellisyys matkailussa voidaan liittää maantieteellisestä näkökulmasta kohdealueeseen, joka sijaitsee meren läheisyydessä. Toinen tapa määritellä matkailun merellisyyttä on se, kuinka matkailija itse kokee palvelun tai kohteen merellisyyden. Merellisen matkailun kokemukseen vaikuttaa useampi elementti, kuten kohteen palvelujen luonne. (Hall ym. 2009, 154.)

Vesi on tärkeä elementti matkailussa Pohjoismaisesta matkailusta puhuttaessa. Merellisen matkailun osuus matkailussa kasvaa nopeasti, myös Suomessa. Meri tarjoaa ainutlaatuisen ympäristön järjestää esimerkiksi lauttamatkoja ja risteilyjä. (Hall ym. 2009, 153.) Suomessa on yli 600 vierasvenesatamaa, joiden läheisyyteen on rakennettu muitakin palveluja matkailijoita varten. Kaikki veneilyn muodot, kuten veneily soutu-

tai moottoriveneellä, purjehdus ja risteileminen, ovat hyvin suosittuja suomalaisten keskuudessa. (Hall ym. 2009, 166.) Lisäksi suomalaisten suosioon on noussut paljon muitakin vesistöihin liittyviä aktiviteetteja, kuten SUP -lautailu (YLE 2014.)

3.5 Satakunnan vesiliikennepalveluiden asiakaskohderyhmät

Yleisimmän määritelmän mukaan matkailu on toimintaa, jossa ihminen matkustaa tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolelle. Matkailun määritelmään liittyy myös se, että ihminen oleskelee paikassa korkeintaan yhden vuoden ajan vapaa-ajanvieton, liikematkan tai jonkun muun tarkoituksen takia. (Tilastokeskus 2018.)

Matkailunmuodoista vesiliikennepalveluja käyttävät sekä yksityiset matkailijat, että ryhmät. Ryhmiä voivat olla esimerkiksi yhdistykset ja yritykset. Matkailutuotteen ydin on sama eri matkailijaprofiileille, mutta siihen mahdollisesti liitettävät lisäpalvelut vaihtelevat. Syy siihen löytyy ehkä juuri siitä, että liikematkustuksessa maksajana on yleensä yritys. Liikematkailuun voidaan liittää esimerkiksi erilaisia kokouksia ja kongresseja ydintuotteen rinnalle. (Verhelä 2000, 13.)

Perinteisen määritelmän mukaan matkailija yöpyy kohteessaan, joten esimerkiksi saariston risteilymatkustajat ovat päiväkävijöitä. Päiväkävijät kuitenkin kuluttavat rahaa käynnillään matkailupalveluihin, joten matkailijan rajaaminen kohteessa yöpyväksi on välillä epätarkoituksenmukaista. Asiakas voi itse kokea itsensä matkailijaksi, jos alue, jossa hän vierailee ei kuulu hänen arkiseen elinympäristöönsä. (Komppula & Boxberg 2002, 9-10.)

4 PALVELUN KEHITTÄMINEN

4.1 Asiakaslähtöinen palvelun kehittäminen

Asiakaslähtöisyys juontaa juurensa aina asiakaskeskeisyydestä, joten käsittelen kapaleessa kumpaankin termiä. Asiakkaan tarpeet rakentuvat motiiveista, jotka vaikuttavat asiakkaan matkustuspäätöksiin. Lisäksi ne muodostuvat toiveista, joita asiakas palvelulta odottaa. Yrittäjän tulee sisäistää, miksi juuri tiettyä palvelua ostetaan ja miksi toinen palvelu ei myy. Asiakkaiden matkustusmotiiveja kannattaa selvittää, jotta ymmärretään miksi ja mihin matkustetaan. Sitä kautta voidaan alkaa parantamaan palvelua tai kohdentamaan sitä tietyille asiakassegmentille. (Komppula & Boxberg 2002, 68.)

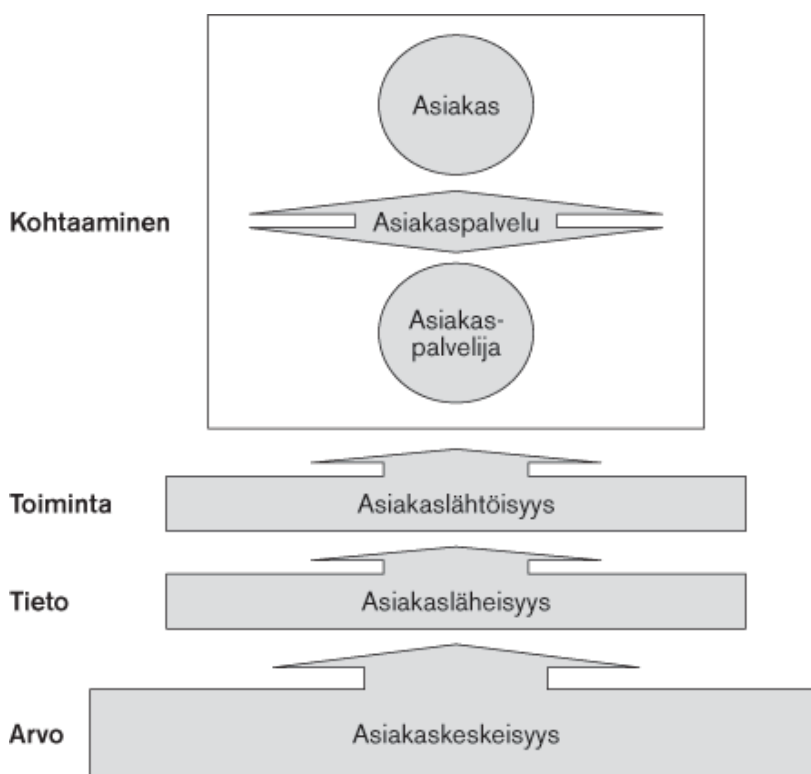
Matkailuyrityksen pitää hallita asiakaskeskeinen ajattelutapa jo heti yrityksen toiminnan alussa kaikissa tuotanto- ja toimintaprosesseissa. Asiakaskeskeisyyden tulisi näyttää tietä koko organisaatiolle ja päätöksenteolle. Käytännössä tämä näkyy siinä, että palvelut suunnitellaan ja muotoillaan asiakkaille helpoiksi ja vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin. (Albanese & Boedeker 2002, 88.)

Matkailussa asiakaskeskeisyys on yhä tärkeämmässä roolissa, sillä asiakkailla on usein suuria odotuksia matkoiltaan (Albanese & Boedeker 2002, 88). Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat hänen yksilölliset tarpeensa. Yksilöllisiin tarpeisiin vaikuttavat monet tekijät, kuten ikä, sukupuoli, koulutus ja persoonallisuus. Aiemmat kokemukset samasta tai samantyyppisestä palvelusta eri yrityksessä sekä markkinointiviestinnän luomat mielikuvat vaikuttavat keskeisesti asiakkaan odotuksiin. Yksi palvelun laadun mielikuvan luojista on korkea hinta. Asiakas odottaa saavansa korkean hinnan palvelusta korkealaatuista palvelua. (Komppula & Boxberg 2002, 48.)

Asiakasymmärrys on asiakkaan ymmärtämistä siten, että häntä osataan auttaa löytämään tarpeitaan vastaavia tuotteita tai palveluja, vaikkei hän itse niitä tunnistaisikaan. Yksi asiakasymmärryksen perusta on luoda parempia ja toimivampia palveluja asiak-

kaille, eli kehittää palveluja. Palveluntuottajan tulee tunnistaa asiakkaalle arvoa tuottavia asioita pystyäkseen kehittämään palveluitaan asiakasymmärryksen pohjalta. (Verkkokaupan vallankumous 2012.)

Asiakaspalvelun sisällössä on tapahtunut murrosta ja siitä on muodostunut useampi erikseen huomioitava osa yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa, kuten kuvio1 esittää. Asiakaspalvelutilanteeseen vaikuttaa yrityksen toiminta, tieto ja arvot. Asiakaskohtaaminen on todennäköisesti onnistuneempi yrityksessä silloin, kun kaikki osa-alueet ovat asiakaskeskeisiä. Kaikki lähtee siis siitä, että yrityksen yksi pääarvo on asiakas-keskeisyys. Sen jälkeen kerätään tietoa, jotta voidaan olla asiakaslähtöisempiä. Näin saadaan vaikutettua asiakaspalvelukohtaisiin positiivisesti. (Aarnikoivu 2005.)



Kuvio 1. Keskeiset käsitteet (Aarnikoivu 2005, 17)

4.2 Matkailualueen ja -tuotteen kehittäminen

Matkakohteella voidaan tarkoittaa esimerkiksi tiettyä maantieteellistä aluetta tai matkailukeskusta. Kohteen vetovoimaisuuden parantamiseksi ja laadukkaan palvelun ta-

kaamiseksi, tulee alueen yritysten ja toimijoiden tehdä tiivistä yhteistyötä. Palvelut tulee koota yhteen ja markkinoinnissa yritysten pitää tuoda esiin yhteistä kohdeimagoa sekä kehittää kohdetta kokonaisuutena. (Komppula & Boxberg 2002, 12.)

Alueimagon kehittäminen on yksi suuri askel alueellisen matkailun edistämiseen. Markkinointi ei saa olla liioittelevaa, vaan sen pitää perustua todellisiin vetovoimatekijöihin. Vetovoimatekijöitä voi kuitenkin korostaa tietyllä tavalla, vedotakseen sopivaan matkailijasegmenttiin. Onnistuneesta imagosta voi syntyä ajan myötä kohteen brändi ja laadun tae. (Vuoristo 2002, 177.)

Matkailutuote voi perustua paikkaan ja toimintaan siellä. Perusidea matkailussa on matkustaminen johonkin paikkaan arkisen elinpiirin ulkopuolelle. Paikka tarkoittaa kaikkia fyysisiä elementtejä, joita kohteessa on. Jos tarkastellaan kokonaismatkailutuotetta, voi paikaksi määritellä vaikka kokonaisen maan tai alueen. Pelkkä paikka ei kuitenkaan ole matkailutuote, vaan siellä tulee olla palveluja. (Komppula & Boxberg 2002, 15–16.)

Tuotteistaminen terminä tarkoittaa matkailussa sitä, että kohteiden tarjoamat mahdollisuudet muotoillaan tuotteiksi. Näillä tuotteilla on ydin sekä selkeä hinta. Tuotteistaminen pohjautuu vetovoimatekijöiden hyödyntämiseen, yleensä alueellisesti tai tarinallistamisen keinoin. Tuotekehitys taas tarkoittaa useimmiten jo olemassa olevien tuotteiden kehittämistä. Tuotekehitys perustuu usein yrityksen saamiin tai asiakkaalta saatuihin ideoihin, joiden avulla kehitetään yrityksen toimintaa. Onnistunut tuotekehitystyö luo aivan uusia tuotteita tai parantaa olemassa olevia tuotteita sekä auttaa yritystä pysymään ajan hermolla. (Komppula & Boxberg 2002, 92-94.)

Haanpään yms. mukaan matkailun tuotekehityksellä tarkoitetaan myös uusien matkailutuotteiden kehittämistä sekä jo olemassa olevien tuotteiden parantamista. Suomen matkailustrategioissa tuotekehitys nähdään keskeisessä osassa, kun päätetään alueellisia tavoitteita. Tuotteista pyritään saamaan entistä kestävämpiä ja kilpailukykyisempiä. Tuotekehitys nähdään työkaluna, jonka avulla on mahdollista pysyä mukana nykypäivän markkinoiden kokoaikaisessa muutoksessa. (Haanpää, Garcia-Rosell & Kyyrä 2013, 102-103.)

Tuotekehitykseen kannustavia syitä on monia. Yrityksen on vastattava aikansa ja alansa haasteisiin. Myynnin lisääminen on yksi tavallisimmista syistä aloittaa tuotekehitys. Silloin tavoitteena on tulojen kasvattaminen, joko isommalla katteella tai myyntivolyymilla. Toinen yleinen syy tuotekehitykseen on markkinatilanteen muutos. Yrityksen tulee vastata markkinoilla olevaan kysyntään, kehittämällä uusia tai muokkaamalla vanhoja tuotteita muuttuneille markkinoille sopiviksi. Tähän voi liittää myös asiakkaiden kulutustottumusten muutokset. Esimerkiksi erilaiset muoti-ilmiöt vaikuttavat asiakkaiden muutosherkkiin kulutustottumuksiin. Viimeinen yleinen syy tuotekehitykselle on kilpailutilanne. Uudistamalla ja tuomalla uusia tuotteita asiakkaiden saataville, yritys vahvistaa asemaansa markkinoilla verrattuna kilpailijoihinsa. (Kompula & Boxberg 2002, 94-95.)

Ennakoiva tuotekehitys on toimintaa, jonka avulla yritys kehittää tuotettaan jo tulevaisuudenkin kysyntää vastaavaksi. Ennakoiva tuotekehitys hyödyntää aikaisempaa tietoa palvelujen tuottamisesta ja korostaa luovuutta. Tärkeintä on muistaa, ettei tuotekehitys ole prosessi, joka loppuu, vaan se on jatkuvaa toimintaa. (Haanpää, Garcia-Rosell & Kyyrä 2013, 106-107.)

Asiakaslähtöisessä tuotekehityksessä keskiössä ovat ne palvelun osiot, jotka vastaavat asiakkaan tarpeisiin ja tuottavat laadukkaita kokemuksia. Joten asiakasryhmä, jolle yritys haluaa palvelunsa kohdentaa, ohjaa tuotekehityksen prosessia. Asiakastyytyväisyys on ainut luotettava mittari, jolla prosessin onnistumista voidaan arvioida. (Haanpää, Garcia-Rosell & Kyyrä 2013, 104.) Kanssatuottajuus on nostanut suosiotaan nykypäivän tuotekehityksessä. Kanssatuottajuudella tarkoitetaan palvelutuotantoa, jossa asiakas otetaan entistä enemmän mukaan tuotekehitykseen. Tuotekehityksessä pyritään hyödyntämään asiakkaiden kokemuksia palvelusta ja palvelun merkityksestä, sekä merkityksestä asiakkaalle. (Haanpää, Garcia-Rosell & Kyyrä 2013, 104-105.)

4.3 Kokonaismatkailutuote

Kokonaismatkailutuote käsitteenä avautuu, kun pohditaan, miten matkailija kokee matkan tuotteeksi. Matkailija kokee tuotteen alkavan heti hänen lähtiessään kodistaan

ja loppuvan hänen palattuaan takaisin kotiin. Kokonaismatkailutuotteessa on viisi pääosaa, joista se yleensä muodostuu. Nämä ovat kohteen nähtävyydet ja ympäristö, palvelut, saavutettavuus, hinta ja mielikuva kohteesta. (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod 2009, 120-123.)

Kohteen nähtävyydet ja ympäristö muodostuu luonnon nähtävyyksistä, rakennetuista nähtävyyksistä, kulttuurisista vetovoimatekijöistä ja sosiaalisesta vetovoimasta. Luonnon nähtävyyksiin kuuluu esimerkiksi rannat, kasvillisuus ja eläimet. Rakennettuihin nähtävyyksiin sisältyy muun muassa satamat ja puistot. Historia ja taide ovat kulttuurisia vetovoimatekijöitä, kun taas kohteen asukkaiden elämäntapa on sosiaalinen vetovoimatekijä. Ympäristön vahingoittuminen ja kuormittuminen matkailusta on suuri ongelma ja siihen etsitään erilaisia ratkaisuja. Ympäristöön liittyvien vetovoimatekijöiden olemassaoloa turvataan rajoittamalla vierailijoiden pääsyä alueella. (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod 2009, 123.)

Kohteen palvelut antavat matkailijoille tilaisuuden nauttia kohteesta ja sen mahdollistamista aktiviteeteista. Yleisimpiä palveluita matkailukohteessa ovat majoitus, ravintolat ja kahvilat sekä aktiviteetit. Aktiviteetteja kohteessa voi olla esimerkiksi purjehduskoulut ja luennot luonnosta. Joissakin tapauksissa nähtävyyden ja palvelun raja on hämärtynyt, sillä palvelu voi olla rakennettu nähtävyyden varaan tai palvelu itsessään voi olla vetovoimatekijä. (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod 2009, 124.)

Tuotteen saavutettavuus on yksi olennaisin osa matkailijan tehdessä päätöstä kohteestaan. Tuotteen saavuttamiseksi uhrattu raha, aika ja mukavuus ovat elementtejä, jotka vaikuttavat asiakkaan päätökseen. Saavutettavuuteen vaikuttaa alueen infrastruktuuri, kuljetusmuodon kapasiteetti ja nopeus, operatiiviset tekijät ja valtion säädökset. (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod 2009, 124.)

Mielikuvan voi määritellä lyhyesti sanoen sen olevan jonkinlainen käsitys jostain asiasta ihmisen mielessä. Mielikuva on aina subjektiivinen, eli henkilökohtainen. Mielikuva on ihmisen käsitys jostain, eikä se ole objektiivinen totuus. Mielikuva rakentuu ihmisen asenteisiin ja arvoon perustuen. (Rope & Mether 2001, 13-14.) Mielikuvat ja käsitykset kohteesta vaikuttavat voimakkaasti asiakkaan ostopäätökseen. Positiivisia mielikuvia myymällä saa motivoitua asiakkaita matkustamaan kohteeseen. Yleensä

mielikuva kohteesta syntyy enemmänkin sen historiasta, kuin nykyhetkestä. Alueella toimivat yritykset voivat yrittää yhdessä rakentaa mielikuvaa tietyn mukaiseksi. (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod 2009, 125.)

Matkan hinta on summa, joka muodostuu asiakkaan käyttämistä palveluista. Summa määritellään siten, että siihen lasketaan kaikki matkan kulut matkailijan lähtiessä kotioveltaan. Hintavertailua kokonaismatkailutuotteen kannalta on vaikea tehdä, sillä hinnat vaihtelevat sen mukaan missä maassa ja milloin mikäkin tuote on ostettu. (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod 2009, 126.)

Kun suunnitellaan kokonaismatkailutuotetta, tulee ottaa huomioon, etteivät kaikki tuotteen osat ole välttämättä tasapainossa keskenään. Esimerkiksi majoituksen tarjoajia voi olla useampi alueella, joista jokainen on mukana ajaen omaa etuaan ja kiinnostuksiaan. Yrityksillä voi olla hyvinkin erilaisia kohderyhmiä ja tavoitteita. Tällöin alueen yhteisen suunnittelun ja markkinoinnin yhdistäminen yhdeksi kokonaisuudeksi on haasteellista. Tärkeintä on kuitenkin tehdä yhteistyötä tulevaisuutta varten ja pitää pitkän ajan tavoitteet kaikille samoina. (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod 2009, 127.)

5 AINEISTONKERUUMENETELMÄ

5.1 Teemahaastattelu aineistonkeruumenetelmänä

Yksi tiedonkeruun perusmuoto on haastattelu. Tutkimushaastattelu soveltuu moneen tilanteeseen, sillä se on joustava ja sen avulla saadaan syvällistä tietoa. Kun keräämme tietoa ihmisten mielipiteistä ja haluamme kuulla perusteluja niille, miksi emme puhuisi heidän kanssaan? Haastattelu on useimmiten molempia osapuolia miellyttävä metodi. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 11.)

Vähän strukturoitujen ja vapaamuotoisten haastattelujen käyttö aineistonkeruumenetelmänä on lisääntynyt. Koska haastattelussa ollaan suorassa vuorovaikutuksessa, saa-

daan vastauksia tarkennettua ja selvennettyä heti itse haastattelutilanteessa. Haastattelu menetelmänä voi olla hyvä myös silloin kun halutaan tutkia arkoja ja vaikeita aiheita, sillä haastattelussa voidaan edetä rennommin ja keskustelunomaisesti. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 34-35.)

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu, eli haastattelija on miettinyt etukäteen teemat, joista keskustelee haastateltavan kanssa. Teemat ovat kaikille haastateltaville samat. Teemahaastattelussa ei edetä suoraan tarkkojen kysymysten avulla, vaan aihetta aletaan lähestymään teemojen kautta. Teemojen kautta rakennetut kysymykset jättävät vastaamisen haastateltavalle avoimeksi teemakehikon sisällä. Teemahaastattelua pidetään ns. puoliavoimena haastattelutapana. (Kananen 2014, 70-72.) Teemahaastattelu ei sido automaattisesti tutkimusta kvalitatiiviseen tai kvantitatiiviseen tutkimukseen. Teemahaastattelussa vastauksia ei ole sidottu vastausvaihtoehtoihin. Vastaukset ovat avoimia, jolloin haastateltavat vastaavat kysymyksiin omin sanoin. Teemahaastattelu huomioi sen, että ihmisten tulkinnat asioista ovat keskeisiä, sekä sen, että merkitykset muodostuvat vuorovaikutuksessa. Teemahaastattelu on lähempänä strukturoimatonta haastattelua kuin strukturoitua haastattelua. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 48.)

Haastattelijalla täytyy olla teoreettista tietopohjaa aiheesta, jotta hän voi laatia teemat haastattelua varten. Teemahaastattelu toteutetaan yleensä kahden henkilön vuorovaikutustapahtumana kasvokkain ja apuna käytetään usein nauhoittamista, jonka avulla tekstin litterointi esimerkiksi tietokoneelle on helpompaa. Teemahaastattelussa lähdetään tarkastelemaan teemaa pintapuolisesti, vähitellen syventäen kysymyksiä haastattelun edetessä. (Kananen 2014, 76-79.) Se, pitääkö kysymykset esittää samassa järjestyksessä ja samoin sanamuodoin kaikille haastateltaville, vaihtelee haastattelijasta riippuen. Haastattelussa keskeisintä on saada merkityksellisiä vastauksia tutkimuksen tarkoitukseen liittyen. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 88.)

5.2 Laadullisen tutkimuksen aineiston purku ja analyysimenetelmät

Teemahaastattelun avulla tutkimusaineistoa kertyy yleensä runsaasti. Useimmiten kaikkea materiaalia ei ole tarpeen analysoida, eikä tutkija pysty kaikkea keräämäänsä

hyödyntämään. Kun analysointitapa on harkittu ennalta, voi sitä hyödyntää jo haastattelun ja sen purkamisen suunnittelussa. Jos analysointia ei ole aloitettu samanaikaisesti aineistonkeruun yhteydessä, on analysointi aloitettava pian keruuvaiheen jälkeen. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 135.)

Tiedonkeruu ja aineiston analyysi vuorottelevat laadullisessa tutkimuksessa. Niiden vuorottelua prosessissa voi olla paljon, sillä tarvittavaa tiedon määrää on mahdoton tietää etukäteen. Laadullisessa tutkimuksessa on kuitenkin viisi vaihetta, jotka voidaan erottaa toisistaan. Ensimmäinen on aineistonkeruu, seuraava litterointi ja kolmas on koodausvaihe, jossa aineistoa tarkastellaan tutkimuskysymyksen tiimoilta. Koodausvaiheesta edetään luokitteluvaiheeseen, jolloin luokitellaan koodit omiin ryhmiinsä. Näitä vaihteita seuraa usein myös uusi tiedonkeruuvaihe, jolloin yritetään saada tarkempia vastauksia esimerkiksi syventämällä kysymyksiä. (Kananen 2014, 99-100.)

Teemahaastattelun purkamisessa voidaan edetä soveltaen yleistä laadullisen tutkimuksen analyysiä ja teemahaastattelun purkamista. Kun aineisto on kerätty teemahaastattelun keinoin, voi aineiston purkaa teema-alueittain. Tämä tarkoittaa siis sitä, että jokaisen teeman alle tulee eri haastateltavien vastaukset teemasta. Toinen keino on purkaa haastattelut erikseen jokaisen haastateltavan kohdalla, jolloin aikajana aineistossa säilyisi. Tässä vaiheessa tutkijan tulee myös erottaa tutkimuksen kannalta olennaiset ja epäolennaiset asiat ja karsia kaikki epäolennainen tieto pois. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 142.)

Sisällönanalyysin tarkoitus on saada tutkittavasta ilmiöstä käsitys tiivistetyssä muodossa. Sisällönanalyysi on tekstianalyysiä, jonka avulla aineiston saa järjestetyksi johtopäätöksien tekoa varten. Sisällönanalyysissa etsitään tekstin merkitystä aineistosta ja yhdistellään käsitteitä vastauksen saamiseksi tutkimustehtävään. Ensimmäiseksi aineisto pelkistetään, eli tiivistetään tai pilkotaan osiin ja siitä jätetään epäolennainen pois. Seuraavaksi tutkijan tulee tehdä luokittelu, jossa aineistosta etsitään samankaltaisuuksia ja eroja. Luokittelun jälkeen seuraa aineiston käsitteellistäminen, jossa olennaisen tiedon perusteella ryhmistä muodostetaan teoreettisia käsitteitä. Käsitteellistämässä yhdistellään ryhmiä, kunnes tekstin sisällöstä on mahdollista tehdä johtopäätöksiä. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 117-127.)

Työssäni käytän sisällönanalyysimenetelmänä teoriaohjaavaa analyysia. Se sopii työhöni, sillä käsittelen paljon aineistoa ja teoreettinen viitekeh്യkseni muodostuu myös aiemmin tehdystä asiakastutkimuksesta, jossa käytettyjä teemoja hyödynsin omassa tutkimuksessani. Yläluokat valitsin teemahaastattelun teemojen mukaisesti ja alaluokat syntyvät melko lailla alateemojen mukaan. Tuloksena on uusi, malliin pohjautuva näkemys tutkittavasta asiasta (Tuomi & Sarajärvi 2018, 133-135).

Toteutin haastattelut maaliskuun viimeisellä viikolla ja viimeinen haastatteluista toteutui vihdoin huhtikuussa. Litteroinnin tietokoneelle tein heti jokaisen haastattelun jälkeen, ennen seuraavaa haastattelua. Yrittäjät kertoivat kokemuksistaan avoimesti ja haastattelut kestivät noin 45 minuuttia.

6 RANNIKKOVESILIIKENNEYRITYKSET TUTKIMUKSESSA

Tommi Salokangas järjestää kuljetuksia Säpin majakkasaareen Porista Kuuminaisten Kalarannasta Kala-Tommi toiminimellä. Maksimi osallistujamäärä on 12 henkilöä. Matka saareen on kymmenen kilometriä. Säpin majakkasaari on kooltaan noin 140 hehtaaria ja suurimmaksi osaksi metsän peitossa. (Kala-Tommi tmi 2018.)

Salokangas on kuljettanut matkustajia Säpin majakkasaareen 30 vuotta, ensiksi epävirallisesti ja sitten virallisesti. Vuonna 2005 Salokangas päätti panostaa vielä enemmän matkailijoiden kuljetukseen ja siihen vaikutti hänen ammattikalastajataustansa, jonka ansiosta merellä liikkuminen ja vesien tuntemus oli jo valmiiksi hyvä. Salokangas rakennutti kokoustilan Kalarantaan ja alkoi tarjoamaan pakettiratkaisuja Säppiin, kuten kokous- ja tykypäiviä. Lisäksi viime kesänä oli viikoittain vakiovuoro Säppiin ja se jatkuu myös tänä vuonna. (Salokangas henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018.)

Selkämeren veneretkien yrittäjä on Timo Lokki. Selkämeren veneretkien järjestämät matkat ovat päiväretkiä ja ne räätälöidään asiakkaan toiveiden mukaiseksi. (Selkämeren veneretket 2018.) Yritys on toiminut vuodesta 2011. Käytössä yrityksellä on vene, johon mahtuu kymmenen matkustajaa (Lokki henkilökohtainen tiedonanto 29.3).

Työssäni on mukana Selkämeren veneretkien kohteista Iso-Enskeri. Veneretkien kotisatama on Porin Reposaassa, mutta asiakkaat voidaan ottaa kyytiin esimerkiksi Kallostasta tai Porin keskustasta (Säpin majakka 2018). Iso-Enskeri on metsäinen ja siellä on luontopolku, nuotiopaikka, keittokatos sekä uimaranta (Porin kaupunki 2018).

Merikarvialla Raimo Stenroos ja Tapio Ristimäki tekevät yhteistyötä Merikarvian kunnan kanssa järjestämällä veneretkiä Ouraluotoon Krookan satamasta. Yrittäjät ajavat kuljetukset vuorotellen ja kunta hoitaa retkien markkinoinnin. Kuljetukset ryhmille ovat perjantaisin ja lauantaisin, muulloin tilauksesta. (Merikarvian matkailu 2018). Käytössä yrittäjillä on kaksi venettä, joihin mahtuu 25 matkustajaa kumpaankin. Ouraluoto on jylhän kivikkoinen saari, jossa lintuharrastajat viihtyvät saaren linnuston vuoksi. Saarella on myös paljon historiaa ja mahdollisuus majoitukseen. (Merikarvian kunta 2018.)

Haastateltavani Tapio Ristimäki aloitti matkustajien kuljettamisen vuonna 1982 ja Raimo Stenroos vuonna 2001, kun kunta kyseli lisää veneiden kuljettajia. Miesten yhteistyö alkoi heti ja Merikarvian kunta on tukena matkojen järjestämisessä. Merikarvian kunta hoitaa tarvittavaa taustatyötä. Merikarvian Matkailu ry on suuri markkinoija yritykselle ja käy esimerkiksi messuilla esittelemässä miesten tarjoamia matkailutuotteita. (Ristimäki & Stenroos henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018.)

Luvialla oleva Kaljaasi Ihana on purjelaiva, jonka kotisatama on Laitakarissa Luvialla. Ihana purjehtii yleensä neljän tunnin purjehduksia saaristossa ja sen purjehdusristeilyille sisältyy ruokailu. Ihana tekee sekä tilauspurjehduksia että yleisöpurjehduksia. Ihanaan mahtuu matkustajia samanaikaisesti yli 40. (Kaljaasi Ihana 2018.)

Haastattelin Sanna Sassilaa Kaljaasi Ihana Oy:ltä, jossa hän on työskennellyt vuodesta 2013 lähtien. Kaljaasi Ihana Oy on perustettu vuonna 2010 perinnepurjelaiva Kaljaasi Ihanan myyntiä varten. Taustalla yrityksellä on yhdistys, joka omistaa laivan ja sataprosenttisesti yhtiön osakekannan. Kaljaasi Ihana lähtee Luvian Laitakarista ja kuljettaa matkustajia Selkämeren kansallispuiston saariston alueella, mutta tarvittaessa liikennealueena on koko Itämeri. Purjehdusten aikana on erilaisia purjehdustuotteita ja ruokailua, vaikka niin sanottua omaa ruokatuotantoa tai ruokapalvelun tuottamista ei ole. (Sassila henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018.)

Rauman saaristokuljetus hoitaa aikataulunmukaista reittiliikennettä Kylmäpihlajan majakkasaareen. Vesibussin reitti lähtee Poroholman satamasta ja pysähtyy Kuuskajaskarin sotilassaarella ennen Kylmäpihlajan majakkasaarta. (Rauman saaristokuljetus 2018). Haastateltavani Sirpa Saarinen työskentelee West Coast Seaservice Oy:ssä. Rauman saaristossa toimipisteitä on kaksi. Ensimmäinen on Kuuskajaskarin linnakaasaari, jossa on majoitus- ja matkailupalveluita. Toinen on Kylmäpihlajan majakkahotelli, jossa on hotelli ja matkailupalveluita. Sitten lisäksi on vesibussiliikenne, joka liikennöi näiden kahden saaren väliä ja sekä tilausliikennettä. Yritys on noin 12 vuotta vanha ja se aloitti toimintansa vesibusseilla. Myöhemmin se otti myös matkailusaaret liiketoimintansa osaksi. Matkailusaaret ovat Rauman kaupungin omistamia ja yritys vuokraa saaret siltä. Lisäksi yrityksellä on vuokralla Vepsän saari Turussa ja sielläkin tarjotaan majoitus- ja matkailupalveluita. (Saarinen henkilökohtainen tiedonanto 11.4.2018.)

7 HAASTATTELUT

Haastattelin neljää vesistökuljetusyrittäjää Satakunnan alueelta ja yhtä vesiliikenneyrityksen työntekijää. Toteutin haastattelut teemahaastatteluina ja minulla oli kolme pääteemaa. Teemat olivat oman palvelun kehittäminen, Satakunnan rannikkoalueen matkailun kehittäminen ja eri toimijoiden roolit alueen matkailun kehittämisessä. Oman palvelun kehittämisen alla halusin johtaa keskustelua yrityksen kohderyhmiin, lisäpalveluihin ja palvelujen erilaistamiseen asiakastarpeet huomioiden. Rannikkoalueen palvelujen kehittämisessä keskityin saamaan vastauksia palvelujen tarjonnasta, palveluinfrastruktuurista ja kestävästä kehityksestä. Kolmannen teeman, eli eri toimijoiden rooleja pohtiessa halusin kuulla, mitkä tahot ovat jo mukana matkailun kehittämisessä rannikolla ja mitä muita tahoja yrittäjät kokevat tarpeelliseksi alueen kehittämistä varten. Laadin teemahaastattelurungon ja testasin sen etukäteen ystävälläni, joka opiskelee eri alaa. Yrittäjät sain haastateltua kasvotusten ja West Coast Seaservicen työntekijän puhelinhaastatteluna. Muutin haastattelut yleiskielelle, puuttumatta kuitenkaan niiden sisältöön.

Analysointi tapahtui sisällönanalyysiä käyttäen. Sisällönanalyysimenetelmistä käytin teoriaohjaavaa sisällönanalyysiä. Luokittelin aineiston yhteneväisyyksien ja erojen mukaan. Luokittelun jälkeen tein luokitelluista ryhmistä uusia ryppäitä saadakseni uutta tietoa määrittelemiini alateemoihin.

7.1 Oman palvelun kehittäminen - Yrityksen kohderyhmät

Kaikki haastateltavat kertoivat yrityksen kohderyhmiin kuuluvan ryhmät ja yksittäiset asiakkaat. Useampi haastateltavista kertoi, että isommista ryhmistä yleisimpiä vierailijoita ovat yritysryhmät ja muutamalla myös yhdistykset. Mahdollisuudet palvella yksittäisiä asiakkaita ja pieniä ryhmiä ovat parantuneet useammassa yrityksessä takuulähtöjen myötä. Metsähallitus on aiemmin tehnyt useamman yrityksen kanssa yhteistyötä ja tukenut näiden toimintaa. Käytännössä Metsähallitus on pienentänyt yksittäisen yrittäjän taloudellista riskiä toteuttaa takuulähtöjä osallistumalla esimerkiksi matkasta syntyviin polttoainekuluihin. Yleensä asiakkaat ovat ryhmiä, mutta nyt Visit Pori on myynyt sunnuntain takuulähtöjä netissä, joihin ihmiset voivat ostaa lippuja keräämättä itse ryhmää (Lokki henkilökohtainen tiedonanto 29.3.2018).

Haastateltavat kuvaavat isoimman vierailijavirran tulevan Satakunnasta ja sen lähialueilta. Myös Tampereen seutu toistuu haastatteluissa kävijöiden asuinpaikkana, mutta takuulähdöille tulee vierailijoita toisinaan kauempaakin, jopa ulkomailta. Ulkomaalaisia kävijöitä ei kuitenkaan ole merkittävästi, lukuun ottamatta West Coast Seaserviceä. Saarinen kertoi (henkilökohtainen tiedonanto 11.4.2017) ulkomaalaisten vierailevan erityisesti Kylmäpihlajan majakkasaarella. Viime vuonna oli ensimmäinen kesä, kun ulkomaalaisten matkailijoiden osuus vierailijoista oli huomattava.

Matkan tarkoitus vaihtelee ryhmän ja asiakkaan mukaan. Yritysryhmät haluavat järjestää kokouksia ja työhyvinvointipäiviä. Yritysassiakkaita on yleensä alku- ja loppukesällä, mutta ei keskikesällä sesonkiaikana. Vapaa-ajan vierailijoita on eniten suomalaisten kesäloma-aikoina. Halu vierailuun saaristossa voi olla kiinnostus saaristoon, tai harrastus, kuten kalastus, sukellus, lintubongaus tai valokuvaus. (Stenroos & Ristimäki henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018.)

Salokangas kuvailee (henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018) hyvin asiakkaitaan kausittain: vuoden kierto menee mukavasti, että lintubongareita tulee siitä lähtien, kun vesi aukeaa jäistä aina toukokuun loppuun asti, kun lintujen kevätmuutto loppuu. Sen jälkeen alkaa turistien tulo. Heinäkuun alussa alkaa vasta kunnolla turistisesonki, sillä kesäkuussa on hieman rauhallisempaa, kun ei ole oikeastaan lämmin eikä kylmä. Vierailijoiden kuljettaminen jatkuu elokuun puoleenväliin asti, kun ihmisten koulut alkavat.

Eri saariin matkustetaan eri syistä. West Coast Seaservicen Saarinen kertoi (henkilökohtainen tiedonanto 11.4.2017), että Kylmäpihlajan majakkasaarella ja Kuuskajaskarissa vierailevien matkailijoiden luonteissa on eroja. Kuuskajaskariin saatetaan saapua isolla ryhmällä, mutta Kylmäpihlajaan matkustetaan useammin perheen kesken tai puolison kanssa. Salokankaalla on näkemys siitä mihin suuntaan saaristovierailijoiden profiili on menossa. ”Minä koen niin, että entistä enemmän ihmisillä on tarvetta merellä liikkumiseen pariskuntina ja perheinä, semmoisia yksittäisiä ihmisiä. Se näkyy myös siten, että porukkaa ei tule enää bussilastillista. Matkat ovat enemmän perheen sisäisiä juttuja, porukkaa ei kerätä bussilastillista mukaan. Hyvin vähän on kysyntää isoille, esimerkiksi neljäkymmenen hengen porukoille.” (Salokangas henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018.)

7.2 Erilaistaminen ja lisäpalvelut

Kaljaasi Ihana tarjoaa myös ruokapalveluita, joten jo ruokalistaa muuttamalla saa purjehdusta kohdennettua erilaisille ryhmille. Perinnepurjelaivalla on mahdollisuus tarjota myös musiikkia asiakkaille, kuten trubaduuria esiintymään. Lisäksi on mietitty aktiviteetteja joita voisi toteuttaa purjelaivalla, kuten murhamysteeri laivalla tyyppistä ohjelmapalvelua. Laitakarissa on lava, joten purjehdukseen voi liittää sielläkin tapahtuvaa ohjelmaa. (Sassila henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018.)

Sassila kertoo (henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018), että yritysryhmille voi tarjota lisäpalveluita myös kokoustilana, jolloin yritys saa vähennettyä osan kuluista verotuksessa koulutustilaisuutena. Kehitteillä on pelastautumistuote, jossa ryhmille tarjottaisiin pelastautumiskoulutusta. Siinä käytettäisiin märkäpukuja ja pelastautumislauttoja.

Tähän voisi liittää esimerkiksi ensiapukoulutuksen. Yksi mahdollinen tuote voisi olla jo viime vuonna Vuojoen kartanon kanssa yhteistyössä toteutettu kartanokierros ja saaristolaispurjehdus. Sen voisi toteuttaa kerran kuussa sunnuntaisin yksittäisille matkailijoille. Saunapalveluitakin voisi ostaa joko Laitakarista tai jostakin saaresta, jotta niistä saisi koottua purjehduksen kanssa paketteja.

Stenroosilla ja Ristimäellä on ajatus (henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018) erilais-
tamisesta. Oura on aika tunnettu, joten varsinkin lähipaikkakuntalaisille pitäisi pystyä tarjoamaan jotain muutakin. Merikarvian rannikko on haasteellinen isoille veneille, joten yrittäjät haluaisivat pienemmänkin aluksen, jolla voisi operoida eri kohteisiin. Sillä pääsisi liikkumaan hienon saariston läpi, pitkin jokisuistoja ja ehkä jopa rantautumaan maisemapaikoille. Mahdollisuuksia on, mutta niiden toteuttaminen vaatii muutoksia kalustoon.

Stenroos ja Ristimäki voisivat tehdä mahdollisesti kalastusmatkoja. Kalastus on monella harrastuksena. Matkoille vaadittaisiin tietenkin luvat ja omat välineet. Sukeltajia heillä on ollut asiakkaina jonkin verran ja yksi idea olisi aloittaa kuljetukset sukeltajille muutama kohteeseen, kuten katsomaan vanhaa hylkyä. (Stenroos & Ristimäki henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018.)

Salokangas on sitä mieltä (henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018), että yksilömatkailuun tulisi panostaa enemmän. Matkan tilaamista tulisi kehittää, jotta siitä saataisiin mahdollisimman helppoa asiakkaalle ja että tilaamisesta jäisi asiakkaalle hyvä tunne. Salokankaallakin on ajatuksia kalustonmuutoksen suhteen ja hän harkitsee tekevänsä vielä yhden veneen. Salokankaan toiveena olisi myös kehittää kalastusmatkailua. Yrittäjä itse toimii ammattikalastuksen parissa keväisin aktiivisesti, mutta näkee sen ja turistien yhdistämisen liian rankkana. Hän on pohtinut myös lohiuistelun järjestämistä heinäkuussa tehtäväksi, mutta toteaa kalastusmatkojen järjestämisen sen verran huonoksi bisnekseksi, ettei hänen kannata ammattikalastusta sen takia lopettaa. Koska yrittäjä tekee lyhyenä aikana, noin kolmessa kuukaudessa, koko vuoden tilin, ei silloin voi kovin testata, mikä toimii ja mikä ei.

Lokki (henkilökohtainen tiedonanto 29.3.2018) kertoo, että kalakeittoruokailu saaresta on mahdollista liittää kuljetukseen. Yksi kohderyhmä jolle hän olisi kiinnostunut

tarjoamaan palveluja on liikuntarajoitteiset, mutta siihen ei ole ainakaan toistaiseksi mahdollisuuksia. Veneeseen meno olisi todella hankalaa ja jos se onnistuisi, ei maihin pääsisi kunnolla. Säpissä on vaikeakulkuinen laituri ja polut saarella ovat kivisiä.

Saarinen kertoo (henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018), että käytössä olevat tilat ovat molemmissa heidän kohdesaarissaan huonokuntoisia ja vanhaa rakennuskantaa. Yritys ei pysty vaikuttamaan saarella oleviin tiloihin kovinkaan paljoa, sillä saaret omistaa Rauman kaupunki. Uusi asemakaava on valmistumassa, joten West Coast Seaservice toimii nykyisten puitteiden mahdollisuuksien mukaan. Tällä hetkellä yritys yrittää tarjota paljon ohjelmapalveluita ja yritys etsii jatkuvasti uusia yhteistyökumppaneita, jotta Kuuskajaskariin saataisiin tarjolle uutta, erilaista tekemistä. Kylmäpihlajan majakkasaari on kohteena enemmän rauhoittumista ja luonnossa olemista varten ja sinne menevät eivät kaipaa yleensä toiminnallista aktiviteettia. West Coast Seaservice on saanut juuri uuden yhteistyökumppanin, joten toiveena on saada luotua uusia ideoita palveluihin.

7.3 Palvelutarjonnan ja kysynnän kohtaaminen

Kaikki haastateltavat kertovat kysynnän ja tarjonnan kohtaavan pääsääntöisesti hyvin. Esimerkiksi Stenroos ja Ristimäki kertovat (henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018), että heidän kokemuksensa mukaan palvelujen tarjonta ja kysyntä kohtaavat hyvin ja osasyynä siihen on se, että asiakkaat näkevät jo verkkosivuilta tarjonnan ja valitsevat sieltä itselleen sopivan tuotteen. Rajoitteita tarjontaan luo lähinnä vain tilat. Sassilan kertoman mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018) Kaljaasi Ihanalla sisätiloihin mahtuu kerralla noin 25 ruokailijaa syömään. Erityinen haaste on kokoustilojen järjestäminen, ja laivan kokoustila on melko vapaamuotoinen. Salokangas toteaa (henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018), että ryhmät toivovat toisinaan saunomista ja yöpymistä saarella, mutta niitä yrittäjä ei pysty järjestämään.

7.4 Rannikkoalueen palvelut

Sassilan (henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018) mukaan on tärkeää kehittää koko Laitakarin, Luvian ja rannikon matkailua. Suomalaiset matkustavat usein omilla autoilla, joten sitä, ettei Luvialla ole majoitusta, ei pidä pitää esteenä.

Merikarvialta löytyy sekä yöpymis- että ruokapalveluja ja asiakkaat usein käyttävät niitä. Monet vierailijat käyvät Krookan satamassa syömässä ennen tai jälkeen merimatkan. Merikarvialla palvelut ovat kohdillaan kesäisin ja asiakkaat löytävät ne. Palvelut ovat kehittyneet jo pelkästään tarpeen myötä, sillä kesäisin väkimäärä kolminnelinkertaistuu, kertovat Stenroos ja Ristimäki. (Stenroos & Ristimäki henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018.)

Majoitus-, ravintola- ja ostosmahdollisuudet rannikolla rikastuttaisivat ja elävöittäisivät aluetta. Etelämmällä rannikolla on paljon palveluita, hotelleja, majakka ja liikennettä. Satakunnassa on hankalampaa, kun tarjolla ei ole sellaisia palveluja. Säppiin voisi järjestää kahvilapalvelua, mutta se olisi riski yrittäjälle. Sesonki on lyhyt ja Säppi on sellainen paikka, ettei sinne huonolla säällä pääse. Toistaiseksi ihmisillä on omat eväät ja saarella saa grillata ja keittää kahvia. (Lokki henkilökohtainen tiedonanto 29.3.2018.)

Salokangas uskoo (henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018), että Säppiin voisi tulla pienimuotoista kahvilatoimintaa. Sitä on hänen kuulemansa mukaan kaavailtakin ja jos se ei toteudu tänä kesänä, niin tulevina kesinä. Ihmisille tulee nälkä merimatkoista ja luonnossa oleilusta, joten pienet mukana olevat eväät loppuvat nopeasti. Hän toivoo, että löytyisi joku, jolla olisi kiinnostusta pitää kahvilaa edes heinäkuun alusta elokuun puoleenväliin. Säppiin kuljettavia yrityksiä on useampi, joten kahvilan pitäjä voisi saada siitä pienen tilinkin. Majoituksen saralla Salokangas näkee parannettavaa. ”Meri-Yyteriin piti tehdä laituri, mutta siitä ei tullut mitään. Nyt Porin kaupunki ja matkailuyrittäjät joutuvat miettimään, miten ihmiset, jotka ovat ja majoittuvat Meri-Yyterissä tai keskustassa pääsevät merelle. Sitä ei kukaan yksittäinen yrittäjä pysty ratkaisemaan. Ensimmäiseksi yrittäjien tarvitsee verkostoitua ja sopia kuinka kulku hoidetaan. Kun paketti on kasassa, aletaan sitä tarjoamaan matkailijoille.”

7.5 Palveluinfrastruktuuri

Sassila kertoo (henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018), että Laitakarissa Ihanalla on rakennetun palveluinfrastruktuurin kanssa vielä tekemistä. Infrastruktuuria ja ympäristöä pitäisi kunnostaa. Itse on tottunut näkemään paikan, mutta pitää miettiä miltä paikka näyttää vierailijan silmin. Tekemistä on paljon, mutta se on tiedostettu ja toiveena on saada tehtyä kunnostusta maissa viimeistään ensi kesänä. Yrityksen taustalla on yhdistys, jossa on innokasta talkooporukkaa, mutta kunnostus vaatii paljon työtä. Yksi mahdollisuus olisi kehittää kahvilaa, sillä nykyinen toimintakonsepti on hieman epäkäytännöllinen, sillä keittiö on ylhäällä ja asiakkailta on isompi kynnyks mennä ylös, joten myyntipiste pitäisi saada myös alas. Sassila toivoo, että Säppiin tulisi sellainen laituri, johon Ihanalla tai edes jollain muulla yrityksen aluksella pääsisi rantautumaan. Matkailukohteisiin pitää ensiksi investoida, ennen kuin olettaa, että tulee tulosta.

Merikarvian satamassa ja saarissa infrastruktuuri on hyvässä kunnossa. Jos Stenroos ja Ristimäki huomaavat epäkohtia, informoivat he kunnalle ja päättäjille niistä. Kävelysiltoja uusitaan ja korjataan joka kevät Ouran saaristossa. Palveluinfrastruktuurin täytyy ensiksi olla kunnossa ja vasta sitten rakennetaan palvelut. Yrittäjät kokevat olevansa onnekaassa asemassa, kun he käyvät saarilla usein, joten he ovat ensimmäiset, jotka näkevät puutteet ja voivat päivittää tilannetta lähes päivittäin kunnalle. (Stenroos & Ristimäki henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018.)

Säpissä toimii jätehuolto, puuhuolto, tulipaikat ja WC:t, koska metsähallitus on laittanut kaiken kuntoon. Viime kesänä tehtiin myös ihan uusi laakonki laiturilta. Laituri on Säpissä edelleen sellainen, että jos vierailijalla on liikuntarajoitteita, kuten pyörätuoli, on laituri mahdoton kulkea. Esteettömyys on ongelma Säpissä, mutta metsähallituksella ei raha riitä korjaamaan tilannetta. (Salokangas henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018.)

Lokin mukaan Iso-Enskerissä ja Säpissä opasteet ovat hyvässä kunnossa, kuten myöskin vessat. Puuhuoltoa on joissakin paikoissa, metsähallitus toimittaa polttopuita grilliin. Säpin majakkaan pääsee oppaan kanssa vain kuusi henkeä kerrallaan ja se tuo oman haasteensa ryhmien kanssa. Säpissä sauna on niin huono, että se pitäisi uusida, kuten myös laiturit. Säpissä rantautuminen on olematonta ja Enskerissä rantautumisen

haaastavuus riippuu siitä, mistäpäin tuulee. Metsähallitus pitää infrastruktuuria yllä saarissa, mutta nyt tuntuu kuin rahat olisivat lopussa. Polttopuut ovat välillä loppuneet ja laiturit ovat huonossa kunnossa. Talvi runtelee ja siirtelee laitureita joka vuosi, joten se on kallista laittaa niitä paikalleen. Yksi vaihtoehto olisi myös lisälaitureiden rakentaminen eri puolelle kohdetta, jotta olisi myös suojaisempia paikkoja rantautua. Sillä jos saarella on vain yksi laituripaikka ja tuuli sopii sinne, niin sinne ei voida rantautua. (Lokki henkilökohtainen tiedonanto 29.3.2018.)

Rakennettu palveluinfrastruktuuri voisi olla paremmassa kunnossa, mutta esimerkiksi Raumalla on rakennettu laitureita systemaattisesti. Kylmäpihlajaan tulee uudet huoltotilat veneilijöille, ja Kuuskajaskariin tulee septitankin tyhjennyspiste. Opasteet saarikohteissa ovat melko hyvin löydettävissä Raumalla. (Saarinen henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018.)

7.6 Kestävä kehitys

Purjelaiva on puinen ja se kulkee tuulivoimalla, joten se mielletään ekologiseksi. Laivaa kunnossapidetäänkin siten, että sen käyttöikä olisi kymmeniä vuosia. Yrityksen toimintaa pidetään ekologisena ja työntekijät pyrkivät täyttämään ne mielikuvat toimimalla niiden mukaan. Yleisesti saaristoluontoa pitäisi suojella julkisen tahon päätöksillä, jotta puhdas saaristo säilyisi. Luvialle on tulossa isot kalankasvattamoaltaat tai koealtaat, mitkä ovat uhka, koska meri ja vallitsevat tuulet tuovat ravinnejämmät suoraan Laitakariin ja Luvian saaristoon. (Sassila henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018.)

Merikarvian Stenroosin ja Ristimäen mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018) jätetuoli saaristossa hoidetaan hyvin, kunnan säiliöihin viedään roskat. Yrittäjät ottavat liikennöidessään huomioon saariston monipuolisen linnuston. Lintujen pesimistä voi häiritä veneistä tulevat äänet ja aallokko, joten miehet pyrkivät ajamaan saaristossa rauhallista vauhtia ja vasta avomerellä kovempaa. Lintujen pesintäaika on suurimmalta osin jo loppunut heidän veneilykautensa alettua, joten vierailijotakaan ei ole häiritsemässä lintuja, eikä linnut vierailijoita. Heidän veneensä ovat ny-

kyaikaisia, joten öljy- ja pakokaasupäästöt ovat lähes minimissä. Myös luonnon kulumista yrittäjät pohtivat ja päätyvät siihen, ettei nykyinen väkimäärä kuluta merkittävästi saarta. Saarella on tietyt alueet missä kuljetaan ja liikutaan. Pitkospuilla on tehty tiet ja kulkuväylät vierailijoiden käytettäväksi.

Myös Salokangas (henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018) on tehnyt päätöksiä pitäen mielessään kestävän kehityksen. Hänellä on polttoainetehokas vene ja hän koittaa ajaa taloudellisesti, vaikka vene on melko nopea. Salokankaan suku on rakentanut veneet ja ne ovat puurunkoisia ja kestäviä. Kalarannasta lähtiessään Salokangas pääsee pian avomerelle, jossa pesiviä lintuja ei ole. Tuulen takia hän voi toisinaan joutua menemään läheltä yhtä pesimissaarta, mutta siellä pesivän harmaalokin pesimiskausi on jo ohi. Säppi on kestävän kehityksen kannalta hyvä kohde, sillä siellä on Metsähallituksen säännöt. Kaikki roskat viedään pois, ettei mitään jätetä saaren luontoon.

Lokki on sitä mieltä (henkilökohtainen tiedonanto 29.3.2018), että huoltoa ja valvontaa saarissa voisi kehittää. Sekä informaation jakamista ja opastusta siihen, kuinka saarissa tulisi käyttäytyä. Suurin osa sen kyllä osaa ja tietää, että mitä tuodaan, viedään myös pois. Ettei kenenkään tarvitse maksaa siitä, että joka viikko siellä kävisi joku siivoamassa roskia luonnosta.

Kestävästä kehityksestä Saarinen kertoo (henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018), että West Coast Seaservice pyrkii mahdollisimman pieneen hiilijalanjälkeen. Käytännössä se tapahtuu hävittämällä jätteet kompostoimalla ja kuljettamalla mahdollisimman vähän saariin, että tulisi mahdollisimman vähän jätettä. Lisäksi ratkaisuja hankinnoista tehdään kestävän kehityksen periaatteen mukaisesti, kuten esimerkiksi septitankkien tyhjennysmahdollisuus, joka toivottavasti vähentää roskaamista ja saastuttamista. Saarissa on roskapöntöt, mihin veneilijät voivat kierrättää roskat ja Kuuskajaskarissa on kierrätyspiste.

7.7 Eri toimijoiden roolit

Stenroos ja Ristimäki (henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018) kertovat, että kunta on aktiivisesti mukana Merikarvian matkailussa. Yrittäjät pelaavat erittäin hienosti yksiin. Esimerkkinä miehet kertovat yrittäjien Merikarvian alueella neuvovan toistensa palveluja vierailijoilleen. ”Kaikki neuvovat toisten palveluja toisilleen, että vaikka joku asiakas ei ollut suoranaisesti tiettyyn yrittäjään mitenkään kontaktissa, tai siitä ei tule suoranaista tuloa, niin silti täällä neuvotaan asiakasta toisen palvelulle ja niin seuraavan kerran asiakas voi olla siellä toisenkin palvelulla. Ettei sitä pidä nähdä suoraan siten, että nyt tämä oli minun asiakkaani ja minä sain siitä kaiken tulon, ei, pitää myös huomioida muut palvelut ja se, että yksin täällä ei pärjää.”

Lokin mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 29.3.2018) kaupungin ja metsähallituksen osalta infrastruktuurin rakentaminen ja ylläpito voisi olla paremminkin. Laitureita ja kohteita pitäisi saada lisää, ja saariin voisi rakentaa uusia retkipaikkoja. Väyliä voisi merkata paremmin, ruoppaustöitä tehdä, ja lisätä merimerkkejä turvallisen kulkemisen parantamiseksi, että huonollakin säällä näkyisi kaikki merkit. Yksi idea Lokilta olisi hoitaa huoltotyöt vene- ja purjehdusseurojen talkootöinä siten, että seuralle maksettaisiin korvaus työstä.

Salokangas kertoo (henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018) Porin kaupungin yrittävän saada Yyteriin laituria, mutta asiasta ei ole vielä päätetty. Laituri avaisi mahdollisuuksia, koska se olisi suora portti merelle. Salokangas toivoo Porin kaupungilta sitä, että jos laiturin hankkiminen ei onnistu, niin kaupunki ei heitä pyyhettä kehään, vaan kehittää tilalle jonkun muun ratkaisun. Salokangas muistuttaa vielä, että Poriin tulee paljon matkustajia ja kaikki matkustajien jättämät eurot pyörivät Porin alueella.

Rauman kaupunki omistaa Kylmäpihlajan ja Kuuskajaskarin saaret ja West Coast Seaservicella on sitä kautta saari-isäntä, joka hoitaa vähän kuin Metsähallituksen roolia Raumalla. Hänen resurssinsa on aika rajatut ja hän työskentelee yksin tai jonkun kesätyöntekijän kanssa. Saari-isännällä on monta tuhatta hehtaaria saaristoa hoidettavanaan, joten Kylmäpihlaja jää välillä vähän vähemmälle huomiolle. Siellä on jäteon-

gelmaa esimerkiksi grillauspaikoilla, mutta ne uusitaan nyt. Kyllä uusimista siis tehdäänkin, mutta välillä tuntuu, että siinä on ajan ja rahan puute, ettei sitä ehditä teemmään. (Saarinen henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018.)

Kaupungin matkailun kanssa on ihan hyvä yhteistyö. Toivoisimme että kaupungin päättäjätkin vierailisivat saarilla tutustumassa työhömmme, että voisimme heidän kanssaan miettiä toimintatapoja parantamaan saaristomatkailua Raumalla. He näkisivät myös mitä saarilla on käytännössä se saatavuus ja miten meidän yritys siellä toimii. (Saarinen henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018.)

Metsähallitus näyttölee aika pientä roolia Stenroosin ja Ristimäen mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018) heidän työssään. He ovat pohtineet Metsähallituksen kanssa tulevaisuuden kuvioita, mutta mikään niistä ei ole toteutunut. Yrittäjät ovat toivoneet esimerkiksi yhteen saareen makkaranpaisto- ja laituripaikkaa, mutta asiat eivät ole edenneet. Metsähallituksella ei ole resursseja, että he pystyisivät niitä hoitamaan. Toimet saarissa olisivat sitten veneyrittäjien vastuulla kimpassa tai yhdessä kunnan kanssa.

Myös Salokangas tiedostaa (henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018), ettei Metsähallituksella ole resursseja toimiin ja rahoitus on aika kireä. Toiveena hänellä on, ettei Metsähallitus menetä mielenkiintoa Selkämeren kansallispuistoa kohtaan. Lisäksi hän toivoo, että Metsähallitukselta tulisi jatkuvan kehityksen toimia, vaikka alkutahina Selkämeren kansallispuiston suhteen on mennyt ja resurssit ovat vähäiset. Väkimäärä pitäisi saada Selkämeren kansallispuistossa ja koko Satakunnan rannikon alueella niin suureksi, että yrittäjät pystyvät investoimaan myös kalustoon. Metsähallitukselta vaaditaan tähän panoksia ja Metsähallitus taas odottaa yrittäjiltä panoksia tähän asiaan. Koska kansallispuisto on merellä, ei se toimi samalla lailla kuin kansallispuisto mantereella, johon yleensä tehdään opaskeskus ja palkataan yrittäjä.

Sassilan mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018) matkailuun tulisi Satakunnassa panostaa maakuntatasolla. Pitäisi olla yhteinen maakunnallinen organisaatio, joka edistäisi matkailua ja yhteistoimintaa. Se kokoaisi reittejä ja paketteja, joilla tehtäisiin Satakuntaa houkuttelevammaksi.

Merikarviaiset Stenroos ja Ristimäki ovat sitä mieltä (henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018), että mahdollisten ulkopuolisten toimijoiden tulisi tehdä yhteistyötä kunnan kanssa, sillä molemmat kohteet ovat kunnan omistuksessa. Yhteistyö matkailun parantamiseksi saarissa, voisi palvella muitakin Merikarviaisia yrittäjiä.

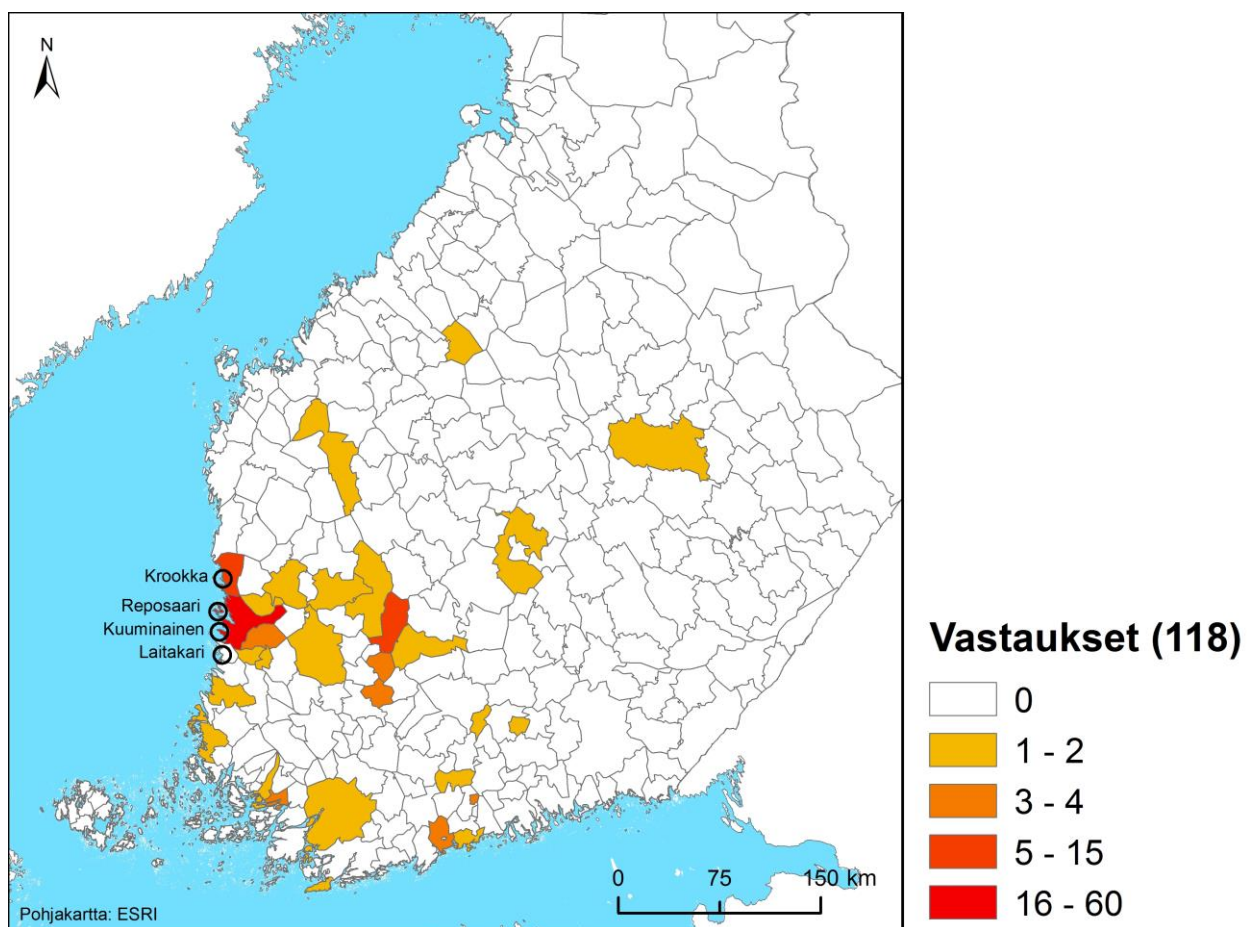
Salokangas kertoo (henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018), että Matkailu Maisa (nykyinen Visit Pori) yritti ja yrittää kerätä palveluja yhteen vaihtelevalla menestyksellä. Visit Porin verkkokaupasta löytyy myös Salokankaan järjestämiä merimatkoja. Ulkopaikkakuntalainen todennäköisesti hakee tietoa saarista ja matkoista netistä ja toivotaan, että Visit Porin kautta ihmiset löytäisivät vielä enemmän palveluja. Viime aikoina ihmiset ovat löytäneet paremmin palveluja Visit Porin kautta. Satakunnan matkailu yrittäjissä on tietyt yrittäjät, jotka yrittävät viedä matkailua eteenpäin. Kaikilla on kuitenkin rajalliset resurssinsa, eikä alueelle haluta pääomasijoittajaa. Kaikkien tulisi ymmärtää, että merimatkailuun liittyvät toimet ovat kalliita ja yrittäjien investoinnit esimerkiksi kalustoon, tulisi maksaa myös takaisin.

Raumalla työskentelevä Saarinen (Saarinen henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018) on sitä mieltä, että vaikka Ravakassa ja ELY-keskuksessa on tietotaitoa ja mahdollisuuksia, olisi tarve nimetä henkilö, jolle voisi soittaa uusista matkailuideoista. Luotaisiin elin, esimerkiksi kahden tai kolmen ihmisen ryhmä, kehen voisi ottaa yhteyttä ja jotka voisivat sitten alkaa ajamaan asiaa eteenpäin. Rannikolla on paljon kehitettävää ja mahdollisuuksia aivan mielettömästi.

Sassila sanoo (henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018), että Satakunta tarvitsisi maakunnallista yhtenäisyyttä. Satakuntaliitto on tehnyt aiemmin maakunnallisen matkailun hyväksi asioita, mutta nyt sielläkin suunnalla on ollut hiljaisempaa. Nyt on toteutettu painotuksia, kuten rannikko, mutta ei pelkkä rannikkokaan edellä voida markkinoida Satakuntaa. Tarvitaan koko alueen kokoavaa ja meiltä löytyy Satakunnasta kaikkea mitä monesta maakunnasta ei löydy, kuten vesistöjä, metsää ja korpea. Lyhyen matkan päästä löytyy kaikkea ja asiakkaille voisi tarjota todella monipuolisia paketteja matkailuun. Satakuntaliitto voisi olla avainasemassa satakuntalaisen imagon nostattamisessa ja tehdä sen vähän samanlaisena hankkeena kuin Porin kaupunki on brändityönä tehnyt.

8 VERTAILU BLUESATA ASIAKASKYSELYN AINEISTOON

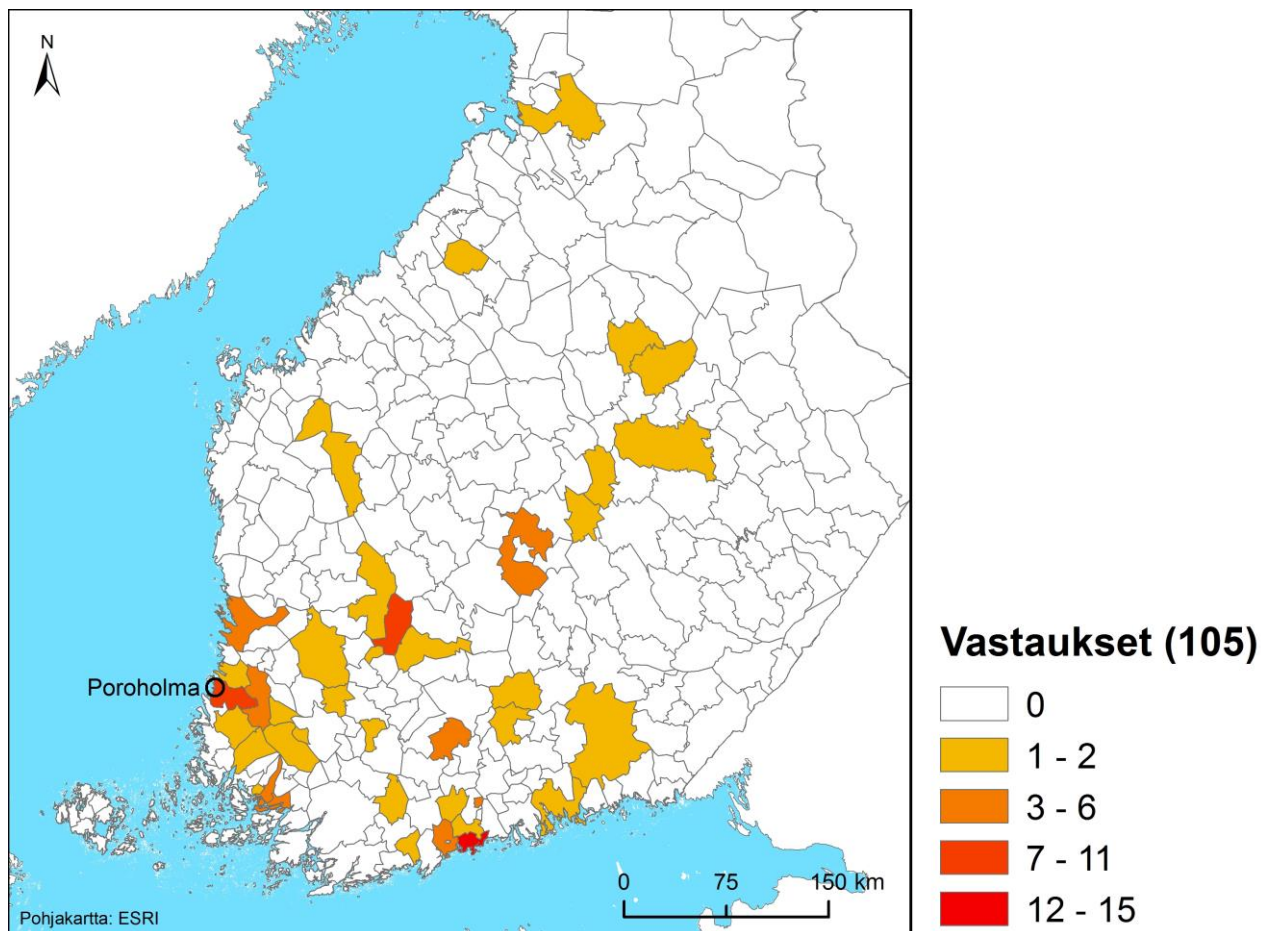
Tuloksien esiin tuomiseksi vertailen yrittäjiltä saamaani aineistoa, sekä BlueSata -asiakaskyselyn aineistoa keskenään. BlueSata -hankkeen projektin tiimoilta on yhteistyössä Sustain Baltic -hankkeen kanssa hankittu aineistoa rannikon alueen liikennepalveluyrityksien asiakkailta ja hyödynnän tätä aineistoa työssäni toimeksiantajan luvalla. Karttakuvat ovat SustainBaltic -hankkeen aineistoa ja niistä näkyy asiakkaiden kotipaikat postinumeron mukaan.



Kuva 1. Kartta vastaajien sijainneista postinumeron mukaan suhteessa satamiin (Ijäs, SustainBaltic -hankkeen aineistoa 2018)

Vierailijat tulevat Krookan, Reoposaaren, Kuuminaisten ja Laitakarin satamiin pääosin Satakunnan alueelta, mutta myös Tampereen seudulta tulee paljon vierailijoita (Kuva 1). Kovin kaukaa vierailijoita ei merkittävästi tule. Yrittäjät tiedostavat hyvin vierailijoiden kotikunnat, sillä heidän kertomansa vastaa hyvin kartan kuvaa. Tilanne

kotikunnista voi olla muuttunut vuoden 2017 kesästä, sillä myös 2018 kesällä järjestettiin takuulähtöjä. Takuulähdöille vierailijat uskaltavat lähteä pidemmän matkan takaa, ilman pelkoa matkan peruuntumisesta.



Kuva 2. Kartta vastaajien sijainneista postinumeron mukaan suhteessa Porvoolan satamaan (Ijäs, SustainBaltic -hankkeen aineistoa 2018)

West Coast Seaservicen vierailijoiden kotipaikat ovat hajaantuneemmat isommalle alueelle (Kuva 2), kuin muiden vesistökuljetusyritysten vierailijoiden kotipaikat. Raumalle tullaan useammin pidemmän matkan takaa, eikä pääpaino vierailijoiden kotiseutuna ole Satakunnassa, vaan enemmänkin Varsinais-Suomessa.

Raumalle houkuttelee ilmeisimmin se, että Rauma usein mielletään kesäkaupungiksi ja kaupungista löytyy paljon muitakin palveluja Porvoolan sataman läheisyydestä saaristokuljetuksen lisäksi. Porvoolan satama ei ole niin eristyksissä keskustasta ja muista palveluista kuin muut kyselyssä mukana olleiden yritysten käyttämät satamat.

Lisäksi Rauma on sijaintina helpommin saavutettavissa Turun ja pääkaupunkiseudun asukkaille.

Kahvila- ja ravintolapalvelujen käyttö Rauman Kylmäpihlajassa vieraillessa on lähes puolet yleisempää kuin muilla saarilla vieraillessa. Kaikilla BlueSata-kyselyyn osallistuneilla saarilla ei ole kahvila- tai ravintolatoimintaa, mutta niille olisi kysyntää. Kysyntä näkyy myös asiakaskyselyssä, sillä jokaisella saarella vähintään puolet kyselyyn vastanneista vierailijoista kertovat olevansa valmiita käyttämään ravintola- tai kahvilapalveluja vierailunsa aikana. Lisäksi esimerkiksi Säppiin kahvilatoimintaa kaihvatettiin jo kuljetusyrittäjien puolesta. (Salokangas henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018; BlueSata -asiakaskysely.)

Mökkimajoitus kiinnostaa vierailijoita saarilla melko tasaisesti, sekä muualla Satakunnassa että Raumalla. Iso-Enskerissä yksi kolmesta vierailijasta, olisi valmis käyttämään mökkimajoitusmahdollisuutta ja muualla määrä oli kaksi kolmesta. Varsinkin Kylmäpihlajassa vierailijoita kiinnostavat myös muut majoitusvaihtoehdot kuten campingalue, jurttateltta ja Bed&Breakfast. (BlueSata-asiakaskysely.)

Asiakaskyselyssä nousi esiin kestävän kehityksen tärkeys myös matkailijoille. Toiveena oli luonnon säästäminen, noudattaen kestävä matkailua, sekä merten suojelu. Esiin tuli myös toive siitä, että kaikki matkailuun liittyvä hoidettaisiin minimaalisesti luontoa rasittamatta ja luontoa kunnioittaen, eikä esimerkiksi Rauman saariin tulisi ylenmääräistä luksusta. Matkailijat haluavat kokea aitoa saaristotunnelmaa ja nauttia puhtaasta luonnosta.

9 YHTEENVETO JA POHDINTA

9.1 Yhteenveto ja johtopäätökset

Lähtökohtana tutkimuksessa oli saada luotua Satakunnan ammattikorkeakoulun matkailuliiketoiminnan tutkimusryhmän käyttöön hyödyllistä tietoa siitä, kuinka merellistä matkailua Satakunnan alueella voisi parantaa. Teoriapohjan loin soveltaen sen

yhteensopivaksi BlueSata-asiakaskyselyn kanssa. Teoriaosuus rakentui saaristomat-kailuun ja rannikkovesiliikenteeseen Suomessa sekä palvelun kehittämiseen. Tutki-musmenetelmäni oli laadullinen tutkimus ja aineistonkeruumenetelmänä käytin tee-mahaastattelua. Teemahaastattelut purin käyttäen teoriaohjaavaa sisällönanalyysia.

Tuloksista selviää, että vierailijat tulevat Raumalle pidempien matkojen päästä kuin muiden rannikkovesiliikenneyritysten palveluille. Muiden rannikkovesiliikenneyritys-ten asiakkaat tulevat Satakunnan ja Tampereen seudulta. Raumalla olleiden vieraili-joiden kotipaikat ovat hajaantuneet suuremmalle alueelle ja alueista Varsinais-Suomi on merkittävä vierailijoiden kotipaikka. Haastateltavat tiedostavat hyvin mistä juuri heidän yrityksensä asiakkaat tulevat. Poroholman sataman sijainti on otollinen portti merelle pääsyyn. Porissa on ongelmana se, kuinka vierailijat saadaan merelle ja me-rellisten palveluiden pariin Porin keskustasta.

Ravintola- ja kahvilapalveluille on kysyntää kaikilla saarilla. Asiakkaat sekä kuljetus-yrittäjät näkevät palvelutarjonnassa aukon siinä kohdassa, jonka joku voisi täyttää. Esimerkiksi Säpin saarelle yritetään saada yrittäjää pitämään kahvilaa kesäkaudelle. Majoituspalvelut ovat myös kysytyjä saarilla ja mökkimajoitus on majoitusvaihtoeh-doista kysytyin. Eritoten Kylmäpihlajan majakkasaarella myös muut majoitusvaihto-ehdot ovat kysytyjä.

Yksi keskeisimmistä tuloksista on yrittäjien näkökulma siitä, että kuka tai mitkä orga-nisaatiot ottaisivat vastuun Satakunnan alueen merellisen matkailun kehittämisestä. Yrittäjät ovat valmiita panostamaan yhteistyöhön, mutta odottavat muiltakin tahoilta toimia. Yksi ehdotuksista on luoda Satakunnan alueesta samantapainen imagon nos-tattamishanke, jonka Pori on brändityönä tehnyt.

Haastatteluissa tulee esiin yrittäjien toiveet ja näkemykset siitä, millä keinoin saaris-tomatkailua voisi Satakunnassa kehittää. Haastatteluista löytyy paljon yhtäläisyyksiä BlueSata-asiakaskyselystä saatujen vastausten kanssa. BlueSata – hankkeessa saadaan hyödynnettyä opinnäytetyön tuloksia, kun mietitään Satakunnan merellisen matkailun kehittämisen keinoja.

9.2 Luotettavuustarkastelu

Tutkimus on pääosin luotettava. Aineistot joita tutkimuksessa on käytetty ovat luotettavia. Sekundaariaineisto, BlueSata-asiakaskysely, on melko luotettava aineisto. Kyselylomake, joka on kyselyä varten vierailijoille luotu, on strukturoitu ja koottu kysymyksistä, jotka eivät olleet niin henkilökohtaisia, ettei niihin vastattaisi. Tutkimukset, joissa on kerääntynyt paljon materiaalia, voivat olla hyödyksi myös muille tutkimuksille. Käytin BlueSata-hankkeessa kerääntynyttä aineistoa oman aineistoni täydentävänä materiaalina.

Haastattelut työssäni ovat primaariaineistoni. Haastattelun luotettavuutta voi heikentää se, kuinka haastateltava haluaa esiintyä haastattelussa. Sosiaalisesti hyväksyttävien vastausten antaminen voi vääristää haastattelun tuloksia. Kysymykseni haastattelussa eivät kuitenkaan olleet sellaisia, että niiden aiheista olisi vaiettu. Haastattelutilanteessa aineisto on tilannesidonnaista ja haastateltava voi puhua tilanteessa toisin, kuin jossain toisessa tilanteessa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 206-207.) Haastattelijan tulee osata purkaa haastattelut tekstiksi muuttamatta niiden asiasisältöä.

Luotettavuutta voidaan tarkastella tutkimuksessa käytettyjen metodien kautta. Tutkijan tulee avata käyttämänsä metodit lukijalle niin, että lukija kykenee arvioimaan metodien ja sitä kautta tulosten luotettavuutta. (Hirsjärvi ym. 2009, 206.) Työssäni käsitelin tarkasti käyttämäni metodit ja työn liitteenä löytyy haastatteluissa käyttämäni teemahaastattelurunko.

9.3 Pohdinta

Loppuvuonna 2017 opinnäytetyöni aihe lyötiin lukkoon. Tarkoitukseni oli aloittaa kirjoittaminen tammikuussa 2018, mutta kirjoituskäteni oli viisi viikkoa kipsissä. Tämän takaiskun jälkeen työni edistyi hitaasti, mutta varmasti. Toimeksiantajan antama aikataulu työlle oli, että sen tulee valmistua viimeistään syyskuussa 2018. Pysyin aikataulussa hyvin ja olen tyytyväinen työhöni. Aiheeni kiinnosti minua jo alussa, mutta kiinnostukseni lisääntyi valtavasti, kun haastattelin yrittäjät.

Kirjoittaminen on sujunut vaihtelevasti. Silloin kun hyvää tekstiä on tullut, on pitänyt kirjoittaa. Ohjauskeskustelut opinnäytetyön ohjaajan ja muiden hänen ohjattaviensa kanssa auttoivat eteenpäin hankalammissa vaiheissa. Vertaistuki muilta opinnäytetyön parissa painivilta oli hyödyllistä ja yhdessä saimme pohdittua opinnäytetöiden sisältöä ja rakennetta yleisesti. Teoriaosuuden kirjoittaminen oli melko vaivatonta, tosin lähteiden löytäminen oli välillä hyvin hankalaa. Yrittäjien haastattelut olivat mielestäni paras osuus opinnäytetyössäni. Olin valmiiksi perehtynyt aiheeseeni hyvin, joten minua kiinnosti todella paljon yrittäjien mielipiteet ja näkökulmat aiheista. Yrittäjien kanssa keskusteltuani ymmärsin myös taas sen, että vaikka teoriassa asioiden pitäisi mennä näin ja näin, eivät ne usein käytännössä mene niin. Koin erityisen haastavaksi haastatteluiden purun ja luokittelun. Mielestäni onnistuin silti kokoamaan hyödyksi olevaa asiatekstiä haastatteluista ja tutkimukseni on onnistunut.

LÄHTEET

Aarnikoivu, H. Onnistu asiakaspalvelussa. 2005. Juva: WS Bookwell.

Albanese, P. & Boender, M. Matkailu markkinointi. 2002. Helsinki: Edita.

Arino, K., Heikkinen, K., Heinäaho, M., Härmä, E., Mattila, L., Rantanen, J., Roininen, J., Salminen, J. & Veistola, S. 2017. eMaantieto 9: Suomen maantieto. Jokioinen: e-Oppi Oy. Viitattu 12.2.2018. <https://peda.net/oppimateriaalit/e-oppi/n%C3%A4yttekirjat/ylakoulu/maantieto/suomi22/emaantieto-92/lattoekma>

Euroopan komissio. Blue Growth. Viitattu 1.3.2017. https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/blue_growth_en

Green Care Finlandin www-sivut. 2018. Viitattu 28.2.2018. <http://www.gcf Finland.fi/kehittaminen/hanke-esittelyt/hankkeet/bluesata---vesistoista-palveluliiketoimintaa-satakuntaan-/>

Haanpää, M., Garcia-Rosell, J-C. & Kyyrä, S. 2013. Teoksessa Veijola S. (toim.) Ennakoiva tuotekehitys matkailussa. Matkailututkimuksen lukukirja. Porvoo: Bookwell, 102-114.

Hall, C. M., Müller, D.K. & Saarinen, J. 2009. Nordic Tourism. Issues and Cases. Channel View Publications. Bristol.

Hemmi, J. Matkailu. ympäristö, luonto osa 1. 2005. Jyväskylä: Gummerus.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. 2009. Helsinki: Gaudeamus yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. Tutki ja kirjoita. 2009. Helsinki: Tammi.

Ijäs, A. 2018. Satakunnan merellisen matkailun asiakastutkimuksen kartat. Sustain-Baltic -hankkeen aineisto. Vastaanottaja: Emma Putaja. Lähetetty 4.4.2018 klo.16.11. Viitattu 11.9.2018

Kala-Tommi tmi. Viitattu 22.2.2018. <http://www.kala-tommi.fi/index.html>

Kaljaasi Ihana. Viitattu 25.2.2018. <http://ihana.fi/fi-fi/purjehdukset/yleisopurjehdukset/33/>

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

Liikennevirasto. Kotimaan vesiliikennetilasto 2016. Viitattu 1.3.2018. <https://www.liikennevirasto.fi/tilastot/vesiliikennetilastot/kotimaan-vesiliikenne#.WpvOxOjFLIU>

Lokki, T. 2018. Selkämeren veneretket. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 29.3.2018.

Luontoon.fi. Selkämeren aktiviteetit. Viitattu 4.4.2018. <http://www.luontoon.fi/selkameri/aktiviteetit>

Luontoon.fi. Selkämeren kulkuyhteydet ja kartat. Viitattu 14.9.2018.
<http://www.luontoon.fi/selkameri/kartatjakulkuyhteydet>

Merikarvian kunnan www-sivut. 2018. Ouran saaristo. Viitattu 24.2.2018.
http://www.merikarvia.fi/?p=/matkailu_ ja_vapaa-aika/ouran_saaristo

Merikarvian kunnan www-sivut. 2018. Selkämeren kansallispuisto. Viitattu 21.2.2018. http://www.merikarvia.fi/?p=/matkailu_ ja_vapaa_aika/selkameren_kansallispuisto

Merikarvian matkailu. Meri kuljetukset Ouran saaristoon. Viitattu 25.2.2018.
<https://www.merikarvianmatkailu.fi/merikuljetukset>

Metsähallitus. Selkämeren kansallispuiston arvot ja käyttö matkailijatoimijoiden näkökulmasta. Viitattu 21.2.2018. <https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/selkameren-arvot.pdf>

Porin kaupungin verkkosivut. Viitattu 22.2.2018. <http://www2.pori.fi/ymparistovirasto/luonto/iso-enskeri.html>

Pöllänen, M., Säily, S., Kalenoja, H. & Mäntynen, J. 2005. Merenkulku ja satamatoiminnot. Tampereen teknillinen yliopisto. Liikenne- ja kuljetustekniikan laitos. Tampere.

Rauman saaristokuljetus. Viitattu 26.2.2018. <http://www.raumansaaristokuljetus.fi/reittiliikenne.php>

Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrandi: Onnistu mielikuvamarkkinoilla. Helsinki: WSOY.

Saarinen, S. 2018. West Coast SeaService. Pori. Puhelinhaastattelu 11.4.2018. Haastattelijana Emma Putaja. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Salokangas, T. 2018. Peranta Oy. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 22.3.2018.

Sassila, S. 2018. Kaljaasi Ihana Oy. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 19.3.2018.

Satakuntaliitto. 2018. Viitattu 28.2.2018. <http://www.satakuntaliitto.fi/sustain-baltic>

Selkämeren veneretket. Viitattu 24.2.2018. <http://www.selkamerenveneretket.fi/>

Stenroos R. & Ristimäki, T. 2018. Stenroos tmi ja Ristimäki tmi yhteistyössä. Merikarvia. Henkilökohtainen tiedonanto 21.3.2018.

Säpin majakkasaari. Viitattu 24.2.2018. <http://www.sapinmajakka.com/risteilyt.htm>

Tilastokeskuksen www-sivut. Toimialaluokitus 2008. Viitattu 12.2.2018.
<https://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/50102.html>

Tilastokeskuksen www-sivut. Käsitteet. Viitattu 19.9.2018.

<http://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html#tab2>

Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Tyrväinen, L., Tolvanen, A. & Tuulentie, S. 2013. Teoksessa Veijola S. (toim.) Ennakoiva tuotekehitys matkailussa. Matkailututkimuksen lukukirja. Porvoo: Bookwell, 146-159.

Unep. 2009. Sustainable Coastal tourism - An integrated planning and management approach. <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx1091xPA-Sustainable-CoastalTourism-Planning.pdf>

Uusiniitty-Kivimäki, M. BlueSata asiakaskysely 2017. Satakunnan ammattikorkeakoulu, palveluliiketoiminnan tutkimusryhmä.

Uusiniitty-Kivimäki, M. Hankesuunnitelma BlueSata. Vastaanottaja: Emma Putaja. Lähetetty 11.10.2017 klo.10.12. Viitattu 12.2.2018.

Veijola, S. 2013. Matkailututkimuksen lukukirja. Porvoo: Lapin yliopistokustannus.

Verhelä, P. Matkailun perusteet. Kuopio: Kuopion liikekirjapaino Oy. 2016.

Verkkokaupan vallankumous. Asiakasymmärrys on palvelun kehittämisen perusta. Viitattu 24.2.2018. <https://verkkokaupanvallankumous.wordpress.com/2013/11/03/asiakasymmarrys-on-palvelun-kehittamisen-perusta/>

Visit Finlandin www-sivut. 2018. Viitattu 16.2.2018. <http://www.visitfinland.fi/tuoteemat/merellinen-saaristo/>

Vuorinen, J., Sorakunnas E. & Högmander J. 2014. Metsähallituksen luonnonsuojelujulkaisuja. Sarja C 127. Öron luontomatkailemisen kehittämissuunnitelma. <https://julkaisut.metsa.fi/assets/pdf/lp/Csarja/c127.pdf>

Vuoristo, K. 2002. Matkailun muodot. Porvoo: Bookwell.

YLE. Selkämeren kansallispuisto odottaa turisteja. Viitattu 20.2.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-5372779>

YLE. Sup-lautailu on kesän vesilajien hitti – laji käy kovaan treeniin tai maiseman ihailuun. Viitattu 14.4.2018. <https://yle.fi/uutiset/3-7391690>

TEEMAHAASTATTELURUNKO YRITTÄJILLE

Taustatiedot: nimi, yritys, yrityksen palvelut, kuinka vanha yritys

Oman palvelun kehittäminen

- Palvelujen kohderyhmä, millaisena yrittäjä näkee
- erilaistaminen
- lisäpalvelut

Alueen muiden palvelujen kehittäminen

- Palvelut: majoitus, ravitsemus, aktiviteetit, ostokset
- infrastruktuuri ja sen kunnossapito
- kestävä kehitys

Eri toimijoiden roolit

- kunnat
- metsähallitus

TOIMEKSIANTAJAN PALAUTE

Opinnäytetyö on hyvin ja huolellisesti laadittu. Tehtävä vaati perehtymistä moneen eri asiaan: aiheeseen liittyvän teorian ja merellisen matkailun asiakaskyselyn tulosten lisäksi mm. Selkämeren kansallispuistoon, rannikko- ja saaristomatkailuun ja niiden kehittämiseen yleisesti, Satakunnan rannikon toimintaympäristöön ja yritysten toimintaan. Perehtymistä helpotti se, että Emma oli jo ennen opinnäytetyötään työstänyt asiakaskyselyn aineistoa ja näin pääsi perehtymään aihepiiriin siten, että tietomäärän vastaanottaminen ja hyödyntäminen jakaantui pidemmälle ajanjaksole.

Työ eteni erittäin hyvin, eikä edellyttänyt juurikaan ohjausta toimeksiantajalta, vaan Emma toimi erittäin aktiivisesti, itsenäisesti ja järjestelmällisesti. Toimeksiantajan näkökulmasta olisin ehkä jopa toivonut useampia keskusteluja työn etenemisestä ja sisällöstä sen eri vaiheissa – silloin tulosten hyödynnettävyys olisi voinut olla vielä parempi.

Työn keskeisin anti on se, että siinä kootaan yhteen matkailijoille venevetki- ja risteilypalveluita tarjoavien yritysten näkemykset merellisen matkailun kehittämistarpeista. Varsinaisesti uusia ja yllättäviä näkemyksiä työn tuloksena ei noussut esiin, mutta opinnäytetyö kokoaa ansiokkaasti yhteen ja nostaa siten paremmin ja puolueettomalla tavalla esiin aiemmin ainoastaan hajanaisesti yksittäisissä keskusteluissa esiin nousseita asioita. Merellisen matkailun kestävyys liittyvät näkökohdat ja luontomatkailun negatiivisten vaikutusten mahdollisuus on nostettu esiin työssä hyvällä tavalla. Opinnäytetyön kautta toimintatapojen ja kehittämistarpeiden eroihin eri alueilla tulee uutta näkökulmaa.

Satakunnan rannikon eri osa-alueiden keskeisimmät kehittämistarpeet ja vahvuudet nousivat hyvin esiin haastattelujen analyysissä, mutta kärkiteemat olisi voinut vielä tiivistää selkeäksi listaksi, mikä olisi terävöittänyt tulosten esitystä. Työssä olisi myös voinut käsitellä laajemmin haastattelujen ja asiakaskyselyn välisiä yhteyksiä analysoimalla syvällisemmin sitä, millä tavoin yrittäjien esiin nostamat asiat ilmenivät kyselyaineistossa. Kärkihaasteiden ja -vahvuuksien listaus olisi helpottanut myös tätä analyysia ja syvempi analyysi olisi parantanut työn käytettävyyttä tulevien kehittämistoimenpiteiden suunnittelussa.

Työssä oli käytetty erilaisia lähteitä, mutta joissakin kohdissa viittaamisen täsmällisyyttä ja viittaustapaa olisi mahdollista parantaa: esimerkiksi lähdeluettelossa on mainittu BlueSata -hankkeen hankesuunnitelma, mutta hankkeen kuvauksen yhteydessä on viitattu Green Care Finlandin verkkosivustolle, jossa on hankkeen lyhyt kuvaus tai vastaavasti Selkämeren kansallispuiston kuvauksessa on viitattu Merikarvian kunnan, ei puistoa ylläpitävän Metsähallituksen aineistoihin. Tarkoituksenmukaisinta tällaisissa tapauksissa on viitata hallinnoijan/ylläpitäjän aineistoihin.

Työn ansiosta Satakunnan merellisen matkailun tulevaisuuden kehittämis- ja yhteistyötoimenpiteet ovat nyt paremmin esitettävissä ja perusteltavissa eri toimijoille. Työn tuloksia voidaan hyödyntää myös seuraavien kehittämishankkeiden suunnittelussa. Oletettavaa on, että työ herättää ajatuksia paitsi toimeksiantajassa myös haastatelluissa yrityksissä. Onkin tärkeää, että opinnäytetyö ja sen keskeiset tulokset tiivistetysti toimitetaan tiedoksi myös haastatelluille.

Emmalle kiitos hyvästä työstä!

27.9.2018

Minna Uusiniitty-Kivimäki

projektipäällikkö

BlueSata -hanke