

Espoo suosituimmaksi kongressikaupungiksi - kehityskohteita kongressitoiminnassa



Kneckt, Tanja
Lehmusto, Elina

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Espoo suosittumaksi kongressikaupungiksi -
kehityskohteita kongressitoiminnassa

Tanja Kneckt
Elina Lehmusto
Hotelli- ja ravintola-alan
liikkeenjohto
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2010

Tanja Kneckt & Elina Lehmusto

Espoo suosituimmaksi kongressikaupungiksi - kehityskohteita kongressitoiminnassa

Vuosi 2010 Sivumäärä 40

Teknologian kehittymisen myötä on keskusteltu paljon henkilökohtaisen kohtaamisen merkityksestä ja tarpeellisuudesta. Vaikka kehittynyt tekniikka on vähentänyt yritysmaailmassa tarvetta matkustaa, ei sen vaikutus ulotu kuitenkaan kongressimaailmaan. Kongressien tarkoituksena ei ole vain tiedon välittäminen, vaan yhtä tärkeää on osallistujien mahdollisuus verkostoitua ja kommunikoida.

Opinnäytetyömme tarkoituksena oli selvittää teemahaastatteluiden avulla, minkälainen mielikuva kongressialan ammattilaisilla on Espoosta kongressikaupunkina ja mitä he odottavat kongressipaikoilta ja kongressikaupungilta. Työn toimeksiantajana toimi Espoon Matkailu Oy. Tavoitteenamme oli tutkia kongressimatkailun tämän hetkistä tilannetta Espoossa kongressialan ammattilaisten näkökulmasta sekä pohtia kehityskohteita kongressitoiminnassa.

Opinnäytetyömme on kvalitatiivinen tutkimus. Haastattelimme pääosin pääkaupunkiseudulla toimivia PCO-toimistojen (Professional Congress Organizer) edustajia. Haastattelumenetelmänä käytimme teemahaastattelua. Selvitimme vastaajien mielikuvaa Espoosta, Espoon kilpailijoita ja kongressikaupunkien välistä kilpailutilannetta sekä kongressimatkailun trendejä ja tulevaisuutta. Tärkeimmäksi teemaksi nousi kongressiammattilaisten odotukset kongressikaupunkia kohtaan. Selvitimme erityisesti odotuksia kongressipaikasta, majoituksesta, liikkumisesta, ja oheisohjelmasta. Haastatteluiden pohjalta kokosimme SWOT-analyysin, jonka avulla jäsensimme saamamme tiedon havainnollisempaan muotoon.

Haastateltujen mielipiteet olivat yhteneväisiä ja Espooseen liitettiin mielikuvia koskemattomasta luonnosta, merestä ja väljyydestä sekä turvallisuudesta. Kongressipaikoista tunnetuin oli Otaniemessä sijaitseva Dipoli. Espoossa sijaitsevat suuret kansainväliset yritykset ja Aalto-yliopiston teknillinen korkeakoulu lisäävät Espoon vetovoimaa tiedeyhteisössä. Haastatteluista saatujen tulosten mukaan Espoo tunnetaan melko huonosti pääkaupunkiseudun ulkopuolella ja varsinkin ulkomailla. Espoon kannattaisi hyödyntää pääkaupungin läheisyyttä ja Espoosta voisi markkinoida vahvemmin osana pääkaupunkiseutua.

Asiasanat: kongressin järjestäminen, Espoo, PCO, SWOT-analyysi

Kneckt, Tanja & Lehmusto, Elina

How to Alter Espoo into a Popular Congress City: Targets for Development in Congress Business

Year	2010	Pages	40
------	------	-------	----

The development of technology has raised discussion about the needs and necessity of face to face meetings. Even though high technology has decreased, the need for business travel and its influence are not visible in congress business. The purpose of congresses is not only to share information but equally important is the possibility for the delegates to network and communicate.

This thesis was commissioned by Espoo Convention & Marketing (Espoon Matkailu Oy) and the purpose was to discover through theme interviews how congress professionals find Espoo as a congress city and what their expectations are on congress venues and congress cities in general. Our objective was to investigate the current situation of congress travelling in Espoo from the congress professionals' perspective and to discover targets for development in congress business.

This thesis is a qualitative research. Professional Congress Organizers (PCO) were theme interviewed mainly in the Helsinki capital region. The image and competitors of Espoo were investigated as well as the competition between congress cities from the congress professionals' perspective. In addition, trends and the future of congress travel were examined. The expectations of congress professionals on the congress city became the main theme in this thesis. The expectations on accommodation, congress venues, transportation and social programmes were examined in detail. Based on the information gathered from the interviews a SWOT-analysis was drawn up to help organize the data into a more informative form.

The interviewed congress professionals agreed on their opinions of Espoo. They related images of untouched nature, sea, space and security to Espoo. Dipoli in Otaniemi was the most familiar congress venue. Large international companies in Espoo and Aalto University's School of Science and Technology increase Espoo's attraction. Based on the information from the interviews, Espoo is fairly unknown outside the Helsinki capital region and abroad. Espoo should consider exploiting the vicinity of the capital and as a result Espoo could be marketed more strongly as a part of the capital region.

Keywords: congress organizing, Espoo, PCO, SWOT analysis

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Työn lähtökohdat ja tavoite.....	2
3	Kongressitoiminta Espoossa	2
	3.1 Espoon kaupunki tilastoina	3
	3.2 Espoon Matkailu Oy	4
	3.3 Espoon matkailustrategia 2009 - 2012	5
4	Kongressi on yksi tärkeimmistä kokoustyypeistä.....	5
	4.1 Kansainvälisen kongressin järjestäminen.....	6
	4.2 Kongressimatkailun taloudellinen merkitys	10
	4.3 Kongressipaikan valintaan vaikuttavat tekijät.....	12
5	Kokoukset ja kongressit Suomessa	13
6	Aineistonkeruu ja tutkimusmenetelmät	14
7	Kilpailutilanteen selvittäminen	15
	7.1 Espoon kilpailijat kongressimarkkinoilla.....	17
	7.2 SWOT-analyysi menetelmänä.....	20
8	Haastattelut ja niiden analysointi.....	23
	8.1 Mielikuva Espoosta	24
	8.2 Odotukset kongressikaupunkia kohtaan	25
	8.2.1 Kongressipaikka	26
	8.2.2 Majoitus	26
	8.2.3 Liikkuminen	27
	8.2.4 Oheisohjelma	28
	8.3 Espoon kilpailijat	28
	8.4 Trendit ja tulevaisuus kongressimatkailussa	29
9	Tulokset	29
10	Yhteenveto.....	30
	Lähteet	32
	Kuviot.....	36
	Taulukot.....	36
	Liitteet	37

1 Johdanto

Espoo on yksi Suomen suosituimpia kongressikaupunkeja. Vuonna 2009 Espoossa järjestettiin 66 kansainvälistä kongressia (Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain). Espoon sijainti Suomen etelärannikolla aivan pääkaupungin kupeessa ja hyvät liikenneyhteydet lisäävät Espoon mahdollisuuksia toimia kongressien järjestäjänä. Espoolla on tarjota nykyaikaisia ja tasokkaita kokous- ja kongressitiloja kaikenkokoisten tilaisuuksien järjestämiseen. (Miksi juuri Espooseen?.)

Monilla aloilla on jo jonkin aikaa pohdittu, onko henkilökohtaista niin sanottua face-to-face -kohtaamista mahdollista korvata teknologian suomien mahdollisuuksien avulla. Kokouksien ja kongressien järjestäjät pelkäävät webinaarien, videokonferenssien ja muiden virtuaalisten tapaamisten korvaavan perinteiset henkilökohtaiset tapaamiset. Kehittyneellä teknologialla on paljon hyviä puolia: tapaamisen ei esimerkiksi tarvitse olla paikkaan sidottu ja näin säästyy rahaa ja aikaa, kun matkustaminen vähentyy.

Onko virtuaalitapaaminen yhtä tehokas ja luotettava kuin henkilökohtainen tapaaminen? Laman aikana yritykset ovat varmasti hyödyntäneet teknologian suomia mahdollisuuksia kokousjärjestelyissään ja esimerkiksi luonnon katastrofien, kuten Islannin tulivuoren purkauksen aiheuttaman lentokiellon aikana, virtuaalitapaamiset voivat pelastaa tilanteen. On kuitenkin vaikea uskoa, että henkilökohtainen tapaaminen olisi kokonaan korvattavissa teknologialla. Face-to-face -kohtaamisessa henkilöiden välillä liikkuu paljon enemmän informaatiota kuin virtuaalisessa tapaamisessa on mahdollista. Toista ihmistä on helpompi "lukea" kasvotusten ja suhteen rakentaminen on helpompaa.

Eräässä tutkimuksessa (Business Meetings Face-to-Face 2009.) todetaan, että suostuttelemineen, johtaminen, sitoutuminen, vastuullisuus ja päätöksenteko onnistuvat helpommin face-to-face -kohtaamisessa kuin esimerkiksi videon välityksellä. Liikesuhteet syntyvät oikeissa tapaamisissa esimerkiksi kahvikupin ääressä tai illallisella. Tutkimuksessa todetaan virtuaalitapaamisten haittapuolena olevan, että tapaamiseen osallistujat eivät välttämättä ole niin sitoutuneita tapaamiseen kuin jos se tapahtuisi kasvokkain. Monet ovat Internetissä, tarkistavat sähköpostinsa ja lukevat jotakin tai hoitavat asioita, jotka eivät millään tavoin liity meneillään olevaan tapaamiseen. Voidaan todeta, että aidot tapaamiset tuskin tulevat kokonaan korvautumaan virtuaalitapaamisilla, mutta jotkin tapaamiset on mahdollista hoitaa myös teknologian välityksellä. (Business Meetings Face-to-Face 2009.)

2 Työn lähtökohdat ja tavoite

Espoon Matkailu Oy on tämän työn toimeksiantaja ja yhteyshenkilönämme toimi Espoon Matkailu Oy:n kongressipäällikkö. Työn tarkoituksena oli selvittää teemahaastatteluiden avulla, minkälainen mielikuva kongressialan ammattilaisilla on Espoosta kongressikaupunkina ja mitä he odottavat kongressipaikoilta ja kongressikaupungilta. Haastatteluista saatavien tulosten avulla Espoon Matkailu Oy voi tulevaisuudessa kasvattaa kokous- ja kongressitoiminnan määrää Espoossa. Tavoitteenamme oli tutkia kongressimatkailun tämän hetkistä tilannetta Espoossa asiakkaiden näkökulmasta sekä pohtia kehityskohteita kongressipalveluissa.

Aloitimme työn kehittämällä omaa asiantuntijuuttamme kongressien järjestämisestä käyttäen kirjallista aineistoa. Tämän tiedon pohjalta laadimme ensimmäisen SWOT-analyysin Espoon kongressimatkailun tilanteesta. Seuraavaksi haastattelimme suomalaisia kongressialan ammattilaisia. Haastatteluiden kautta saimme yksityiskohtaisempaa tietoa kongressitoiminnasta ja näiden tietojen avulla teimme uuden SWOT-analyysin sekä tutkimme kaupunkien välistä kilpailua kongressienjärjestäjänä.

Jaoimme työmäärän tasapuolisesti. Haasteelliset osuudet, kuten haastattelut, toteutimme yhdessä. Henkilökohtaisena tavoitteenamme oli kehittää omaa asiantuntijuuttamme kongressitoiminnan parissa. Tavoitteena oli laajentaa ymmärtämystämme kongressien organisoimisen eri vaiheista. Tietämyksemme pääkaupunkiseudun ja erityisesti Espoon kaupungin alueen tarjoamista mahdollisuuksista liittyen kongressitoimintaan lisääntyi huomattavasti työn aikana.

3 Kongressitoiminta Espoossa

Espoossa on 19 kokoustilojen tarjoajaa ja tilaa yhteensä 10 241 hengelle (liite1). Tähän lukuun ei ole laskettu Otahallia ja Barona Areenaa, jotka tuovat lisää tilaa 9800 hengelle. Suurin Espoon kokoustiloista löytyy Dipolista ja pelkästään Otaniemen alueella kokoustiloja on 6903 hengelle, jos mukaan lasketaan Otahallin ja Radisson BLU Espoon hotellin tilat. (Espoo virallinen kokousopas, kokoustilat tilaisuuden mukaan.) Espoossa on 14 hotellia ja noin 1 300 huonetta (Espoo city Facts). Vuonna 2006 yöpymisiä oli yli 370 000 ja vieraista ulkomaalaisia oli jopa 43,5 %. Suurin osa yöpymisistä (noin 355 000) oli hotelleissa ja huoneiden käyttöaste vuonna 2006 oli 56,7 %. (Espoon kaupungin tilastollinen vuosikirja 2007, 55.)

Helsingin kaupungin matkailutulo vuonna 2007 oli noin 900 miljoonaa euroa, josta suurin osa tuli majoitus- ja ravitsemisalalta sekä vähittäiskaupasta. Vantaalla erityisesti ilmailu, majoitus- ja ravitseminen sekä kauppa nostivat kaupungin matkailutulot runsaaseen 420

miljoonaan euroon. Espoon kaupungin matkailutulot olivat noin 200 miljoonaa, josta suurimmasta osasta vastasivat kauppa ja autoiluun liittyvä toiminta. (Matkailu pääkaupunkiseudulla.)

Espoo vetää puoleensa vahvasti tiede- ja tutkimusalan ammattilaisia. Otaniemessä sijaitseva Aalto-yliopiston teknillinen korkeakoulu on tieteen ja teknologian edistäjä. Tutkimuskeskusten, osaamisen ja liike-elämän keskittymät pääkaupunkiseudulla tuovat vuosittain tuhansia kokous- ja kongressivieraita Espooseen. Vuonna 2010 toimintansa aloittanut Aalto-yliopisto, joka on Helsingin kauppakorkeakoulun, Taideteollisen korkeakoulun ja Teknillisen korkeakoulun muodostama uusi yliopisto, voi osaltaan lisätä kokouksien ja kongressien määrää Espoossa. (Miksi juuri Espooseen?.)

Dipoli on Espoon tunnetuin ja tärkein kongressipaikka. Dipolissa on 20 erilaista kokoustilaa, joihin kuuluu esimerkiksi kokoustila 300 - 1000 hengelle, 250-paikkainen auditorio ja 16 pientä ja keskisuurta kokoushuonetta. Aulatilaja ja Sodexon lounasravintolaa voidaan käyttää myös iltatilaisuuksiin. Dipoli on vuonna 2004 saanut Suomen WWF:n kehittämän Green Office -merkin ensimmäisenä kokouspaikkana Suomessa. (Aalto-yliopisto DIPOLI kokous- ja kongressipalvelut).

TKK:lla, eli Aalto-yliopiston teknillisen korkeakoulun päärakennuksessa järjestetään myös jonkin verran tieteellisiä kongresseja. TKK:lla järjestettävät kongressit järjestetään aina yhteistyössä Dipolin kokouspalveluiden kanssa. (Aalto-yliopiston teknillisen korkeakoulun kongressipalvelut). Teknillisessä korkeakoulussa on 100 eri kokoustilaa ja kapasiteettia jopa 4500 hengen kongressille. TKK:n päärakennuksen suurimpaan kokoustilaan mahtuu 750 henkilöä. (Espoo virallinen kokousopas, kokoustilat tilaisuuden mukaan).

Hanasaaren kulttuurikeskuksessa on 11 eri kokoustilaa, joista suurimpaan mahtuu 231 henkeä. Kokonaisuudessaan Hanasaarella on tilaa 502 hengelle. (Espoo virallinen kokousopas, kokoustilat tilaisuuden mukaan). Kulttuurikeskukseen kuuluu myös oma ravintola ja 61 huoneen hotelli (Esittely Hanasaari - Suomi-Ruotsi-yhteistyö, hotelli, ravintola, kokoukset.)

3.1 Espoon kaupunki tilastoina

Espoon pinta-ala on 528 km². Lähes puolet, eli 216 km²; on merta, järviä ja jokia. Maa-alueestakin suurin osa, noin 60 %, on metsätalouskäytössä. Vuoden 2007 loppuun mennessä 105,9 km² Espoon maa-alueesta oli kaavoitettu. (Espoon kaupungin tilastollinen vuosikirja 2007, 15.) Espoossa oli vuonna 2008 noin 238 000 asukasta ja väestö kasvaa noin 4000 hengellä vuosittain. Ulkomaalaisia oli 12 755 henkeä ja vieraista kielistä yleisimmät olivat venäjä, viro, somali ja englanti. (Espoon kaupungin tilastollinen vuosikirja 2007, 21 - 22.)

Vuonna 2002 Espoon alueella oli noin 94 000 työpaikkaa ja 103 000 työssäkäyviä henkilöitä ja työpaikkaomavaraisuus oli runsaat 90 %. Kuitenkin vain noin puolet espoolaisista käy työssä oman kunnan alueella. Huomattava enemmistö muualla työssä kävijöistä suuntaa Helsinkiin ja yli 10 % Vantaalle. (Espoo Alueittain 2000-luvulla, 12.) Työpaikkojen määrällä mitattuna suurimmat elinkeinot Espoossa vuonna 2005 olivat palvelut (26 %), rahoitus (25 %) ja kauppa (24 %). Työpaikat sijaitsevat yleensä Suur-Leppävaaran ja Suur-Tapiolan alueella. Vaikka Suur-Espoonlahti on toiseksi suurin asutusalue, siellä on alle 10 % Espoon työpaikoista. (Espoon kaupungin tilastollinen vuosikirja 2007, 43 - 44.) Koska puolet Espoon työllisistä kulkee päivittäin kuntarajojen yli, ja noin 40 000 ulkopaikkakuntalaista tulee Espooseen töihin, toimivat liikennejärjestelyt ovat välttämättömät.

Joukkoliikenteestä Espoossa vastaavat yksityiset liikenteenharjoittajat ja VR Lähiliikenne. Päivittäin Espoossa ajetaan 6 312 linja-autovuoroa ja 293 rautateiden lähiliikenteen vuoroa. Suurin osa vuoroista on niin sanottuja seutulinoja ja päättyvät Helsinkiin. (Espoon kaupungin tilastollinen vuosikirja 2007, 51.) Länsiväylä ja Kehä I ovat Espoon vilkkaimmin liikennöidyt tiet. (Espoon kaupungin tilastollinen vuosikirja 2007, 52).

3.2 Espoon Matkailu Oy

Vuonna 2000 perustettu Espoon Matkailu Oy on Espoon kaupungin tytäryhtiö, jonka keskeisenä tehtävänä on markkinoida Espoota kokous- ja kongressikaupunkina. Espoon Matkailu Oy on aktiivisesti yhteistyössä espoolaisten matkailu- ja kongressialan toimijoiden kanssa. Espoon Matkailu Oy ja Aalto-yliopiston teknillinen korkeakoulu tekevät yhteistyötä kongressien järjestämisessä. (Espoon Matkailu Oy:n palvelut.)

Espoon Matkailu Oy:n palvelut ovat maksuttomia ja puolueettomia. Palveluihin kuuluu asiantuntija-apu kokousten ja kongressien ennakkosuunnittelussa ja kutsumisessa, esittelyaineiston kokoaminen, avainhenkilöiden tutustumisvierailuiden järjestäminen, kokous-, majoitus- ja juhlatilojen kartoitus sekä tilojen alustavat varaukset. Espoon Matkailu Oy avustaa kokousten ja kongressien markkinoinnissa, oheis- ja seuralaisohjelmien suunnittelussa ja suorittaa järjestelyt kaupungin organisaatioiden kanssa. (Espoon Matkailu Oy:n palvelut.) Matkailumarkkinointi on merkittävä osa Espoon Matkailu Oy:n toimintaa, joka sisältää mm. kansainvälistä markkinointiviestintää, kuten oppaita, karttoja ja Internet-sivut. Espoon Matkailu Oy:n toimintaan kuuluu myös markkinointitapahtumiin osallistumista, vapaa-ajan matkailun edistämistä ja tuotteistamista sekä Espooseen tulevien kongressien, kokousten ja tapahtumien myyntiä ja järjestämistä. (Kaupunkimarkkinoinnin kokonaissuunnitelma vuodelle 2010.)

3.3 Espoon matkailustrategia 2009 - 2012

Espoon Matkailu Oy:n tavoitteena on kehittää matkailutuotteita, jotka lisäävät matkailijoiden ja yöpyjien määrää Espoossa. Kehityskohteina ovat muun muassa kokoukset ja kongressit, tapahtumat, kulttuuritarjonta ja luonto sekä Espoo-mielikuvan rakentaminen. Uudistetut hotellit kuten Sokos Hotel Tapiola Garden, Kokoushotelli Meripuisto ja StayAt auttavat positiivisen Espoo-mielikuvan luomisessa sekä osaltaan kasvattavat yöpymisten määrää. (Espoon Matkailustrategia v. 2009 - 2012.)

Tavoitteena on saada useita uusia hankkeita valmiiksi 5 - 7 vuoden sisällä. Tällaisia hankkeita ovat mm. uusien hotelli- ja kokoustilojen rakentaminen ja vapaa-ajankohteiden, kauppakeskusten, toimitilojen, palveluiden sekä liikennejärjestelyiden kehittäminen. Lisäksi tavoitteena on kasvattaa Espoon kansainvälistä kilpailukykyä, Espoon aseman vahvistaminen matkailukaupunkina, Espoossa tarjottavien matkailupalveluiden myynnin kasvu, palvelun laadun nostaminen omassa ja kumppaneiden toiminnassa sekä pääkaupunkiseudun matkailun yhteistyön kehittäminen. Merkittäviä rakennus- ja kehittämishankkeita Espoon alueella ovat Nuuksion Luontokeskus, Super Life Lab, Tapiolan uudistus ja Suurpelto. (Espoon Matkailustrategia v. 2009 - 2012.) Espoon Matkailu Oy:n päätavoitteena on kehittää Espoosta Suomen kiehtovin kokous- ja matkailukaupunki yhteistyössä matkailupalvelutarjoajien ja Espoon kaupungin kanssa. (Espoon Matkailustrategia v. 2009 - 2012.)

4 Kongressi on yksi tärkeimmistä kokoustyypeistä

Kokoukset voivat vaihdella yksinkertaisesta palaverista monimuotoisempiin kongresseihin. Kokous voi sisältää erilaista ohjelmaa useissa eri tiloissa ja sen kesto voi olla useita päiviä. Erilaisten kokoontumisten tarkoituksena on tehdä yhdessä päätöksiä, tiedottaa, keskustella sekä valita henkilöitä erilaisiin tehtäviin. Kokousjärjestelyihin kuuluvat yleensä mm. ruoat ja juomat, sosiaaliset tapahtumat, oheisohjelma, virkistysmahdollisuudet sekä kuljetus ja majoitus. Kokouksia on monenlaisia, joihinkin kokouksiin osallistuu vain muutamia henkilöitä ja joihinkin voi osallistua tuhansia ihmisiä. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 24 - 25.)

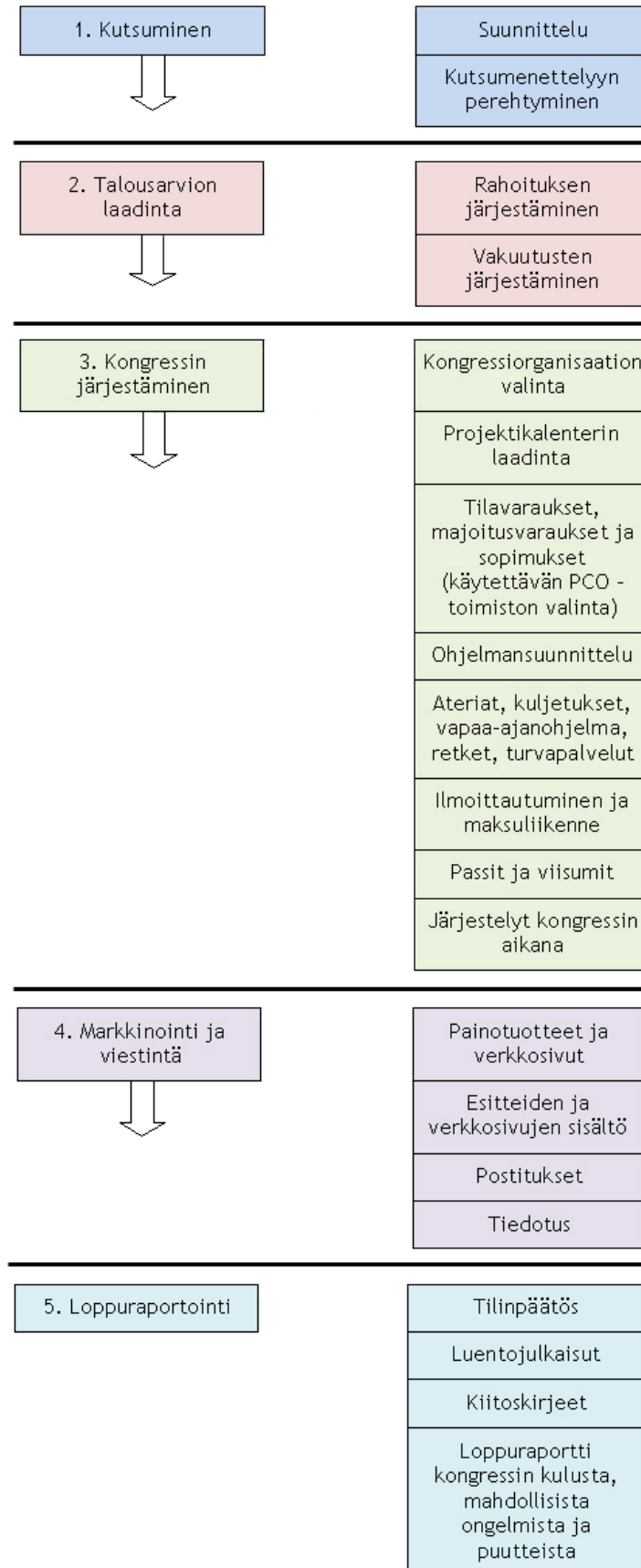
Kongressi on säännöllisin väliajoin järjestettävä kokoontuminen, johon kokoontuu satoja, joskus jopa tuhansia saman ammatillisen, kulttuurisen, uskonnollisen tai muun ryhmittymän edustajia. Yleensä kongressi järjestetään jonkin tietyn aiheen käsittelyä varten, ja esitysten sekä keskusteluiden aiheet tulevat kongressin järjestävän organisaation edustajilta. Kongressi voidaan järjestää useamman vuoden välein tai vuosittain, mutta järjestämistiheys on yleensä ennalta määrätty. Suurin osa kansainvälisistä kongresseista järjestetään useamman vuoden välein, kun taas kansalliset kongressit ovat tavallisesti vuosittain järjestettäviä. Kongressit kestävät yleensä useita päiviä ja niiden aikana järjestetään useita samanaikaisia istuntoja. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 25.)

Tässä työssä käytimme Finland Convention Bureauun (FCB) tekemiä tilastoja järjestökongresseista, sillä Finland Convention Bureau on ainoa taho Suomessa, joka tilastoi koko Suomen kongressitoimintaa. FCB:n tilastointikriteereinä näille kansainvälisille kongresseille on 31.12.2008 asti ollut, että osanottajia on oltava vähintään 10 ja osanottajien on tultava vähintään kolmesta eri maasta. Osanottajista vähintään 40 % on oltava ulkomaalaisia ja kongressin kesto on oltava vähintään yksi päivä, jonka vähimmäiskesto on neljä tuntia. 1.1.2009 astuivat voimaan uudet tilastointikriteerit koskien kansainvälisiä kongresseja. Tällä hetkellä kriteerit ovat muuten samat kuin aiemminkin, mutta osanottajien on tultava vähintään kahdesta maasta ja osanottajista vähintään 20 % on oltava ulkomaalaisia. (FCB Kansainväliset kongressit 2009 ja 2008.)

4.1 Kansainvälisen kongressin järjestäminen

Suunniteltaessa kansainvälisen kongressin kutsumista (kuviot 1) pitää ensin analysoida kilpailutilanne ja mahdollisuudet saada kongressi Suomeen. Aloite kansainvälisen kongressin järjestämiseksi voi tulla suomalaiselta järjestöltä tai eri tieteenalojen toimikunnilta (Rautiainen & Siiskonen 2002, 74). Ennen kutsun esittämistä selvitetään vastuukysymykset, kutsumenettelyä koskevat säännöt ja tavat sekä päättävän organisaation kokoonpano. Kongressipaikka valitaan yleensä jo 1 - 4 vuotta ennen kongressia, joissain tapauksissa jopa 10 vuotta aikaisemmin, joten valmistelut on syytä aloittaa ajoissa. Kutsuttaessa kansainvälistä kongressia on laadittava kustannusarvio ja joskus myös hankittava tarvittava rahoitus, päätettävä ajankohta, paikkakunta ja kokouspaikka; varattava kokouspaikka ja majoitus, valmistettava ja lähetettävä kutsuaineisto päättävälle ryhmälle sekä järjestettävä tutustumisvierailu Suomeen. Tarvittaessa voidaan suunnittelussa ja järjestelyissä käyttää apuna PCO eli Professional Congress Organizer -toimistoa. (Kongressisuunnittelun opas 2009, 1 - 2.)

Talousarvio joudutaan usein laatimaan jo kutsuvaiheessa. Kongressiin saattaa tällöin olla vielä vuosia aikaa, eikä palveluiden lopullisia hintoja usein tiedetä talousarviota laadittaessa. Talousarvion perusteena on syytä käyttää voimassa olevia hintoja ja päivittää niitä säännöllisesti. Talousarvion tekemistä helpottaa, jos kulut jaetaan kiinteisiin ja muuttuviin kuluihin. Kiinteitä kuluja ovat osanottajamäärästä riippumattomat kulut, kuten kokouspaikan vuokra, painotuotteet ja postitukset. Osanottajamäärään sidonnaiset kulut, kuten kongressimaksuun sisällytettävät ateriat, kuljetukset, vastaanotot, retket ja salkut ovat muuttuvia kuluja. (Blinikka & Kuha 2004, 68 - 72.)



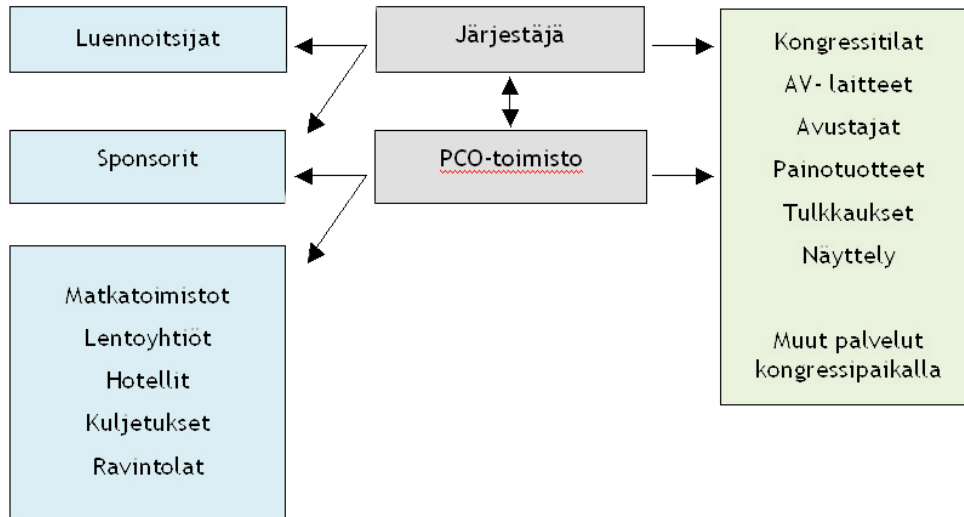
Kuvio 1: Kongressin järjestäminen prosessina (Kongressisuunnittelun opasta 2009, 1 - 17 mukailleen.)

Talousarvion loppusumma riippuu hyvin paljon kongressimaksuun sisällytettävien palveluiden määrästä ja tasosta. Huomattava yksittäinen menoerä on kongressin henkilöstökulut. On päätettävä, sisältyvätkö esimerkiksi ateriat, iltatilaisuudet ja retket kongressimaksuun, vai peritäänkö niistä erillinen maksu. Osanottomaksujen on usein myös noudatettava aiempien kongressien tasoa ja järjestäjä voi harvoin päättää vapaasti kongressimaksuista. Jotta järjestelyt kongressin aikana sujuisivat mutkattomasti, kannattaa ainakin kahvitukset tai muut kongressipäivän aikana tapahtuvat tarjoillut sisällyttää osanottomaksuun. Valtaosa kongressin kuluista rahoitetaan yleensä osanottomaksuilla, mutta usein tarvitaan myös muita rahoituslähteitä, kuten kongressiin osallistuva kansainvälinen järjestö, sponsorit, säätiöt ja rahastot, valtio sekä kunta. (Blinikka & Kuha 2004, 68 - 72.)

Kun päätös kongressin saamisesta on varmistettu, nimetään kongressiorganisaatio. Organisaation ensimmäisenä tehtävänä on selvittää, mitkä tehtävät kuuluvat kansalliselle kongressiorganisaatiolle ja mitkä kansainväliselle järjestölle. Samalla päätetään, mitkä palveluista ostetaan ulkopuolelta. Puheenjohtaja, pääsihteeri, tieteellinen sihteeri, PCO-toimisto ja taloudenhoitaja muodostavat kongressiorganisaation. Pääsihteeri vastaa kaikista käytännön tehtävistä ja valvoo aikataulussa pysymistä ja tieteellinen sihteeri huolehtii tieteellisen ohjelman toteutuksesta ja ohjelman painatuksesta. PCO:t vastaavat käytännön järjestelyistä muuten kuin tieteellisen sisällön osalta. Tavallisimpia tehtäviä ovat majoituksen, oheisohjelman ja tapahtumapaikalla kongressitoimiston järjestäminen sekä rahaliikenteen hoitaminen. Taloudenhoitaja laatii tulo- ja menoarvion sekä valvoo ja järjestää rahoituksen. (Blinikka & Kuha 2004, 75 - 76.)

Rautiaisen ja Siiskosen mukaan (2002, 116 - 117) kongressiohjelman suunnittelussa on huomioitava tieteellinen ohjelma, oheisohjelma ja vapaa-ajan ohjelma sekä mahdollinen näyttely. Kongressin asiaohjelman suunnittelu, toteutus, yhteydenpito luennoitsijoihin sekä luentojen tarkastus ja valinta ovat järjestäjän tehtäviä, eikä niitä voi siirtää ulkopuolisen hoidettavaksi (Kuvio 2). PCO-toimisto voi nykyään hoitaa kaikki kongressiin liittyvät tehtävät luentojen sisältöä lukuun ottamatta. PCO hoitaa yleensä yhteydenpidon alihankkijoihin, vastaa kongressin käytännön järjestelyiden toteutumisesta ja aikataulussa pysymisestä. PCO:n tulee toimia kongressin edun mukaisesti mutta ei ole taloudellisesti vastuussa kongressin kannattavuudesta. (Saarelma 2002, 19 - 20.)

Kun kongressin alkamispäivä on päätetty, se on sitova eikä kongressin ajankohtaa voida enää muuttaa. Järjestelyt kannattaa aloittaa laatimalla aikataulu kongressiajankohdasta taaksepäin. Tämä auttaa hahmottamaan, kuinka paljon aikaisemmin kunkin tehtävän on oltava valmiina. (Kongressisuunnittelun opas 2009, 11.)



Kuvio 2: PCO:n ja järjestäjän tehtävät kongressissa (Saarta 2010, 14 mukailten.)

Kokouspaikan, hotellihuoneiden, ravintoloiden, vierailukohteiden ja kuljetusten varaukset on tehtävä ajoissa. Kokouspaikka ja majoitustilat varataan usein alustavasti jo kongressia kutsuttaessa. (Kongressisuunnittelun opas 2009, 11.) Kongressitilojen varausvaiheessa on huomioitava kongressin tilatarve. Huomiota vaativia seikkoja ovat esimerkiksi kongressin osallistujamäärä, rinnakkaisten luentojen määrä, mahdolliset paneelikeskustelut, workshopit tai näyttelyt sekä ruokailussa tarvittava tila. Lehdistö, sihteeristö ja muu henkilökunta tarvitsevat myös omat tilansa. (Blinikka & Kuha 2004, 114 - 115.) Majoitusta varattaessa on arvioitava hotellihuoneiden määrä, hintaluokat ja kulkuyhteydet kongressipaikalle. Tilojen saatavuus ja mahdolliset muut päällekkäiset tapahtumat voivat vaikuttaa kongressin ajankohdan valintaan. Toinen suuri tapahtuma samalla paikkakunnalla voi vaikeuttaa majoitustilojen saatavuutta, mutta esimerkiksi kulttuuritapahtuma voi antaa lisäarvoa ja tuoda mielenkiintoa vapaa-ajan ohjelmatarjontaan. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 78.)

Kongressinjärjestäjät voivat tehdä suurten kansainvälisten kongressien yhteydessä sopimuksia lentoyhtiöiden kanssa jo suunnitteluvaiheessa, jolloin kongressivieraat saattavat saada lentoja erikoishintaan ja lentoyhtiö osallistuu markkinointiin ulkomailla. Lentoyhtiöt puolestaan saavat näkyvyyttä muun muassa kongressin www-sivuilla. Kongressin suunnitteluvaiheessa tulee arvioida kuljetusten tarve kongressin aikana. Kuljetuksia tarvitaan mikäli julkinen liikenne kongressipaikan ja hotellien välillä ei vastaa kongressin tarpeita. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 128.)

Kongressin kaikkien aterioiden ruokalistojen tulisi noudattaa jonkinlaista yhteistä teemaa. Teema voi muodostua kongressin sisällön tai arvojen perusteella. Ruokalistoja suunniteltaessa tulee huomioida erikoisruokavaliota noudattavat sekä eri uskontokuntien edustajat, myös osanottajien ikä ja sukupuoli voi vaikuttaa ruokailijoiden odotuksiin tarjoiluja kohtaan. Kongressin budjettia suunniteltaessa on pohdittava, mitkä tarjoilut sisältyvät

osanottajamaksuun. Jos osallistujat joutuvat maksamaan ruokailun paikan päällä, palvelu hidastuu. (Blinikka & Kuha 2004, 75 - 76.)

Vapaa-ajanohjelmatarjonnalla voi vaikuttaa suuresti kongressiin osallistumis päätökseen. Ohjelman tulisi olla riittävän monipuolinen, jotta osallistujilla on mahdollisuus virkistäytyä ja tutustua kongressimaahan ja kaupunkiin. Ohjelmaa suunniteltaessa tulee ottaa huomioon, että osallistujina sekä seuralaisina on sekä miehiä että naisia ja mahdollisesti myös lapsia, ja heille kaikille tulisi löytyä mielenkiintoista tekemistä. Seuralaisille suunnatut retket kannattaa myös ajoittaa päättymään samaan aikaan kongressin ohjelman kanssa, jolloin heille jää myös aikaa yhdessäoloon sekä valmistautumiseen ennen iltatilaisuuksia. Kannattaa myös tarjota osallistujille mahdollisuutta osallistua pre- ja post-toureille eli matkoille ennen ja jälkeen kongressin. Suosituimpia kohteita näille matkoille Suomessa ovat Lappi, saaristo ja järvialueet sekä naapurimaat. (Kongressisuunnittelun opas 2009, 15.)

Hyvin suunnitellulla ennakkomarkkinoinnilla on mahdollista vaikuttaa kongressin osallistujien määrään. Kiinnostava ja monipuolinen ohjelma sekä ajankohtaiset aiheet ja luennoitsijat vaikuttavat eniten osanottopäätökseen. Markkinointi voi myös helpottaa sponsoreiden ja yhteistyökumppaneiden hankintaa. (Blinikka & Kuha 2004, 80.) Perinteisesti kongresseja on markkinoitu esitteiden avulla. Esitteiden painaminen on kuitenkin kallista ja nykyään sähköinen markkinointi on hyvin yleistä. Kohderyhmästä riippuen markkinoinnissa voidaan käyttää useita eri väyliä. (Blinikka & Kuha 2004, 86.) Kongressin jälkimarkkinointi alkaa välittömästi kongressin päätyttyä. Kongressivieraille voidaan lähettää perinteinen kiitoskirje tai -kortti. Luentomateriaalit voidaan julkaista kongressin Internet-sivuilla tai osallistujille voidaan lähettää materiaali sähköisesti. (Blinikka & Kuha 2004, 192.)

4.2 Kongressimatkailun taloudellinen merkitys

Kokoukset tuovat huomattavaa hyötyä elinkeinoelämälle ja siksi kansainvälisten kokousten ja kongressien merkitys on suuri niin Suomelle kuin kokouspaikkakunnallekin. Kansainvälisen kongressin järjestämisen lisäksi Suomen on mahdollista samalla kehittää kansainvälistä yhteistyötä jollakin tietyllä tieteenalalla. Samalla on mahdollisuus esitellä suomalaisia tutkimustuloksia sekä tehdä niitä tunnetuksi. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 14.) Kokous- ja kongressimatkailijat ovat useille kaupungeille tärkeitä vieraita, koska kaupungin tunnettuus paranee erilaisten tapahtumien myötä. Liikematkailijat tuovat myös lisätuloja tapahtumapaikkakunnalle, sillä monet kongressimatkailijat kuluttavat melko paljon rahaa matkan aikana. (Finland Convention Bureau, 2009, 9).

Kongressipaikkakunnan majoitus-, ravintola- ja kuljetuspalvelut hyötyvät paikkakunnalla järjestettävistä kokouksista, koska mm. kokousedustajat, toimittajat ja virkamiehet käyttävät heidän palveluitaan. Suuri vaikutus on myös kokouskaupungin tunnetuksi tekemisessä.

Kongressien välityksellä on myös mahdollista matkailumielessä tehdä tunnetuksi suomalaista miljöötä, kulttuuria ja sijaintia. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 14.) Hyvin järjestetty kokous tai kongressi voi myös tulevaisuudessa tuoda lisää vastaavanlaisia tapahtumia kaupungille. Liikematkoja ei yleensä tehdä normaalin matkailusesongin aikana, esimerkiksi kesäisin, koulujen loma-aikoina tai yleisinä pyhäpäivinä, vaan matkailusesongin ulkopuolella. Näin kongressipaikkakunta pystyy hyödyntämään matkailuresursejaan varsinaisen sesongin ulkopuolella. Pääsääntöisesti liikematkailijat ovat hyvin käyttäytyviä, eivätkä aiheuta ongelmia tapahtumapaikkakunnalle. (Swarbrooke & Horner 2001, 8 - 9.)

Matkailijoiden yhteenlasketut taloudelliset vaikutukset pääkaupunkiseudulla, mukaan lukien kotimaiset päiväkävijät, olivat vuonna 2007 noin 2,5 miljardia euroa. Eniten rahaa käyttivät ulkomaiset matkailijat, jotka vuonna 2007 käyttivät lähes 840 miljoonaa euroa. Matkailijoiden käyttämän rahan määrä on kasvanut huomattavasti vuodesta 2004 lähtien ja voimakkainta kasvu on ollut vuonna 2007. (Matkailu pääkaupunkiseudulla.) FCB:n mukaan kongressien osanottajat viipyivät vuonna 2007 maassa keskimäärin 4,7 vuorokautta ja kuluttivat rahaa noin 246 euroa vuorokaudessa. (Finland Convention Bureau, 2009, 9). Yhden osanottajan tulovaikutus on 1640 euroa ja kaikkiaan kansainväliset järjestökongressit tuovat Suomeen noin 100 miljoonaa euroa vuodessa (Kansainvälinen kongressi Suomeen).

Tämänhetkinen maailman ja Suomen taloudellinen tilanne on haastava kaikille aloille ja vaikuttaa myös kokousten ja kongressien määrään. Kuluja yritetään karsia ja esimerkiksi yöpymiset kokousten ja kongressien yhteydessä halutaan pitää mahdollisimman vähäisinä eikä oheisohjelmaa järjestetä välttämättä ollenkaan. Uskomme, että taloudellinen tilanne vaikuttaa yleisesti erilaisten tapahtumien järjestämiseen. Tiukan taloudellisen tilanteen aikana kongressien järjestämisessä kiinnitetään todennäköisesti erilaisiin asioihin huomiota kuin silloin, kun taloudellinen tilanne on vakaa. Voi olla jopa mahdollista, että lama-aikana kongressipaikalta odotetaan eri asioita kuin esimerkiksi nousukauden aikana.

Heikon taloudellisen tilanteen seurauksena yritysten pudonneeseen tuottoon on reagoitu vähentämällä työ- ja kokousmatkailusta aiheutuvia kuluja. Organisaatiot eivät halua tehdä sopimuksia pitkälle tulevaisuuteen ja kilpailuttavat palveluita ja tilantarjoajia entistä enemmän. Tämä on havaittavissa myös kokous- ja tapahtumapalveluiden kohdalla. Yhden päivän tapahtumat ovat lisääntyneet, koska halutaan säästää vähentämällä yöpymisten määrää. Aikaisempiin vuosiin verrattuna ostajilla on entistä enemmän valtaa sopimusten teossa. (Davidson 2009, 11.)

Tilastokeskuksen mukaan hotellien majoitusmyynnin arvo laski Suomessa tammi-syyskuussa 2009 noin 10 %. Majoitusvuorokausien määrä laski noin 9 %, kun taas huoneiden hinta laski reilun prosentin. Huonetarjonta säilyi lähes samana ja käyttöasteeksi muodostui noin 50 %,

joka on 4,5 prosenttiyksikköä edellisvuotta vähemmän. Yhteensä hotelliöypymisiä oli 7,5 % vähemmän. Majoituskysynnän laskua kiihdytti erityisesti ulkomaalaisten liikematkailijoiden yöpymisten väheneminen runsaalla kuudenneksellä. Odotettavissa on, että kysyntä putoaa entisestään ja liikematkailun sukellus jatkuu ainakin vuoden 2010 loppuun. (Suhdanne 3/2009 Matkailu- ja Ravintola-alan kehitysnäkymät.)

Tämän hetkisestä tilanteesta huolimatta pääkaupunkiseudun matkailupalveluiden kysyntä on kuitenkin kasvanut merkittävästi 2000-luvulla. Vuonna 2007 Helsinki-Vantaan lentoaseman matkustajamäärä ylitti ensimmäisen kerran 13 miljoonaa. Myös Helsingissä vierailevien risteilyalusten määrässä tehtiin uusi ennätys vuonna 2008, kun Helsingissä pysähtyi 270 risteilyalusta touko-syyskuun välisenä aikana. Rekisteröidyillä yöpymisillä mitattuna pääkaupunkiseudulla laskettiin 3,8 miljoonaa yöpymistä vuonna 2007, mikä on 22 % enemmän kuin vuonna 2002. Kaikista yöpymisistä liikematkailuksi laskettavia oli 52 %. (Matkailu pääkaupunkiseudulla.)

4.3 Kongressipaikan valintaan vaikuttavat tekijät

Suurimmat kongressit järjestetään yleensä kongressikeskuksissa, mutta pienempiä kongresseja, joiden osallistujamäärä on alle 250, järjestetään myös yliopistoissa. Vuonna 2007 Suomessa järjestetyistä kongresseista 44 % järjestettiin yliopistoissa ja korkeakouluissa, 27 % kongressikeskuksissa ja 11 % hotelleissa sekä loput 18 % prosenttia muissa tiloissa. (Kongressit Suomessa 2007.)

Finland Convention Bureaun mukaan kongressimaan ja -paikan valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat mm. maan ja paikkakunnan yleinen kiinnostavuus, kongressipaikan sijainti, hintataso ja sopivat kokous- ja näyttelytilat. Kongressipaikan tulee myös olla turvallinen ja luotettava ja oikeantasoisia majoitustiloja on oltava riittävästi. Myös maassa vallitseva kyseisen alan tutkimuksen ja sovellutuksen taso ja taloudelliset mahdollisuudet hoitaa kaikki kongressiin liittyvät järjestelyt ovat kriteereinä kongressimaata tai -paikkakuntaa valittaessa. (Kongressisuunnittelun opas 2009, 1.)

Aarrejärvi (2003, 11 - 13) toteaa, että hyvät kongressi- ja monitoimitilat ovat pohjaratkaisuiltaan yksinkertaisia. On hyvä, jos tiloja on mahdollista jakaa liukuvilla seinillä pienemmiksi. Aulojen on oltava riittävän tilavia ja muunneltavissa myös esimerkiksi näyttelykäyttöön. Toimitsijoille olisi oltava tilat aulan välittömässä läheisyydessä. Liikuntaesteisten osallistujien pitäisi pystyä kulkemaan tiloissa vaivatta ja saleissa tulisi olla myös heille varattuja paikkoja. Kannattaa myös kiinnittää huomiota paikoitustilojen riittävyteen. (Aarrejärvi 2003, 11 - 13.) Taloudellinen tilanne vaikuttaa yritysten kokous- ja kongressitilojen valintaan. Alan asiantuntijoiden mukaan tällä hetkellä suositaan pelkistettyjä

ja vain kokouskäyttöön tarkoitettuja tiloja eikä haeta luksusta ja tämä trendi tulee jatkumaan. (Davidson 2009, 12; 27.)

5 Kokoukset ja kongressit Suomessa

Jo parinkymmenen vuoden ajan Suomi on kuulunut maailman 20 parhaan kongressimaan joukkoon. Finland Convention Bureau vastaa Suomessa pidettävien kansainvälisten kokousten ja osanottajien tilastoinnista. Suomessa pidettiin vuonna 2007 maailman 17:nneksi eniten kansainvälisiä kongresseja. Maailman kongressikaupunkeja vertailevassa listauksessa Helsinki oli sijalla 20. Muista suomalaiskaupungeista noteerattiin lisäksi Turku, joka oli sijalla 72 sekä Espoo sijalla 84. (FCB:n lehdistötiedote 8.9.2008.) Finland Convention Bureaun (2009, 5) mukaan kymmenen viime vuoden ajalta laskettuna Suomen keskimääräinen sijoitus on 15. Suosituimmat Suomen kongressikaupungit ovat Helsinki, Espoo, Turku ja Tampere (Finland Convention Bureau 2009, 12).

Finland Convention Bureaun tilastojen mukaan kansainvälisiä järjestökongresseja ja eri alojen tieteellisiä kokouksia järjestettiin Suomessa 432 vuonna 2009 ja niihin osallistui 63 600 henkeä. Tämä on kaikkien aikojen korkein osanottajamäärä. Yhden kongressin osanottajamäärä oli keskimäärin 147 osallistujaa. (Suomen kokous- ja kongressitilastot 2009 ja arviot 2010 kongresseista.)

Lokakuussa 2010 vuodelle 2010 oli varmistunut yhteensä 199 kansainvälistä kongressia, joihin odotetaan yli 46 000 osanottajaa. Koko vuoden lopullisen kongressivieraiden määrän arviointi oli vielä keväällä vaikeaa, koska lentoliikenteelle Islannin tulivuorenpurkauksesta aiheutuvien vaikeuksien laajuutta ei vielä tiedetty. (Suomen kokous- ja kongressitilastot 2009 ja arviot 2010 kongresseista.)

Vilkkain kongressikuukausi vuonna 2010 oli kesäkuu, koska se keräsi koko vuoden arvioidusta vierasmäärästä yli 35 %. Syynä tähän oli 12.-15.6. Helsingin Messukeskuksessa järjestetty Euroanaesthesia 2010 -kongressi, johon osallistui 6 500 osanottajaa. Suuria yli tuhannen hengen kongresseja järjestettiin vuonna 2010 kuusi kappaletta, joista neljä Helsingissä, yksi Jyväskylässä ja yksi Tampereella. (Suomen kokous- ja kongressitilastot 2009 ja arviot 2010 kongresseista.) Yhteiskuntatieteiden ja historian alalla vuoden 2009 aikana järjestettiin lukumääräisesti eniten kongresseja ja seuraavaksi eniten teknologian ja tietotekniikan alalla. Eniten osanottajia oli lääketieteen ja terveyden alan kongresseissa, niihin osallistui 28 % kaikista kongressivieraista. Vuoden 2009 suurin kongressi Suomessa oli tartuntatauteihin erikoistuneille lääkäreille osoitettu ECCMID (European Congress of Clinical Microbiology and Infectious Diseases). Tämän kongressin osanottajamäärä oli yli 8 000 henkilöä, johtuen

kiinnostuksesta maailmanlaajuisista H1N1-influenssaa kohtaan. (Suomen kokous- ja kongressitilastot 2009 ja arviot 2010 kongresseista.)

Suomen vahvuutena ovat korkeatasoiset ja modernit kokous- ja kongressitilat, jotka soveltuvat kaikenkokoisten tapahtumien järjestämiseen. Suomessa on yli 30 kongressikeskusta, joissa on mahdollista järjestää yli 500 hengen kokouksia. Maailmalla suomalaiset tunnetaan toimivista kokousjärjestelyistä, modernista kokoustekniikasta, täsmällisyydestä, ystävällisyydestä sekä hyvästä kielitaidosta. (Kongressisuunnittelun opas 2009, 18.)

Suomi on hyvien kulkuyhteyksien päässä niin lännestä kuin idästäkin saavuttaessa ja sisämaan kaupunkeihin on mahdollista lentää myös kansainvälisillä lennoilla. Pelkästään Helsinki-Vantaan lentokentälle saapuu päivittäin 180 kansainvälistä lentoa. (Finland.) Suomessa on monia mahdollisuuksia kokousten oheismatkojen ja -retkien järjestämiselle. Suosittuja pre- ja post-tour -kohteita ovat esimerkiksi Lappi, Turun saaristo ja Järvi-Suomi. Naapurimaiden suosittuja vierailukaupunkeja ovat Tukholma, Pietari, Tallinna ja Riika. (Kongressisuunnittelu opas 2009, 18-19.)

Suomea pidetään yleisesti vielä turvallisenä kokousmaana. FCB:n kongressivieraille teettämän tutkimuksen mukaan kansainvälisistä kokousvieraista 90 % antaa Suomen turvallisuudelle arvosanan "hyvä" tai "erittäin hyvä". Suomalaisia kiitellään tutkimuksessa ystävällisyydestä ja hyvästä organisointikyvystä. Monet kokousvieraista myös suosittelisivat Suomea kollegoilleen tai ystävilleen. (Finland.)

6 Aineistonkeruu ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyömme on kvalitatiivinen opinnäytetyö. Kvalitatiiviselle tutkimukselle on ominaista, että tutkimussuunnitelma saattaa muuttua työn edetessä tai sitä muutetaan olosuhteiden mukaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2005, 155.) Pelkistetysti ajateltuna laadullisella tutkimuksella tarkoitetaan aineistoa, joka on yleensä ilmaisultaan tekstiä. Kyseinen teksti voi olla lähtöisin erilaisista haastatteluista, havainnoinneista, omaelämäkertoista sekä muista tarkoitusta varten tuotetuista kirjallisesta, kuvallisesta tai äänimateriaalista. (Eskola & Suoranta 2008, 15.)

Aineistonkeruumenetelmänä käytimme teemahaastattelua. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä, jossa haastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan. Teemahaastattelussa ei ole strukturoidulle haastattelulle, esimerkiksi lomakehaastattelulle ominaisia tarkkoja kysymyksiä, eikä kysymysten järjestys ole aina sama. Teemahaastattelu ei myöskään ole täysin vapaamuotoinen kuten syvähaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47.) Teemahaastattelu on eräänlainen keskustelu, jossa pyritään

vuorovaikutuksessa saamaan selville tutkijaa kiinnostavat asiat. Keskustelu tapahtuu tutkijan aloitteesta ja hänen ehdoillaan. (Aaltola & Valli 2001, 24). Keräsimme tietoa haastattelemalla kongressialan asiantuntijoita, jotka oli valittu tarkoituksenmukaisesti. Hirsjärven ym. (2005, 197) mukaan teemahaastattelulle on ominaista, että haastattelun aihepiirit on ennalta määritelty, mutta tarkat kysymykset muotoutuvat vasta haastattelun kuluessa.

Tutkimushaastattelun etuna on, että sillä voidaan saada monipuolisempaa ja syventävää tietoa vähän tutkitusta alueesta, ja kesken haastattelun on mahdollista esittää tarkentavia kysymyksiä. Etuna on myös, että haastateltavat on usein helppo saada mukaan tutkimukseen ja heihin on mahdollista ottaa myöhemmin yhteyttä, mikäli tarvitaan vielä tarkentavaa tietoa. Haittapuolena on, että haastattelu vie aikaa ja vaatii huolellista suunnittelua. (Hirsjärvi ym. 2006, 65 - 66, 194 - 195.) Teemahaastattelu tuo haastateltavan äänen kuuluviin. Haastattelu huomioi myös sen, että ihmisten tulkinta asioista ja asioille annetut merkitykset ovat keskeisiä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 48). Teemahaastattelua varten ei suunnitella tarkkaa kysymysluetteloja vaan teema-aiheluettelo, joka haastattelutilanteessa toimii haastattelijan muistilistana sekä ohjaa keskustelua. Itse haastattelutilanteessa teema-alueet tarkennetaan kysymyksillä ja joskus voidaan keskustelun lomassa käyttää myös joitakin suppeita lomakkeita, joiden avulla tietoa voidaan saada tiivistetyssä muodossa esiin. Haastattelun luotettavuutta saattaa heikentää vastaajan halu antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2006, 65 - 66, 194 - 195.)

Valitsimme haastattelumenetelmäksi teemahaastattelun, sillä tutkimamme aihe on vielä melko vähän tutkittu ja teemahaastattelu antaa mahdollisuuden muuttaa kysymysten muotoa ja järjestystä kesken haastattelun, mikäli haastateltavan vastaukset sitä edellyttävät. Lisäksi teemahaastattelulla pystyimme yhdistämään vastaukset tiettyyn yritykseen, mikä mahdollisesti auttaa jatkossa Espoon Matkailu Oy:n markkinoinnin suunnittelussa.

7 Kilpailutilanteen selvittäminen

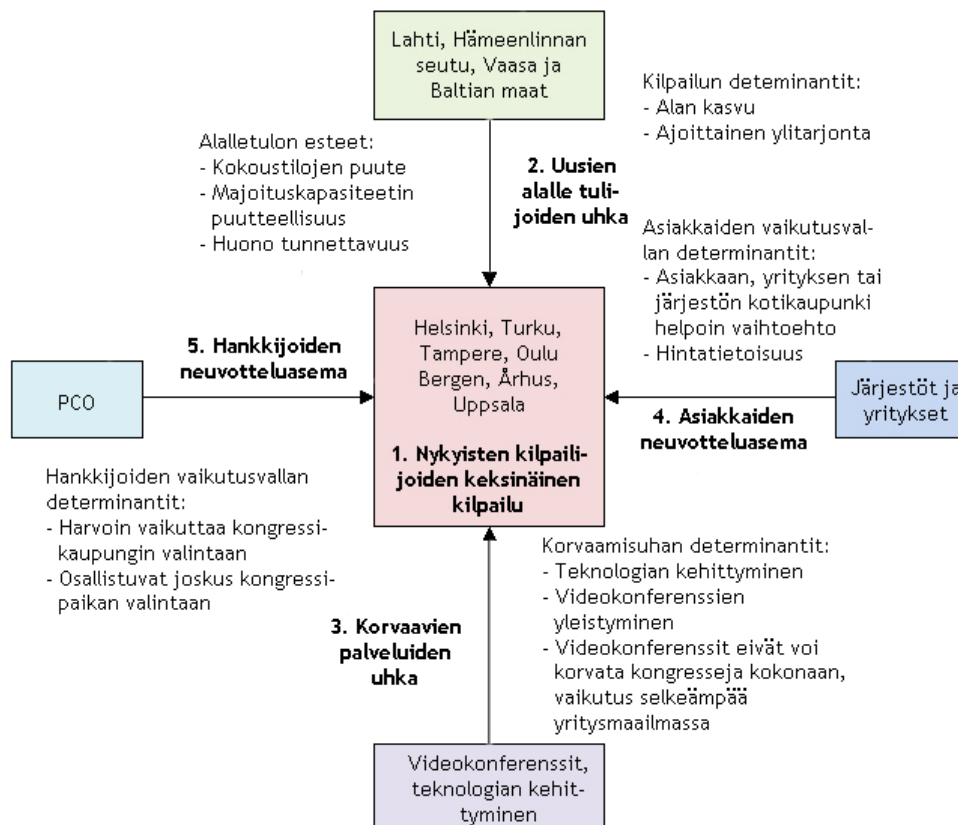
Tässä työssä selvitimme Espoon Matkailu Oy:n toimintaympäristöä kongressitoimintaan liittyen ja päätimme erityisesti keskittyä siihen, millainen kilpailutilanne alalla vallitsee.

Kilpailutilanteen ymmärtäminen auttaa kehittämään palveluita ja toimintaa kilpailukykyisemmiksi. Michael Porter on 1980-luvun alusta lähtien kehittänyt kilpailustrategioihin liittyviä strategiaoppeja, jotka ovat edelleen käyttökelpoisia. Porterin mallin avulla voidaan jäsentää ja arvioida yrityksen strategista asemaa sekä miettiä yrityksen tulevaisuuden valintoja. (Viitala & Jylhä, 2006, 74.)

Yritysten keskinäinen kilpailu on merkittävä menestymiseen vaikuttava tekijä ja hyvän kilpailustrategian avulla yritys voi saavuttaa vakaan aseman markkinoilla. Lähes kaikilla

toimialoilla on kilpailijoitaan kannattavampia yrityksiä huolimatta siitä, kuinka kannattava ala muuten on. Kilpailutilanteeseen vaikuttaa myös toimialan houkuttelevuus, eli kuinka paljon uusia tulokkaita alalle pyrkii. (Porter 1991, 13 - 14.) Analyysissämme keskitymme jo tunnettuihin kongressikaupunkeihin, sillä uusia kilpailijoita syntyy harvoin.

Kaikilla toimialoilla Porterin (1991, 17 - 18) mallin mukaan on olemassa viisi kilpailutekijää: 1. nykyisten kilpailijoiden keskinäinen kilpailu, 2. uusien kilpailijoiden alalletulo, 3. korvaavien tuotteiden tai palveluiden uhka, 4. asiakkaiden neuvotteluasema ja 5. hankkijoiden neuvotteluasema (Kuvio 3). Näiden viiden tekijän tutkiminen ja ymmärtäminen on Porterin mielestä tärkeää, jos halutaan paneutua kunnolla alan kilpailutilanteeseen. Nämä tekijät vaikuttavat myös mm. yritysten hinnoitteluun, kustannuksiin sekä investointeihin ja tätä kautta pääoman tuottoon ja kannattavuuteen. (Porter 1991, 17 - 18.)



Kuvio 3: Kilpailija-analyysipohja Suomen kongressimatkailusta (Porteria 1998 mukailleen.)

Ensimmäinen kilpailuun vaikuttava tekijä on luonnollisesti nykyisten kilpailijoiden keskinäinen kilpailu. On tärkeää tunnistaa ja tuntea nykyiset kilpailijat. Riippuen alasta voi kilpailu eri yritysten kesken olla hyvinkin rajua. Esimerkiksi, jos alalla on paljon samankokoisia yrityksiä, joiden markkinaosuus on tasavertainen, voi kilpailu olla kovaa ja yritysten ainoa keino erottua joukosta on erilaistua ja pitää kiinni vanhoista asiakkuuksista. (Porter 1998, 17 - 18.) Espoon

suurimmat kilpailijat kongressimatkailussa ovat Suomen ja muiden Pohjoismaiden yliopistokaupungit kuten Helsinki, Oulu, Tampere, Turku, Bergen, Uppsala ja Århus.

Yksi viidestä kilpailutekijästä on alalle tulevat uudet kilpailijat. Porterin (1998, 7,) mukaan potentiaaliset tulokkaat tuovat alalle lisää kilpailua ja pakottavat kilpailijoita esimerkiksi harkitsemaan hintojen alentamista. Uusien kilpailijoiden mukana alalle saattaa tulla myös uusia palveluita tai tuotteita jolloin myös kilpailijoiden kannattaa panostaa tuotekehittelyyn. (Porter 1998, 7.) Suomessa nousevia kongressikaupunkeja ovat Lahti, Hämeenlinnan seutu ja Vaasa. Kansainvälisellä mittakaavalla Baltian maat ovat myös pyrkimässä kongressimarkkinoille ja Baltian maiden ehdottomana valttina ovat vielä toistaiseksi edulliset hinnat.

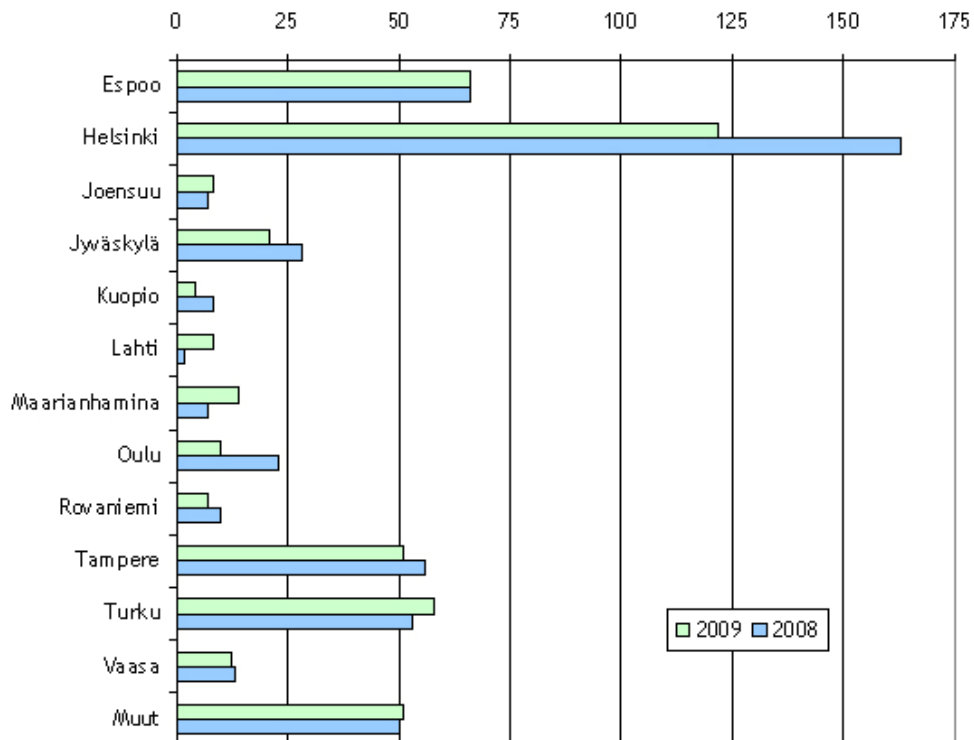
Korvaavat tuotteet tai palvelut ovat uhka, jos ne ovat täysin tai lähes samanlaisia kuin nykyiset jo olemassa olevat tuotteet tai palvelut ja voivat siis korvata jo markkinoilla olevia tuotteita tai palveluita. Uhka on suurempi, jos uudet tuotteet tarjoavat rahalle entistä paremman vastineen. (Porter 1998, 23 - 24.) Teknologian kehityksen vaikutuksesta kokouksiin ja kongresseihin on keskusteltu paljon. Yrityksissä erilaiset videokonferenssit ovatkin ehkä vähentäneet tarvetta matkustaa, mutta kansainvälisiä järjestökongressseja ei voida korvata teknologian kehityksellä.

Asiakkaiden neuvotteluasema on vahva, jos saman tuotteen tai palvelun tarjoajia on paljon ja asiakkailta on varaa valita, mistä hankkivat tarvitsemiansa tuotteita ja palveluita. Asiakkaita on kahdenlaisia: yksityisiä kuluttajia sekä yritysten hankinnoista vastaavia ostajia. (Porter 1998, 24 - 27.) Asiakkaina järjestöillä ja yrityksillä on suurin sananvalta kongressikaupunkia valittaessa. Kongressikaupungiksi valikoituu usein järjestön, yrityksen tai järjestäjän henkilökohtainen kotikaupunki. Tästä syystä kongressikaupunkien onkin erittäin tärkeää markkinoida itseään lähialueen yrityksille ja järjestöille. Hankkijoiden neuvotteluasema puolestaan on silloin vahva, jos tuotteen tai palvelun tarjoajia on vain vähän eikä ostajalla ole mahdollisuutta valita, mistä tuotteen tai palvelun hankkii. (Porter 1998, 27 - 29.) PCO-toimistojen neuvotteluasema ei ole niin suuressa asemassa kuin asiakkaiden. PCO-toimistot tulevat mukaan kongressin järjestämiseen vasta, kun kaupunki on päätetty. He saattavat suositella jotain tiettyä kongressipaikkaa kaupungin sisällä ja kertoa kokemuksiaan asiakkaille, mutta usein myös kongressipaikka on päätetty jo etukäteen.

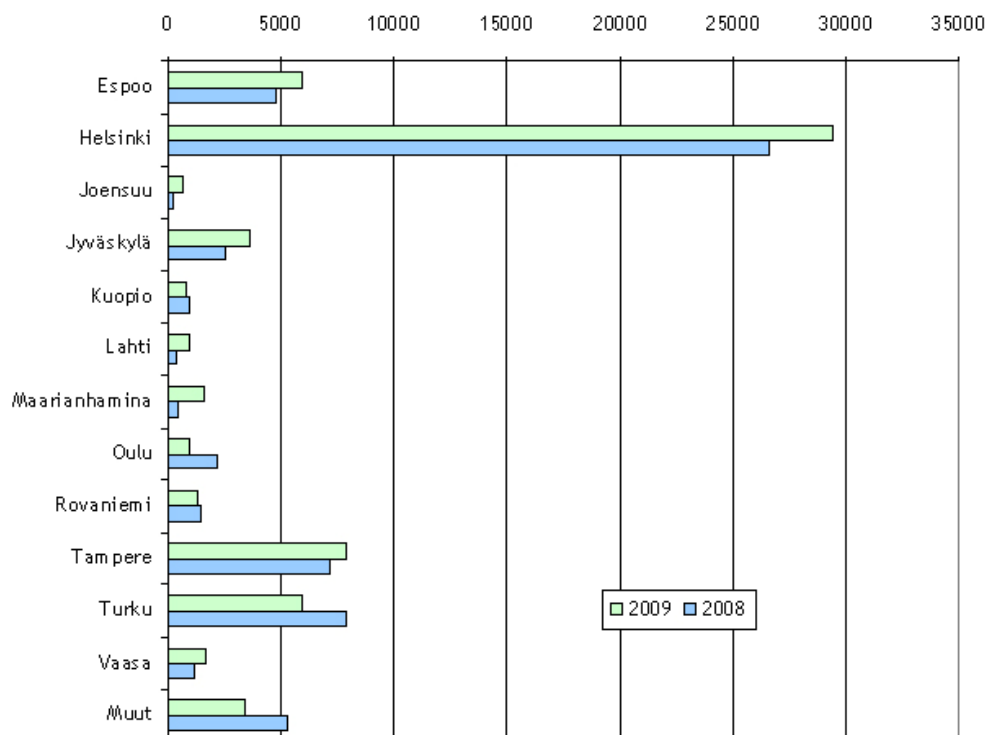
7.1 Espoon kilpailijat kongressimarkkinoilla

Tässä opinnäytetyössä tarkastelimme Espoota kongressikaupunkina. Tavoitteenamme oli tutkia kongressimatkailun tämän hetkistä tilannetta Espoossa sekä kilpailua kongressikaupunkien välillä. Tilastoiden perusteella Espoon suurimpia kilpailijoita Suomessa

ovat Helsinki, Turku, Tampere ja Jyväskylä (Kuviot 4 ja 5) (Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain).



Kuvio 4: Suomessa järjestettyjen kansainvälisten kongressien määrät kaupungeittain vuosina 2008 ja 2009. (Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain)



Kuvio 5: Suomessa järjestettyjen kansainvälisten kongressien osallistujamäärät kaupungeittain vuosina 2008 ja 2009. (Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain.)

Suomen vilkkain kongressikaupunki on Helsinki. Espoon Matkailu Oy:n mukaan Espoo ei varsinaisesti kilpaile Helsingin kanssa Helsingin vahvan aseman vuoksi, mutta emme tässä työssä kuitenkaan halua sivuuttaa Helsinkiä tämän seikan takia. Pääkaupunkina Helsinki vetää kongresseja puoleensa jo pelkän asemansa puolesta. Helsinkiin on helppo tulla eri puolilta maailmaa ja kulkuyhteydet ovat hyvät kaupungin sisällä. Myös kongresseille soveltuvia tiloja on Helsingin alueella useita. Helsingin alueella toimii useampia kongressipalvelutoimistoja, jotka osaltaan helpottavat ja tukevat kongressien järjestämistä Helsingissä. (Miksi Helsinki kokouspaikaksi?.) Vuonna 2009 Helsingissä järjestettiin 122 kansainvälistä kongressia (Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain).

Espoo on Suomen toiseksi suurin ja nopeimmin kasvava kaupunki (Espoo city facts). Kongressien lukumäärällä mitattuna Espoo oli vuonna 2009 Suomen toiseksi suosituin kongressikaupunki. FCB:n tilastoiden mukaan Esossa järjestettiin vuonna 2009 66 kansainvälistä kongressia. (Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain.)

Turussa järjestettiin vuonna 2009 58 kansainvälistä kongressia. Turku on Helsingin tavoin monipuolinen ja toimiva kongressikaupunki, jonne on hyvät kulkuyhteydet kaikkialta Euroopasta. Kokous- ja majoitustilaa on Turussa riittävästi ja Turun saaristo tarjoaa monia mahdollisuuksia mm. kongressien oheisohjelmalle. (Turun seutu.)

Tampere on suosittu kongressikaupunki ja Tampere-talo on yksi Suomen johtavista kongressikeskuksista. Siellä on mahdollista järjestää 2000 - 3000 hengen tilaisuuksia. Suurin osa Tampereella järjestettävistä kongresseista on tieteellisiä kongresseja. Tampere-talon lisäksi Tampereen keskeinen sijainti ja riittävä majoituskapasiteetti ovat vaikuttaneet siihen, että Tampere on suosittu kongressikaupunki. Tampereen alueella kongressiyhteistyötä mm. yliopistojen, yritysten ja julkisen sektorin välillä koordinoi Tampere Convention Bureau, Tampereen kongressimarkkinointiyksikkö. (Miksi Tampereelle?.) Tampereella järjestettiin vuonna 2009 51 kansainvälistä kongressia (Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain).

Jyväskylä on seitsemänneksi suurin kaupunki Suomessa. Tähän valitsemistamme kaupungeista Jyväskylässä järjestetään vähiten kongresseja. Vuonna 2009 Jyväskylässä järjestettiin 21 kansainvälistä kongressia. Tämä oli 5 % kaikista Suomessa järjestetyistä kansainvälisistä kongresseista. Luonto ja kulttuuri tarjoavat monia ohjelmamahdollisuuksia Jyväskylän ympäristössä ja lisäksi Jyväskylä on yliopistokaupunki, mikä osaltaan lisää kongressien määrää. Kongressitoiminnasta Jyväskylässä vastaa Jyväskylä Convention Bureau. (Jyväskylä - Ihmisen kokoinen kaupunki, 2010.)

7.2 SWOT-analyysi menetelmänä

Selvitimme Espoon tämänhetkistä tilannetta kongressikaupunkina SWOT-analyysin avulla, jonka laadimme PCO-toimistojen näkökulmasta. Pitkämäki (2000, 79 - 80) toteaa, että huolellisesti tehty ympäristöanalyysi antaa hyvän pohjan SWOT-analyysin tekemistä varten. Ympäristöanalyysiin tulisi Pitkämäen (2000, 79 - 80) mielestä sisältää olennaiset toimialan menestymisen edellytykset, koska sitä kautta organisaatio saa tietoa, jota on mahdollista verrata yrityksen toimintaan.

Matkailuyritysten ulkoinen ympäristö koostuu erilaisista tekijöistä, jotka vaikuttavat yritysten toimintaan joskus hyvin pitkälläkin aikavälillä. Ulkoisen ympäristön tekijät voidaan jakaa neljään pääryhmään: matkailukysyntään vaikuttavat tekijät, kilpailijat, tekniikan kehitys ja lainsäädännön muutokset. (Albanese & Boedeker 2002, 29.)

Teknologian kehittymisen seuraaminen ja siinä ajan tasalla pysyminen on tärkeää organisaation menestymisen kannalta. Informaatio- ja kommunikaatioteknologian (ICT) kehittyminen on mullistanut yritysten toimintamahdollisuuksia. Kuljetusteknologian kehittyminen mahdollistaa nopean ja edullisen tie-, rautatie-, meri- ja lentoliikenteen, mikä on osaltaan kasvattanut liikematkailun suosiota. (Evans, Campbell & Stonehouse 2003, 160 - 161.) Esimerkiksi Internet, digitaalisen kommunikaation kehittyminen, satelliitit ja kaapelit luovat paljon uudenlaisia mahdollisuuksia mm. kokous- ja kongressitekniikkaan ja tapahtumien järjestämiseen.

Kehittynyt teknologia on mahdollistanut liikematkailukustannuksissa säästämisen. Kokous- ja kongressijärjestäjät uskovat käyttävänsä lähitulevaisuudessa vaihtoehtoisia kokousmetodeja esimerkiksi webinaareja, telekonferensseja ja videokonferensseja. Teknologiat, jotka mahdollistavat paremman osallistujapalautteen keräämisen, paremman Internet-yhteyden paikan päällä ja kehittyneemmän audio-visuaalisen tekniikan käyttämisen kiinnostavat myös kokous- ja kongressijärjestäjiä. Yhteisöpalveluiden, kuten Facebook, Twitter ja LinkedIn, käyttö on yleistynyt ja tapahtumien järjestäjät ovat alkaneet käyttää näitä palveluita tapahtumien markkinoimiseen ja verkostoitumiseen. Palveluiden odotetaan auttavan kasvattamaan kiinnostusta tapahtumaa kohtaan, helpottavan yhteyden luomista osallistujien välille ja kasvattavan osallistujien määrää. (Davidson 2009, 21 - 22.)

Politiikka vaikuttaa jollakin tasolla kaikkeen liiketoimintaan. Hallitus kontrolloi poliittista ympäristöä esimerkiksi säätämällä lakeja, jotka vaikuttavat työllisyyteen, kuluttajasuojaan, terveydenhuoltoon, työturvallisuuteen ja veroihin. Hallituksen toimien seuraaminen on tärkeää, jotta voidaan ennakoida tulevia muutoksia. Poliittisesti epävarma tilanne voi vaikuttaa negatiivisesti liiketoimintaan. (Evans, Campbell & Stonehouse 2003, 165 - 166.)

Albanese & Boedekerin (2002, 35 - 37) mukaan poliittisiin tekijöihin voidaan lukea myös käytössä oleva vapaa-aika, matkailun turvallisuus ja kansainvälistyminen.

Kulttuurilliset tekijät kuten arvot, asenteet, ja uskomukset vaikuttavat kysyntään, työmoraaliin, rahan käyttöön, elämäntapaan ja etiikkaan. Väestönrakennetta tarkastelemalla voidaan selvittää työkäisten määrä ja väestön ikäjakauma. Väestönrakenne on mahdollista jakaa erilaisiin ryhmiin iän, sukupuolen, sijainnin ja väestötiheyden perusteella. (Evans, Campbell & Stonehouse 2003, 159 - 160.) Nykyään vihreät arvot ovat monille organisaatioille ja yksityishenkilöille tärkeitä ja organisaatiot ovat tietoisempia yhteiskuntavastuustaan. Yritykset haluavat toimia kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. Käytössä on erilaisia ympäristöstandardeja jotka määrittävät ja ohjaavat organisaation toimintaa. Davidson (2009, 23-24) kertoo, että kokouksissa ja kongresseissa voidaan käyttää esimerkiksi kierrätettäviä materiaaleja, pyrkiä vähentämään käytettävän paperin määrää ja valita kokouspaikkoja joihin pääsee sujuvasti käyttäen julkista liikennettä. Toistaiseksi nämä standardit ovat vapaaehtoisia, mutta ne voivat toimia tehokkaana myyntivalttina organisaatioiden kilpailuttaessa palveluidentarjoajia. (Davidson 2009, 23 - 24.)

SWOT-analyysi on yksi liiketoiminnan työkaluista ja se sopii moneen eri tarkoitukseen. Sen avulla voidaan muotoilla liikeidea tai sen avulla voidaan esimerkiksi kehittää yritystä eri tilanteissa. SWOT-analyysin nimi tulee englanninkielisistä sanoista strengths, weakness, opportunities ja threats, eli suomeksi vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Näistä neljästä ominaisuudesta muodostetaan nelikenttä, johon kirjataan kaikki yrityksen voimavarat sekä yrityksen toimintaympäristön kehitykseen ja erityispiirteisiin liittyvät asiat. Nelikentän yläpuolella ovat vahvuudet ja heikkoudet, jotka kuvastavat yrityksen nykyistä tilaa ja yrityksen sisäisiä asioita. Kentän alapuolella ovat puolestaan listattuna yrityksen mahdollisuudet ja uhat, jotka liittyvät yrityksen ulkoisiin asioihin sekä tulevaisuuteen. Nelikentän vasemmalle puolelle tulevat siis positiiviset asiat ja oikealle negatiiviset asiat. Lopputuloksena on toimenpidemääritys, jossa korostetaan ja vahvistetaan yrityksen vahvuuksia ja pyritään omilla toimilla ja strategiaratkaisuilla muuttamaan ympäristössä olevat uhat ja heikkoudet mahdollisuuksiksi. Tämän ideana on se, että uhat tunnistamalla ne pystytään myös minimoimaan ja yrityksen on mahdollista tehdä varasuunnitelmia niiden varalta. (Viitala & Jylhä 2006, 59.)

Lindroos & Lohivesi (2004, 217) ovat sitä mieltä, että usein SWOT-analyysin tuloksena huomataan, että samat asiat voidaan nähdä kaikissa nelikentän kohdissa. Tämä on luonnollista, koska asioiden arviointi on subjektiivista, joku ajattelee jonkin asian olevan uhka ja toinen näkee saman asian mahdollisuutena. Lindroos ja Lohivesi (2004, 217) muistuttavat, että usein SWOT-analyysia tehtäessä taulukoidaan samaan taulukkoon sekä nykytilaa että tulevaisuutta koskevat arvioinnit. Lopputuloksesta tulee näin yleensä varsin sekava ja

ratkaisuna voikin toimia se, että tehdään kaksi taulukkoa rinnakkain, toiseen laitetaan vain nykyhetkeä kuvaavat asiat ja toiseen tulevaisuuteen liittyvät arvioinnit. (Lindroos & Lohivesi 2004, 217.) Kotler (2005, 99) puolestaan huomauttaa, että SWOT-analyysissä ei saa keskittyä liikaa sisäisiin tekijöihin, koska se saattaa rajoittaa uhkien ja mahdollisuuksien tunnistamista niin, että huomioidaan vain ne, jotka sopivat organisaation vahvuuksiin. Teimme alustavan analyysin omien pohjatietojemme perusteella ja täydensimme analyysiä sitä mukaa, kun saimme tietoa lisää.

<p><u>VAHVUUDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sijainti (Helsingin läheisyys) • Kansainväliset yritykset (Esim. Nokia) • Teknologia • Uusi metrolinja 	<p><u>HEIKKOUEDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Selkeä keskus puuttuu • Välimatkat Espoon sisällä (poikittaisliikenne puuttuu) • Ei kongressikeskusta • Majoituskapasiteetti
<p><u>MAHDOLLISUUDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Luonto • Post- ja pretour mahdollisuudet 	<p><u>UHAT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Yhteiskunnan taloudellinen tilanne • Matkustamisen vähentäminen (ilmaston muutos) • Tekniikan kehittyminen, videokonferenssit syrjäyttävät henkilökohtaiset tapaamiset

Taulukko 1: SWOT -analyysi: Espoon alue alustava analyysi

Taulukkoon 1 kirjassimme työn alkuvaiheessa omat mielikuvamme Espoon alueen tilanteesta. Haastatteluiden jälkeen täydensimme analyysiamme Taulukkoon 2. Taulukon 2 sisältö on haastateltujen kongressiammattilaisten näkemys Espoosta kongressikaupunkina. Ammattilasten näkemys on laaja-alaisempi ja perustuu useiden vuosien työkokemukseen kongressien parissa, kun taas oma analyysimme jäi suppeammaksi ja perustuu pääosin vain mielikuviin ja kokemuksiin Espoosta.

8 Haastattelut ja niiden analysointi

Haastattelimme eri PCO-toimistojen edustajia erityisesti pääkaupunkiseudulla. PCO-toimistoja on pääkaupunkiseudulla alle kymmenen. Vaikka haastatteluiden määrä tuntuu pieneltä, on se kuitenkin suuri osa kaikista lähialueen kongressitoimistoista. Otimme haastateltaviin yhteyttä sähköpostitse ja haastattelupyyntöömme vastasi myöntävästi kahdeksan henkilöä yhdeksästä. Yksi näistä kahdeksasta kuitenkin vetäytyi pois haastattelusta. Jäljelle jääneistä haastateltavista kuusi toimii Helsingissä ja yksi Oulussa. Helsingissä haastattelimme Finland Convention Bureau:n markkinointipäällikköä, CONGREX Blue & White Conferences Oy:n kongressipäällikköä ja toimitusjohtajaa ja Confedent International Oy:n kolmea eri kongressipäällikköä. Oulusta haastatteluun osallistui Konferenssi- ja markkinointipalvelu KONFFA Oy:n operatiivinen johtaja. Helsingin haastattelut teimme teemahaastatteluina (liite 2), jotka nauhoitimme, mutta Oulun haastattelun teimme pitkän välimatkan vuoksi sähköpostitse. Kaikki haastattelut tehtiin syyskuun 2010 aikana.

Päädymme muuttamaan kysymysten järjestystä haastatteluiden välillä, sillä heti ensimmäisessä haastattelussa kävi selväksi, että mikäli kysymme heti aluksi Espooseen liittyviä kysymyksiä, haastateltavat vastaavat jatkossakin kaikkiin kysymyksiin vain Espoon kannalta, emmekä saa yleisesti kongressikaupunkeihin liittyviä vastauksia, joita olimme tavoitelleet. Haastattelun sisältö pysyi siis samana kaikissa haastatteluissa, mutta muutimme hieman kysymysten muotoilua ja järjestystä ensimmäisen haastattelun jälkeen.

Aloitimme haastatteluiden litteroimisen eli puhtaaksikirjoittamisen heti ensimmäisen haastattelun jälkeen, jotta työmäärä ei olisi kaikkien haastatteluiden jälkeen suuri. Litteroinnin jälkeen tarkastelimme haastattelumateriaalia teemojen mukaan. Hirsjärven ja Hurmeen (2008, 173) mukaan teemoittelulla tarkoitetaan analyysivaiheessa sitä, että haastatteluista nousee esiin piirteitä, jotka ovat usealle haastateltavalle yhteisiä. Yleensä ne pohjautuvat haastattelussa käytettyihin teemoihin, mutta on mahdollista, että esiin nousee myös muita teemoja, jotka saattavat olla itse lähtöteemoja mielenkiintoisempia. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 173). Tämän työn teemoittelu perustui haastatteluissa käytettyihin teemoihin. Haastatteluiden pohjalta täydensimme aiemmin tekemäämme SWOT-analyysia (Taulukko 1).

<p><u>VAHVUUDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sijainti (Helsingin läheisyys) • Helposti saavutettavissa Helsinki-Vantaan lentokentältä ja satamasta • Kansainväliset yritykset (Esim. Nokia, Neste oil, Microsoft) • Kehittynyt teknologia • Uusi metrolinja • Turvallinen kaupunki • Aalto-yliopisto • Valtion tieteellinen tutkimuskeskus VTT 	<p><u>HEIKKOUEDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Selkeä keskus puuttuu • Välimatkat Espoon sisällä (poikittaisliikenne puuttuu) • Ei kongressikeskusta • Majoituskapasiteetti vähäistä • Ei tunnettu kaupunki
<p><u>MAHDOLLISUUDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Luonnon ja meren läheisyys • Post- ja pretour mahdollisuudet • Hyvin tuotteistetut matkailupalvelut • Hinnoittelu verrattuna muihin kaupunkeihin • Kehärata 	<p><u>UHAT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Yhteiskunnan taloudellinen tilanne • Matkustamisen vähentäminen (ilmaston muutos) • Tekniikan kehittyminen, videokonferenssit syrjäyttävät henkilökohtaiset tapaamiset • Espoon yhdistäminen Helsinkiin • Kongressivieraiden hintatietoisuus kasvussa

Taulukko 2: Haastatteluiden pohjalta täydennetty SWOT-analyysi

8.1 Mielikuva Espoosta

Yleinen mielikuva Espoosta oli kaikilla haastateltavilla positiivinen. Espooseen liitetään mielikuvia koskemattomasta luonnosta, merestä ja väljyydestä sekä turvallisuudesta. Espoo tunnettiin pääkaupunkiseudun PCO-toimistoissa hyvin ja se oli myös monen haastatteluun osallistuneen kongressiammatilaisen kotikaupunki. Ammatillisesti kokemusta oli pääasiassa vain Dipolista. Vapaa-ajan osalta Espoota pidettiin enemmän liikuntaan ja ulkoiluun

painottuvana kaupunkina, kun taas haastateltavat kokivat, että esimerkiksi Helsingistä löytyy rikkaampi kulttuuritarjonta. Vastaajien mielestä Helsingin museot ja taidemuseoiden näyttelyt ovat koko maan kattavia, kun taas Espoossa on keskitytty enemmän omaan alueeseen.

Espoon vahvuksina pidettiin Aalto-yliopistoa, suuria kansainvälisiä yrityksiä, aktiivista tiedeyhteisöä sekä Helsingin läheisyyttä. Espoota pidettiin myös hintatasoltaan hieman Helsinkiä edullisempänä. Dipoli perinteisenä kongressipaikkana on tärkeä Espoon kongressimatkailulle. Dipoli sai erityistä kiitosta mielenkiintoisesta arkkitehtuurista, toimivasta tekniikasta, hyvistä ravintolapalveluista sekä resort-tyyppisestä ilmapiiristä. Ongelmalliseksi koettiin kuitenkin Espoon rajallinen majoituskapasiteetti, varsinkin kesällä 2010, kun Otaniemen Radisson BLU -hotelli oli remontissa. Myös Dipolissa kongressien aikana liikkuvat opiskelijat aiheuttivat jonkin verran ruuhkia tiloissa. Kongressien lukumäärän kasvattaminen Espoossa voisi onnistua, tavoittelemalla osallistujamäärältään pienempiä kongresseja, sillä noin 200 - 300 hengen kongresseihin Espoossa on kaikki resurssit.

Heikkoutena Espoossa pidettiin huonoa tunnettavuutta, alueen laajuutta ja selkeän keskustan puuttumista. PCO-toimistojen kokemuksen mukaan usein kongressin järjestäjän kanssa täytyy käydä keskustelua siitä, miten kongressin esitteessä ilmaistaan kongressipaikkakunta. Kokemuksena oli se, että Helsinki täytyy mainita, jotta kansainväliset vieraat tietävät, että kongressi järjestetään pääkaupungin tuntumassa. PCO:t antoivat esimerkkeinä sijaintia kuvaavista termeistä muun muassa "Helsinki area" tai "Region of Helsinki". Ulkopaikkakuntalaisen on vaikea hahmottaa Espoota monien erillisten asutuskeskusten takia ja liikkuminen niiden välillä voidaan kokea vaikeana. Vaikka Espooseen on helppo tulla, Espoon sisällä tarvitaan usein järjestettyjä kuljetuksia kongressien aikana. Dipoli on oikeastaan Espoon ainoa riittävän iso tila kansainvälisille kongresseille ja koska se sijaitsee aivan Helsingin rajan tuntumassa, suuri osa vieraista majoittuu kuitenkin Helsingin puolella ja kulkeminen seuturajan yli koetaan kalliiksi etenkin, jos kongressi kestää useita päiviä.

8.2 Odotukset kongressikaupunkia kohtaan

Kongressit tulevat usein PCO-toimistojen järjestettäväksi siinä vaiheessa, kun kongressi on saatu Suomeen. Yleensä kongressikaupunki ja joskus myös kongressipaikka on päätetty ennen kuin PCO-toimistojen työ kongressin parissa alkaa. Kongressipaikan valinnan taustalla voi olla esimerkiksi kongressinjärjestäjän kotipaikka tai valitussa kongressikaupungissa saattaa olla jotakin, mitä kongressin ohjelman ohessa halutaan mennä katsomaan tai jotain mikä liittyy aiheeseen. Usein kongressin järjestäjät kuitenkin huomaavat tarvitsevansa apua järjestelyissä ja silloin käännyttään PCO-toimiston puoleen.

Haastatteluiden perusteella perusodotuksena kongressikaupunkia kohtaan ovat luonnollisesti riittävät kongressitilat sekä tarpeeksi laaja majoituskapasiteetti. Majoitustilojen olisi hyvä sijaita järkevän kulkumatkan päässä itse kongressipaikasta. Joskus järjestäjien toiveena on, että majoitus olisi vain kävelymatkan päässä kongressipaikasta, jotta ylimääräisiltä kuljetuksilta vältyttäisiin. Myös iltatilaisuudelle olisi hyvä löytyä sopiva paikka kongressikaupungista.

8.2.1 Kongressipaikka

Kongressipaikan valintaan vaikuttaa tapahtuman luonne, ohjelman rakenne ja osallistujamäärä. Kokoustilojen tulee olla selkeät ja helposti löydettävissä. Kongressin järjestäjän näkökulmasta ajateltuna myös kongressitilojen vuokra vaikuttaa kongressipaikan valintaan, koska usein kongressipaikan kustannukset ovat suuri osa tapahtuman budjettia. PCO-toimistot toivovat myös, että kongressipaikalla olisi asiantuntevaa ja innostunutta henkilökuntaa. Yhtenä huomiona PCO:t mainitsivat, että jos kyseessä on kansainvälinen kongressi ja suomalainen isäntä, voi isäntä haluta näyttää kongressivieraille kauniin suomalaisen ympäristön.

Kukaan haastateltavista ei maininnut tilojen muunneltavuuden olevan erityisen tärkeää. Suuriin kongresseihin saatetaan kuitenkin tarvita kymmeniä tiloja rinnakkaisluennoille ja näyttelyille. Näyttelytilojen pitää olla riittävän suuria, jotta vieraiden liikkuminen tilassa tapahtuu sujuvasti ja samaan tilaan pitäisi usein saada järjestettyä myös tarjoilu.

Suomessa on totuttu korkeaan teknologiaan, joten tekniikan on kongressipaikalla ehdottomasti toimittava ongelmitta. PCO:t pitävät tärkeänä, että kaikista tiloista löytyy kannettava tietokone, valkokangas ja datatykki sekä langaton verkko, joiden tulisi sisältyä tilavuokraan. Samaan pakettiin olisi hyvä kuulua mahdollisuus tekniseen avustajaan, joka huolehtii että laitteet toimivat koko tilaisuuden ajan. PCO:t käyttävät mielellään kongressipaikan palveluita, sillä jos kaikki pitää tuoda erikseen paikalle, voivat kustannukset nousta nopeasti hyvinkin korkeiksi.

8.2.2 Majoitus

Kongressin järjestäjä voi pyytää PCO:ta hoitamaan majoitusjärjestelyt ja silloin esimerkiksi majoitusvaraukset tehdään pääsääntöisesti PCO:n kautta. Internet on kuitenkin tuonut lisää mahdollisuuksia kongressivieraiden ulottuville ja osa kongressiosallistujista saattaakin varata itselleen omatoimisesti majoituksen Internetin kautta.

Kongressivieraat eivät välttämättä vaadi korkeatasoista majoitusta. Monilla vieraista on tietty matkustusbudjetti, jota ei haluta ylittää. Kongressijärjestäjän kannalta paras vaihtoehto on tarjota majoitusta kaikista hintaluokista, jolloin vieraat voivat itse valita sopivan vaihtoehdon. PCO:lle helpointa on, jos vieraat majoittuvat keskitetysti muutamassa läh hotellissa, eivätkä ripoteltuna useisiin eri hotelleihin. Näin mahdolliset kuljetusjärjestelytkin pysyvät yksinkertaisimpina. Yleensä majoituksesta ollaan valmiita maksamaan noin 100 € - 150 € yö, mutta jos kyseessä on useamman päivän vierailu, ovat kongressivieraat hintatietoisempia. Halutussa majoituksen tasossa voi olla suuriakin eroja riippuen kongressivieraiden alasta. Esimerkiksi lääketieteen alalla toivotaan usein tasokkaampaa majoitusta ja ollaan valmiita maksamaan enemmän, kun taas muilla tieteenaloilla tyydytään vähän vaatimattomampaan majoitustasoon.

8.2.3 Liikkuminen

Espoo koettiin helpoksi lähestyä lentokentältä ja satamasta. Julkinen liikenne on toimivaa ja riittävää, mikäli kongressivieraat ovat valmiita matkustamaan itsenäisesti. Tässäkin on havaittavissa alakohtaisia eroja. Kongressien järjestäjät kuitenkin usein toivovat, että välimatkat eivät olisi liian pitkiä. Kuljetukset ovat aina haaste järjestäjälle ja ne voivat muodostua suureksi menoeräksi, mikäli niitä joudutaan järjestämään ja usein ne vievät myös paljon aikaa. Helsingin seudun liikenne on tehnyt yhteistyötä kongressijärjestäjien kanssa ja tukenut joukkoliikenteen käyttöä sekä avustanut matkakorttien hankkimisessa kongressivieraille.

Kansainvälisissä kongresseissa Suomen vahvuudeksi liikennejärjestelyiden osalta mainittiin useampaan kertaan lyhyet välimatkat verrattuna moniin ulkomaisiin kongresseihin. Suurissa metropoleissa välimatkat muodostuvat helposti pitkiksi ja aikaavieviksi. Suomen vahvuudeksi voidaan myös lukea se, että täällä on turvallista liikkua kävellen, jos välimatka on riittävän lyhyt.

Liikkumisesta keskusteltaessa PCO:t mainitsivat lähes poikkeuksetta Länsimetron ja Kehäradan, jotka helpottavat liikkumista pääkaupunkiseudulla tulevaisuudessa. PCO:t odottavat myös kongressivieraiden liikkumisen helpottuvan, kun joukkoliikenteen tarjonta monipuolistuu. Länsimetro tuo Espooseen kuusi uutta asemaa, joista yksi sijaitsee Otaniemessä kävelymatkan etäisyydellä Dipolista (Ruoholahdesta Matinkylään). Kehärata ei ulotu Espooseen asti, mutta se tuo raideyhteyden Helsingin keskustasta Helsinki-Vantaan lentoasemalle (Kehärata lyhyesti).

8.2.4 Oheisohjelma

Oheisohjelmaa ei enää järjestetä niin paljon kuin aikaisempina vuosina. Kongressivierailta on vähemmän aikaa käytettävissä ja kongressipäivien aikataulut ovat tiukkoja. PCO:t tarjoavat aina myös oheisohjelmaa, mutta jos valikoima on kovin laaja, jäävät ryhmäkoot niin pieniksi, ettei ohjelman järjestäminen ole taloudellisesti kannattavaa. Tavallisesti kaikissa kongresseissa on ainakin yksi illallistilaisuus sekä kaupungin vastaanotto. Illallistilaisuus halutaan yleensä ajatella erillisenä tapahtumana, eikä sitä yleensä haluta järjestää samassa paikassa, jossa kongressi järjestetään. Lyhyissä kongresseissa illallinen ja kaupungin vastaanotto voivat olla myös yhdistetty yhdeksi tilaisuudeksi ajan säästämiseksi. Espoon kaupunki sai kiitosta monipuolisista vastaanotoista erilaisissa tiloissa.

Samalla kun kongressimatkoihin käytetty aika on lyhentynyt, on myös pre- ja post-tourien suosio laskenut. Perinteisesti nämä matkat suuntautuvat Pietariin tai Tallinnaan ja Suomessa yleensä vain Lappiin. PCO:t mainitsivat, että yleensä hyväksi havaittu yhdistelmä on liittää yhteen kongressikaupungin kiertoajelu ja jokin retki lähialueelle, esimerkiksi Porvooseen, Tuusulaan tai Nuuksioon. Nykyään pre- tai post-tour saatetaan haluta liittää enemmän omaan työhön ja alaan. Halutaan, että matkan aihe liittyy jollain tavoin kongressin aiheeseen ja samalla laajentaa kongressin sisältöä konkreettisella tasolla.

8.3 Espoon kilpailijat

Kaikki haastateltavat olivat samaa mieltä siitä, että kongressikaupungit Suomessa eivät oikeastaan kilpaile keskenään. Kaikkien edun mukaista on se, että kongressi saadaan ylipäättään Suomeen. Sen sijaan jotkin ulkomaiset kaupungit saattavat olla Espoon kilpailijoita. Haastatteluissa mainittiin, että Espoon kanssa samoista kongresseista voisivat kilpailla esimerkiksi jotkin ruotsalaiset tai tanskalaiset kaupungit. Tulevaisuudessa myös Aasiasta, Venäjältä ja Baltian maista tulee kongressikaupunkeja kilpailuun mukaan.

Espoon pahimmiksi kilpailijoiksi mainittiin Turku ja Tampere. Nämä molemmat kaupungit ovat yliopistokaupunkeja ja niihin pääsee Helsinki-Vantaan lentokentältä melko vaivattomasti. Turusta ja Tampereelta löytyy myös samantyyppisiä kokous- ja kongressitiloja kuin Espoostakin. Tulevaisuudessa myös Oulu saattaa nousta Espoon kilpailijaksi teknologian alan kongressien järjestäjänä. Lahti pyrkii myös kongressikaupunkien joukkoon ja siellä on jo tällä hetkellä hyviä kongressipaikkoja, mutta majoitus ei ole vielä riittävällä tasolla. Espoon kilpailuvalttina voisi olla halvempi hinta ja hyvin tuoteistetut oheisohjelmavaihtoehdot.

8.4 Trendit ja tulevaisuus kongressimatkailussa

Trendit tai taloudellinen tilanne eivät juuri vaikuta kongressimatkailuun. Eniten vaikuttaa eri aloilla vallitsevat tavat ja perinteet. Taloudellinen tilanne on ehkä jossain määrin vaikuttanut osallistujamääriin, mutta ei kongressivieraiden odottamaan tasoon. Teknologian kehitys tuskin tulee koskaan syrjäyttämään kongresseja, vaan sitä käytetään enemmänkin järjestelyvaiheessa tiedonkulkuun ja ilmoittautumisten vastaanottoon. Järjestelytoimikunnat saattavat käyttää kehittynyttä tekniikkaa kokoustensa apuna ja kongressivieraat varaavat nykyään entistä enemmän majoitusta itsenäisesti Internetin kautta. Joillain aloilla tekniikan käyttöä vierastetaan vielä ja halutaan pysyä perinteisemmissä menetelmissä. He eivät halua kongressilleen Internet-sivuja eivätkä Internet-ilmoittautumista, koska sellaisia ei ole ennenkään ollut.

Yleisesti vallalla olevista trendeistä ekologisuus on ehkä ainoa trendi, joka näkyy jollain tasolla kongressialalla. Ekologisuutta painottavat enemmän kuitenkin kongressipaikat kuin kongressijärjestäjät. Ekologisen näkökulman huomioiminen kongressin järjestämisessä saattaakin tulevaisuudessa olla keino erottua kongressin järjestäjien joukossa.

9 Tulokset

Haastatteluiden perusteella Espoo ei ole kovin tunnettu kongressikaupunki kansainvälisesti eikä edes Suomessa pääkaupunkiseudun ulkopuolella. Espoon kannattaisi hyödyntää Helsingin tunnettavuutta ja asemaa pääkaupunkina ja markkinoida itseään osana pääkaupunkiseutua. Uusi Aalto-yliopisto tarjoaa Espoolle ja varsinkin Otaniemen alueelle mahdollisuuden kasvattaa kongressitoimintaansa. Aalto-yliopisto voi tuoda Espooseen myös muita kuin tekniikan alan kongresseja, mikäli Dipoli pystyisi vakiinnuttamaan asemansa Aalto-yliopiston suosituimpana kokous- ja kongressitalona.

Ensimmäisenä heikkoutena lähes kaikille haastateltaville tuli mieleen selkeän keskuksen puuttuminen ja se, että Espoon aluetta on hankala hahmottaa. Tämän ei kuitenkaan tarvitse olla heikkous kongressimatkailussa ja markkinoinnilla voidaan vaikuttaa siihen, millaisena kongressivieraat kokevat alueen. Espoo koettiin helposti lähestyttäväksi kaupungin ulkopuolelta, kuten lentokentältä ja satamista. Julkisilla kulkuvälineillä liikkuminen Espoon sisällä oli monen mielestä vaivalloista ja aikaa vievää. Kuitenkin tulevaisuudessa joukkoliikenteen tuomat laajemmat liikkumismahdollisuudet koettiin erittäin tervetulleena lisänä myös kongressimatkailulle.

PCO-toimistot toivoivat kaikilta kongressikaupungeilta selkeitä hyvin tuotteistettuja ja laadukkaita palveluita oheisohjelmiksi. Ainutlaatuinen ja erikoinen oheisohjelma voi toimia myyntivalttina, sillä kongressivieraat haluavat vaihtelua tavanomaiselle kongressin oheisohjelmalle. Selkeät ja monipuoliset palvelut sekä hinnoittelu voivat myös vaikuttaa huomattavasti kongressikaupungin valintaan. Tavoittelemalla osallistujamäärältään pienempiä kongresseja Espoo voisi onnistua kasvattamaan kongressien lukumäärää, sillä noin 200 - 300 hengen kongresseihin Espoossa on kaikki resurssit.

Uhaksi Espoon kongressitoiminnalle mainittiin asiakkaiden kasvava hintatietoisuus. Asiakkaat haluavat tietää tarkemmin, mistä he maksavat ja toivovat kattavampia kokouspaketteja, jotka esimerkiksi sisältävät jo kaiken tarvittavan tekniikan ja osaavan henkilökunnan kongressipaikan puolesta. Tekniikan kehittymistä kukaan ei pitänyt uhkana kongressitoiminnalle. Tekniikan koettiin enemmänkin helpottavan suunnittelutyötä ja yhteydenpitoa kongressinjärjestäjien kesken. Tulevaisuudessa uhkana saattaa olla pääkaupunkiseudun yhdistäminen yhdeksi suurkaupungiksi, jolloin Espoo menettää asemansa omana kongressikaupunkinaan.

10 Yhteenveto

Työn tarkoituksena oli selvittää teemahaastatteluiden avulla, minkälainen mielikuva kongressialan ammattilaisilla on Espoosta kongressikaupunkina ja mitä he odottavat kongressipaikoilta ja kongressikaupungilta. Haastatteluissa keskityimme vain PCO-toimistoihin, jotka järjestävät pääasiallisesti kongresseja ja sivuutimme erilaiset tapahtumatoimistot. Saimme mielestämme riittävästi osallistujia haastatteluun, sillä vain kongressien järjestämiseen suuntautuneita yrityksiä ei ole Suomessa monia. Mielestämme otanta oli riittävän kattava ja vastaajien mielipiteet olivat yllättävän yhteneväisiä. Suuremallakaan otannalla emme luultavasti olisi saaneet enää uutta tietoa.

Espoo koettiin toimivaksi kongressikaupungiksi ja kaikki Espoossa kongresseja järjestäneet PCO-toimistot olivat tyytyväisiä Espoon tarjoamiin mahdollisuuksiin. Ne kongressiammattilaiset, joilla ei ollut omakohtaista kokemusta Espoosta kongressikaupunkina, eivät tunteneet Espoota eivätkä pitäneet Espoota merkittävänä kongressikaupunkina edes Suomen mittakaavassa. Kaikki haastateltavat painottivat hyvin tuotteistettujen palveluiden tärkeyttä. Kaikilla kongressikaupungeilla on tässä varmasti kehitettävää. Jos Espoo onnistuu tässä haasteessa, voisi se olla heidän kilpailuvalttinsa.

Henkilökohtaisena tavoitteenamme oli kehittää omaa asiantuntijuuttamme kongressitoiminnan parissa. Tämä tavoite toteutui ja lisäksi ymmärryksemme PCO-toimistojen tehtävistä ja toiminnasta lisääntyi huomattavasti. Työn alkuvaihe oli haasteellinen, kunnes

saimme aiheen rajattua riittävän selkeästi. Työn aihevalinta oli mielestämme onnistunut ja se syvensi asiantuntijuuttamme kongressien järjestämisestä. Tulemme jatkossa varmasti hyötymään työn kautta oppimistamme asioista.

Lähteet

Kirjalliset lähteet

- Aaltola, J & Valli, R. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I - metodin valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: Gummerus.
- Aarnejärvi, L. 2003. Kokoukset ja kongressit. Järjestäjän käsikirja. Helsinki: Edita.
- Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita.
- Blinikka, P. & Kuha, M. 2004. Ideasta kokoukseksi: asiakaslähtöisten kokousten ja kongressien järjestäminen. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Eskola, J & Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Espoo Alueittain 2000-luvulla. 2002. Espoo: Espoon Kaupunki.
- Espoon kaupungin tilastollinen vuosikirja 2007. 2008. Espoo: Espoon kaupungin keskushallinto Kehittämis- ja tutkimusryhmä.
- Evans, N., Campbell, D. & Stonehouse, G. 2003. Strategic Management for Travel and Tourism. Oxford: Elsevier Ltd.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2005 Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2006 Tutki ja kirjoita. Jyväskylä: Gummerus.
- Kotler, P. 2005. Markkinoinnin avaimet. Jyväskylä: Gummerus.
- Lawson, F. 2002. Congress, Convention & Exhibition Facilities. Planning, design and management. Oxford: Architectural Press.
- Lindroos, J-E & Lohivesi, K. 2004. Onnistu strategiassa. Helsinki: WSOY.
- Matkailu pääkaupunkiseudulla; Eurot, yritykset, matkailijat. Toimialaraportti 2002-2007. 2008. Helsinki: Culminatum Innovation ja Haaga-Perho tutkimuspalvelut.
- Pitkämäki, A. 2000. Pk- yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Helsinki: Kauppakaari.
- Porter, M. 1991. Kilpailuetu: miten ylivoimainen osaaminen luodaan ja säilytetään. Helsinki: Weiling+Göös.

Porter, M 1998. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: The Free Press.

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

Saarelma, K. 2002. Kongressiopas: Kuinka tieteellinen kongressi järjestetään. Helsinki: Primacarrera- instituutti Oy.

Swarbrooke, J. & Horner, S. 2001. Business Travel and Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2006. Liiketoimintaosaaminen. Helsinki: Edita.

Sähköiset lähteet

Aalto-yliopisto DIPOLI kokous- ja kongressipalvelut. Viitattu 26.9.2010.

<http://www.dipoli.tkk.fi/kongressipalvelut/index.html>

Aalto-yliopiston teknillisen korkeakoulun kongressipalvelut. Viitattu 26.9.2010

<http://www.tkk.fi/fi/yleista/palvelut/kongressipalvelut/>

Business Meetings Face-to-face. Forbes Insight, 2009. Viitattu 24.4.2010.

http://www.mpiweb.org/Libraries/Research_and_Reports/Business_Meetings_FaceToFace_Forbes.sflb.ashx

Davidson, R. 2009. EIBTM 2009 Industry Trends and Market Share Report - an evaluation by Rob Davidson EIBTM Industry Analyst. Tulostettu 5.3.2010

http://www.eibtm.com/files/3464_eibtm_industry_report_print_2009_v6_notrim.pdf

Esittely Hanasaari - Suomi-Ruotsi-yhteistyö, hotelli, ravintola, kokoukset. Viitattu 26.9.2010

<http://www.hanaholmen.fi/fi/hanasaaresta/esittely>

Espoo city facts. Viitattu 18.9.2009

<http://www.fcb.fi/?pageid=197&parent0=4&parent1=117&parent2=137&type=1&ID=&MapID=15>

Espoon Matkailu Oy:n palvelut. Viitattu 6.2.2009

http://www.visitespoo.fi/kokous_ja_kongressi/kokousta/kongressipalvelut/espoo_matkailu_oy_n_kongressipalvelut

Espoon Matkailustrategia v. 2009-2012. Tulostettu

10.1.2010. http://www.visitespoo.fi/files/visitespoo/Tutkimukset/MATKAILU_PAAKAUPUNKIS EUDULLA-tiivistelma_3_12_2008.pdf

Espoo virallinen kokousopas, kokoustilat tilaisuuden mukaan. Viitattu 16.09.2009.

http://www.visitespoo.fi/kokous_ja_kongressi/kokousta/kokoustilat

FCB Kansainväliset kongressit 2009 ja 2008. 23.4.2010. Viitattu 24.4.2010.

http://www.jcb.fi/media/Kaupungit_2009_vert_2008.pdf

FCB:n lehdistötiedote. 8.9.2008. Viitattu

6.2.2009 http://www.fcb.fi/fin/ajankohtaista/tiedotteet/august08B_2008.html.

Finland. Finland Convention Bureau. Viitattu 22.10.2010.

<http://www.fcb.fi/?pageid=3&parent0=3>

Finland Convention Bureau. 2009. Toimintakertomus 2008. Viitattu 27.1.2010

http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/sekalaisetpdf/FCB_toimintakertomus_2008.pdf

Jyväskylä - Ihmisen kokoinen kaupunki. 2010. Viitattu 5.5.2010.

http://www.jcb.fi/miksi_jyvaskyla

Kaupunkimarkkinoinnin kokonaissuunnitelma vuodelle 2010. 16.11.2009. Viitattu 26.3.2010.

http://www.espoo.eu/asiakirja.asp?path=1;31;37423;37424;37425&id=B88A9D3F8E105A73C2257686002D1BC6&kanta=Kunnari%5C%5Cintrakun_e.nsf

Kansainvälinen kongressi Suomeen. Finland Convention Bureau. 14.4.2010. Viitattu 24.4.2010.

http://www.kongressimessut.fi/pdf/Kansainvalinen_kongressi_Suomeen_FCB.pdf

Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain. Finland Convention Bureau.

21.4.2010. Viitattu 3.5.2010. http://www.jcb.fi/media/Kaupungit_2009_vert_2008.pdf

Kehärata lyhyesti. Viitattu 25.10.2010. <http://www.keharata.fi/?pageid=8&parent0=3>

Kokoustilat tilaisuuden mukaan. 2010. Espoon Matkailu Oy. Viitattu 07.11.2011

http://www.visitespoo.fi/kokous_ja_kongressi/kokousta/kokoustilat

Kongressisuunnittelun opas. 2009. Finland Convention Bureau. Viitattu 5.3.2010.

http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/Kongressisuunnittelu_opas/Kongressisuunnittelu_opas.pdf

Kongressit Suomessa 2007. Finland Convention Bureau & Taloustutkimus Oy. Maaliskuu 2008.

Viitattu 25.10.2010.

[http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/tutkimukset/Kongressit%20Suomessa%202007_raportti_nettti\(1\).pdf](http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/tutkimukset/Kongressit%20Suomessa%202007_raportti_nettti(1).pdf)

Miksi Helsinki kokouspaikaksi? Viitattu 4.11.2010

http://www.meethelsinki.fi/Suomeksi/Kokousjarjestajat/Miksi_Helsinki/Helsinki_kokouspaikkana.iw3

Miksi juuri Espooseen? Viitattu

6.2.2009 http://www.visitespoo.fi/kokous_ja_kongressi/kokousta/miksi

Ruoholahdesta Matinkylään. Länsimetro Oy. Viitattu 25.10.2010.

<http://www.lansimetro.fi/fi/metrohanke>

Saari, J. 2010. Kongressin suunnittelu ja toteutus. 14.4.2010. Viitattu 25.4.2010.

http://www.kongressimessut.fi/pdf/Kongressin_suunnittelu_ja_toteutus_Jussi_Saari.pdf

Suhdanne 3/2009 Matkailu- ja Ravintola-alan kehitysnäkymät. Matkailu- ja Ravintolapalvelut

MaRa ry. 9.12.2009. Tulostettu 10.1.2010. http://www.mara.fi/files/suhdanne09_3.pdf

Suomen kokous- ja kongressitilastot 2009 ja arviot 2010 kongresseista. Viitattu 14.10.2010.

http://www.jcb.fi/uutiset?article_id=3472&category_id=75

Turun seutu. Viitattu 5.5.2010. <http://congress.utu.fi/>

Kuviot

Kuvio 1: Kongressin järjestäminen prosessina (Kongressisuunnittelun opasta 2009, 1 - 17 mukailleen.).....	7
Kuvio 2: PCO:n ja järjestäjän tehtävät kongressissa (Saarta 2010, 14 mukailleen.)	9
Kuvio 3: Kilpailija-analyysipohja Suomen kongressimatkailusta (Porteria 1998 mukailleen.)	16
Kuvio 4: Suomessa järjestettyjen kansainvälisten kongressien määrät kaupungeittain vuosina 2008 ja 2009. (Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain).....	18
Kuvio 5: Suomessa järjestettyjen kansainvälisten kongressien osallistujamäärät kaupungeittain vuosina 2008 ja 2009. (Kansainväliset kongressit 2009, vertailu kaupungeittain.).....	18

Taulukot

Taulukko 1: SWOT -analyysi: Espoon alue alustava analyysi	22
Taulukko 2: Haastatteluiden pohjalta täydennetty SWOT-analyysi	24

Liitteet

Espoon kokoustilat.....	38
Haastatteluteemat	39

Liite 1

Espoon kokoustilat (Kokoustilat tilaisuuden mukaan.)

Kokoustilat	Kokoustitiloja (kpl)	Kokonaiskapasiteetti (hlö)	Suurin tila (hlö)	Näyttelytilaa (m ²)
Dipoli	19	1790	1000	2000
Espoon kulttuurikeskus	2	1069	773	155
Hanasaari - Hanaholmen	11	502	231	201
Hotelli Kuninkaantie	9	386	260	321
Hotel Sello	4	70	60	n. 120
Kartanokylpylä Kaisankoti	9	150	50	mahdollista
Kokoushotelli Meripuisto	12	600	300	n. 600
Barona Areena	10	8416	8416	1800
NEXT Bodomin Kartano	9	142	70	120
Otahalli	1	1500	1500	3000
Radisson BLU Hotel Espoo	2	60	30	2x44
Scandic Espoo	6	241	80	107
Sellosali	2	467	397	300
Sokos Hotel Tapiola Garden	3	51	37	mahdollista
Solvallan Urheiluopisto	6	183	40	n. 1000
Aalto-yliopiston teknillinen korkeakoulu	100	4500	750	
Vanha Talli Espoon Aurinkohuvilat Oy	1	30	30	
Villa Dalby	2	28	20	
Kokoushotelli Siikaranta	13	275	200	
Näyttelykeskus WeeGee	1	60	aula 1000	

Liite 2

Haastatteluteemat

Tausta

- Haastateltavan tausta
- Kotipaikka
- Titteli
- työkokemus

PCO-toimistojen odotukset kongressikaupunkia kohtaan

- Majoitus
- Kapasiteetti
- taso

Tilat & Palvelut

- Koko
- Monipuolisuus
- Tekniikka (mahdollisuudet, osaaminen)

Liikkuminen & liikenneyhteydet

Oheisohjelma

- Pre- ja post -tour
- Kulttuuritarjonta
- Luonnon suomat mahdollisuudet
- Iltatilaisuudet

Mielikuva Espoosta (yleinen käsitys Espoosta)

- vapaa-aika
- turvallisuus

Kokemukset Espoosta kongressipaikkana

Espoo alueena/ ympäristönä (kongressikaupunkina)

- Espoon vahvuudet
- Espoon heikkoudet
- Espoon mahdollisuudet
- Espoon uhat

Kilpailu

- Espoon pahimmat kilpailijat?
- Miksi?
- Miten Espoosta kilpailijoita parempi?
- Onko Suomessa kongressikaupunkien välistä kilpailua?
- Miten kilpailu ilmenee
- Uusia tulokkaita?

Kongressimatkailuun yleisesti (kansallisesti) vaikuttavat tekijät

- Taloudelliset
- Teknologiset
- Tulevaisuus
- Trendit