



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Saaristomatkailun kehittämissuunnitelman laatiminen

Seppänen, Terhi

2014 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Saaristomatkailun kehittämissuunnitelman laatiminen

Seppänen Terhi
Hotelli- ja ravintola-alan
liikkeenjohdon koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2014

Seppänen, Terhi

Saaristomatkailun kehittämissuunnitelman laatiminen

Vuosi 2014 Sivumäärä 29

Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö. Työn tarkoituksena on tuottaa Espoon Matkailu Oy:lle Espoon saaristomatkailun kehittämissuunnitelma. Työn tavoitteena on benchmarkata Turun saaristomatkailun vapaa-ajan palvelukonsepteja yksilömatkailun näkökulmasta. Tarkemmin ottaen tavoitteena on tuoda esille eri markkinointiviestinnän välineissä esiintyvää Turun saariston tuotetarjoomaa.

Suomen lounaisosassa sijaitseva Turun saaristo on yksi maailman monilukuisimmista saaristoista. Se on ainutlaatuinen ja helposti saavutettava matkakohde. Turun saaristo tarjoaa kaiken ikäisille hyvät mahdollisuudet monenlaisten aktiviteettien harrastamiseen sekä rentoutumiseen luonnon keskellä.

Espoon saaristo kaipaa uudistuksia asiakaskuntansa laajentamiseksi. Saatuja tuloksia tullaan käyttämään Espoon saaristomatkailun palvelutarjonnan kehittämiseen. Työn myötä tulisikin saada ideoita, miten Espoon alueelle saataisiin lisää saaristomatkailuun liittyviä yrittäjiä, jotta asiakkaat valitsisivat jatkossa käyntikohteekseen Turun saariston sijaan Espoon saariston.

Työn teoreettinen viitekehys muodostuu matkailun teoriasta. Sen jälkeen kuvataan Espoon Matkailun nykytilaa. Innovoinnissa käytetään benchmarkingia, SWOTtia ja konseptointia. Vaiheet käydään läpi teorian ja käytännön kannalta. Työn lopussa ovat johtopäätökset ja pohdinta. Toimeksiantaja, Espoon Matkailu, arvioi työstä saadut tulokset.

Kehitysideaksi nousi Espoon saaristoon suunniteltu ja virkistymiskäyttöön tarkoitettu palvelukokonaisuus kiinalaisia matkailijoita varten. Se tarjoaa heille palvelupaketteja, jotka ovat täysin räätälöitävissä asiakkaan tarpeen ja mielen mukaan. Opinnäytetyön myötä Espoon Matkailulle ja Espoon saaristomatkailulle syntyneitä materiaaleja ovat kaikki työn tuotokset.

Seppänen, Terhi

Drawing up a Development Plan for Archipelago Travelling

Year	2014	Pages	29
------	------	-------	----

The purpose of this functional study is to produce a development plan for archipelago travel for Espoo Matkailu Oy (Visit Espoo). The objective of the study is to benchmark leisure time service concepts related to travelling in the Turku archipelago from the perspective of individual travel. More specifically, the study aims to highlight products related to Turku archipelago travel displayed by different marketing communications media.

The Turku archipelago, located in the south-west of Finland, is one of the world's largest archipelagos in terms of the number of islands. The unique destination is easy to reach and offers great possibilities for people of all ages for various activities and relaxation in the midst of nature.

The Espoo archipelago is in need of reform to expand its number of travellers. The results of the study will be used to develop the services of the Espoo archipelago travelling area. The study aims to provide ideas for increasing the number of travelling business entrepreneurs in the Espoo archipelago in order to invite more travellers to choose the Espoo archipelago over the Turku archipelago in the future.

The study's theoretical framework is built around the theory of travelling. Thereafter the current state of Visit Espoo is introduced. Benchmarking, SWOT analysis and conceptualisation are used as the bases for innovation and processed in terms of theory and practice. Conclusions and discussion are located at the end of the thesis. An evaluation of the study's findings by the commissioner, Visit Espoo, is included.

The study established a development idea of a service entity designed for recreational use for Chinese travellers in the Espoo archipelago. This service entity offers service packages which can be fully customised according to customer needs and interests. All the results provide material for Visit Espoo and the Espoo archipelago as a travelling area.

Key words benchmarking, development plan, archipelago travelling

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Näkökulmia matkailuun	7
2.1	Matkailu elinkeinona.....	7
2.2	Saaristomatkailu.....	9
2.3	Matkailun kehittäminen	10
3	Työn toteutuksen kuvaus	11
3.1	Lähtötilanteen kartoitus	11
3.2	Kehittämisprosessi	12
3.3	Kehittämissuunnitelman kuvaus	15
3.4	Kehittämissuunnitelman arvio	20
4	Johtopäätökset ja pohdinta	21
	Lähteet	23
	Kuvat	27
	Taulukot	27
	Liitteet.....	27
	Liite 1: Saatekirje.....	28
	Liite 2: Kyselylomake.....	29

1 Johdanto

Suomessa matkailu on nopeasti kasvava liiketoiminnan ala, jolla on merkittävä sija muiden elinkeinojen joukossa. Matkailu koostuu useista elinkeinoista, joiden palveluita matkailijat kuluttavat. Näitä ovat esimerkiksi ravintola-, liikenne- ja majoituspalvelut. Kiinasta on lyhyessä ajassa tullut yksi matkailun mahtimaista. Nykyisin kiinalaiset matkustavat entistä enemmän ja heihin voikin törmätä joka puolella maapalloa. Onnistuneiden elämysten aikaansaamiseksi on tärkeää, että myös Suomen matkailupalveluyritykset kiinnittävät huomiota ainakin yleisimpiin kiinalaismatkailijoiden erityispiirteisiin.

Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö. Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa Espoon Matkailu Oy:lle Espoon saaristomatkailun kehittämissuunnitelma. Työn tavoitteena on benchmarkata Turun saaristomatkailun vapaa-ajan palvelukonsepteja yksilömatkailun näkökulmasta, vaikkakaan työmatkoja ja vapaa-ajan matkoja ei voi kokonaan erottaa toisistaan. Tarkemmin ottaen tavoitteena on tuoda esille eri markkinointiviestinnän välineissä esiintyvää Turun saariston tuotetarjoomaa. Saatuja tuloksia tullaan käyttämään Espoon saaristomatkailun palvelutarjonnan kehittämisessä. Työn myötä tulisikin saada ideoita, miten Espoon alueelle saataisiin lisää saaristomatkailuun liittyviä yrittäjiä, jotta asiakkaat valitsisivat tulevaisuudessa käyntikohteekseen Turun saariston sijaan Espoon saariston.

Espoon saariston matkailullinen kehittäminen on ajankohtaista, koska Espoon saaristo-alueet saivat vuonna 2012 saaristo-osakunta statuksen (Stanley 2013). Työssä hyödynnettiin seuraavia töitä: Henna Valtamäen Tankarin majakkasaari kutsuu: Kehittämistarpeiden kartoitus (2011) ja Olli Lampilan & Filip Kumlinin Kilpailija-analyysi Helsinki-Tukholma (2013). Ne antoivat suuntaviivoja aiheen työstämiseen niin viitekehyksen kuin lisälähdeaineiston hakemisenkin suhteen. Espoon Matkailu tuli tutuksi aikaisemman opintojakson kautta. Opinnäytetyöaihe oli tarjolla olleista aiheista mielenkiintoisin. Ennen työn aloitusta Espoon Matkailun edustajalta saatiin selkeä käsitys siitä, miksi työ oli tarkoitus tehdä, mitä sillä oli tarkoitus saada aikaan, miten ja missä aikataulussa työn oli edettävä. Työn myötä ammatillinen osaamiseni kehittyi.

Opinnäytetyön tärkeimpiä käsitteitä ovat benchmarking, kehittämissuunnitelma ja saaristomatkailu. Työn alussa keskitytään matkailun teoriaan: matkailuun elinkeinona, saaristomatkailuun ja matkailun kehittämiseen. Siitä jatketaan työn toteutuksen kuvauksella, jossa kartoitetaan lähtötilannetta. Sen jälkeen esitellään kehittämisprosessi, joka on toteutettu benchmarkingin, konseptoinnin ja SWOTin avulla. Vaiheet käydään ensin läpi teorian kautta, minkä jälkeen paneudutaan seikkaperäisesti käytäntöön. Raportin lopussa on työn myötä syntynyt johtopäätökset ja pohdinta -osio.

2 Näkökulmia matkailuun

Matkailu on laaja, kasvava ja maailmanlaajuisesti merkittävä toimiala. Sen piirissä toimii useita eri elinkeinoja, joita yhdistää matkailijoiden palveleminen eri vuodenaikoina, joko suoraan tai välillisesti. Suomen vesistöt, rannikot ja saaristot tarjoavat luonnosta kiinnostuneille matkailijoille runsaasti virkistys- ja harrastusmahdollisuuksia. Matkailuyritysten jatkuvalla palveluiden ja tuotteiden kehittämisellä on keskeinen rooli matkakohteiden vetovoiman ylläpitämisessä.

2.1 Matkailu elinkeinona

Matkailua on mahdotonta kuvata määritelmällä, joka sopisi kaikkiin tilanteisiin. YK:n alaisen Maailman matkailujärjestön johdolla on kuitenkin sovittu, että matkailun kansainvälinen määritelmä on käytössä myös Tilastokeskuksen tuottamassa Suomen virallisessa tilastossa. Sen mukaan matkailu (tourism) on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden, esimerkiksi vapaa-ajan vieton tai liikematkan merkeissä. Matkailijalla puolestaan tarkoitetaan yöpyvää matkailijaa, joka viettää vähintään yhden yön jossain matkakohteensa majoitusvaihtoehtoista. (Goeldner & Ritchie 2012, 3 - 9; Veijola, Ilola & Edelheim 2013, 16 - 24.)

Matkailu on ollut viime vuosikymmenten aikana yksi maailman nopeimmin kasvavista elinkeinoista. Samassa ajassa matkailun taloudellinen merkitys on Suomessa selvästi lisääntynyt. Matkailuun liittyvät työt ja työpaikat ovat lisääntyneet ja moninaistuneet matkailun kasvun ja työelämän rakennemuutosten myötä. Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset eivät ole kuitenkaan jakautuneet tasaisesti koko maahan. (Veijola, Hakkarainen & Nousiainen 2013, 173 - 180.) Matkailutoimialan näkyvimpiä toimijoita ovat suuret kansainväliset lentoyhtiöt ja hotelliketjut. Enemmistö toimijoista on kuitenkin pieniä ja keskisuuria yrityksiä. Kiinnostus matkailututkimusta kohtaan on lisääntynyt niin kansainvälisesti kuin kotimaassakin. (Kilpijärvi & Aho 2013, 30 - 39.)

Matkailukysyntä koostuu sekä ulkomaalaisten että kotimaisten matkailijoiden kulutuksesta kohdealueella. Matkailu aiheuttaa suoria, välillisiä ja johdettuja vaikutuksia. Välillisiä ja johdettuja vaikutuksia kutsutaan matkailun kerrannaisvaikutuksiksi, jolloin matkailu on merkittävä tekijä niin alueellisesti kuin kansantaloudellisestikin. Matkailulle ovat tyypillisiä alueelliset vaihtelut. Matkailutulo ja -työllisyys ovat keskittyneet perinteisesti suurimpiin kaupunkeihin ja matkailukeskuksiin, mutta matkailu on tärkeä elinkeino myös maakunnissa. Alueiden välillä on kuitenkin havaittavissa epätasaista kasvua. (Tilastokeskus 2013.)

Vuonna 2012 matkailijat kuluttivat Suomessa noin 13,3 miljardia euroa. Kotimaisten matkailijoiden osuus koko maan kulutuksesta oli 50 prosenttia. Ulkomaalaisten matkailijoiden kulutus oli 32 prosenttia eli reilut neljä miljardia euroa, josta hotelli- ja ravintola-alan palveluiden osuus oli noin 60 prosenttia. Työajan korvatut matkamenot ja omien mökkien laskennallinen kulutus olivat yhteensä 18 prosenttia, joka sisältää työnantajan korvaamat työmatkakulut sekä kesämökeillä tapahtuvan kulutuksen. Matkailun aikaansaama arvonlisäys oli vuonna 2012 arviolta neljä ja puoli miljardia euroa, joka oli noin kolme prosenttia Suomen bruttokansantuotteesta. Näin matkailun arvonlisäys oli elintarviteollisuuden, maatalouden ja peliteollisuuden vastaavaa lukua suurempi. (Tilastokeskus 2013; Työ- ja elinkeinoministeriö 2013a.)

Yksittäisistä maakunnista Uudellemaalle kohdistui 60 prosenttia ulkomaalaisten matkailijoiden kulutuksesta. Lappiin kulutuksesta kohdentui 15 prosenttia. Lapissa ja Uudellamaalla ulkomaalaisten matkailijoiden kulutuksen osuus oli jopa suomalaisten matkailijoiden kulutusta suurempaa. Muista maakunnista erottuivat Ahvenanmaa (seitsemän prosenttia) ja Varsinais-Suomi (kuusi prosenttia) lähinnä vesiliikenteen henkilökuljetuksen palveluiden ansiosta. Kaiken kaikkiaan ulkomaalaisten matkailijoiden kulutus keskittyi selkeästi laiva- ja lentoliikenteen solmukohtiin (Uusimaa, Varsinais-Suomi ja Ahvenanmaa) sekä muihin vahvoihin matkailumaakuntiin (Pohjois-Pohjanmaa ja Pirkanmaa). Kotimaisten matkailijoiden kulutukseksi muodostui noin seitsemän miljardia euroa, joista Uudenmaan osuus oli noin 40 prosenttia. Yleisesti ottaen erot kotimaisten matkailijoiden kulutuksessa eri maakuntien välillä olivat huomattavasti pienempiä verrattuna ulkomaalaisten matkailijoiden kulutukseen. Samat maakunnat menestyivät kaikkien matkailijoiden kulutuksen kohdistamisessa. (Tilastokeskus 2013.)

Maakuntien välillä on eroja matkailun muodoissa. Työmatkat suuntautuivat eniten Uudellemaalle. Muita merkittäviä alueita, jotka saivat tuloja työmatkailusta, olivat Pohjois-Pohjanmaa, Pirkanmaa ja Keski-Suomi. Työmatkoihin liitetään usein myös virkistystoimintaa. Esimerkiksi kongressien yhteydessä järjestetään liitännäismatkoja, joissa tutustutaan erilaisiin nähtävyyksiin ja vierailaan monenlaisissa tapahtumissa. Kotimaan vapaa-ajan matkailu jakaantuu tasaisemmin. Omien mökkien käyttö kohdistui erityisesti suurimpien sisävesistöjen ja rannikkoalueiden läheisyyteen, kuten Varsinais-Suomeen, Pirkanmaalle ja Etelä-Savoon. (Tilastokeskus 2013; Vesterinen & Vuoristo 2009, 14.)

Kesähuviloita rakennettiin Suomeen jo 1800-luvulla. Laajempi mökkeilyinto kuitenkin levisi, muun muassa kaupungistumisen myötä, vasta 1950-luvulta lähtien. Viime vuosina mökkien käyttö on vähentynyt ulkomaanmatkailun suosion seurauksena. Silti Suomessa on reilut 700 000 omistusmökkiä. Luvussa ovat mukana vanhat maalaistalot, jotka on otettu mökkikäyttöön. (YLE uutiset 2014.) Vuokramökkejä on Suomessa tarjolla useita tuhansia. Valtaosa niistä sijaitsee rannikolla ja loput hiihtokeskusten läheisyydessä. Vuokramökkien varustukseen kuuluu lähes poikkeuksetta sauna sekä kalastus- ja retkeilymahdollisuus. (Mökit.fi 2014.) Koti-

mainen kalastusmatkailu on kehittynyt eniten Lapin seudulla sekä Ahvenanmaan ja Turun saaristossa. Lisäksi saaristo- ja vesistöteemaa on hyödynnetty muun muassa matkailureittien suunnittelussa. Tästä esimerkkinä on Saariston Rengastie, joka on yksi Turun saariston suosituista matkailureiteistä. (Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä 2009, 28 - 34.)

Matkailun työllisyysvaikutukset jakautuivat samalla tavoin maakuntien välille kuin tulovaikutuksetkin. Uudellemaalle sijoittui koko maan matkailutyövoimasta noin 40 prosenttia eli 60 000 työllistä. Seuraavaksi eniten työllisiä oli Varsinais-Suomessa (20 000) ja Pirkanmaalla (15 000). Lapissa matkailu työllisti noin 6 000 henkilöä, mutta osa alueen työvoimasta saapui muista maakunnista vain sesongin ajaksi. Vuonna 2012 matkailu työllisti kaiken kaikkiaan noin 150 000 henkilöä. (Tilastokeskus 2013.) Luku sisältää niin majoitus- ja ravitsemisalujen kuin matkatoimistojenkin kaikki ympärivuotiset työntekijät. Mukaan on myös huomioitu muiden matkailutoimintaa palvelevien toimialojen työntekijät. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013a.)

Matkailua voidaan siis pitää Suomessa alueellisesti merkittävänä elinkeinona. Syrjäisemmätkin maakunnat voivat menestyä. Kainuun ja Lapin vahva menestys valaa uskoa matkailun kehittämiseen muillekin syrjäisemmille maakunnille. Ulkomaalaisia matkailijoita oli puolestaan selvästi eniten pääkaupunkiseudulla, Lapissa ja Ahvenanmaalla. Nämä maakunnat menestyivät parhaiten myös matkailutuloja jaettaessa. Ulkomaisen matkailun lisääminen on kansantaloudellisesti selvästi kannattavinta, koska ulkomainen matkailukysyntä ei poista kotimaista matkailukysyntää. (Tilastokeskus 2013.)

2.2 Saaristomatkailu

Euroopan asutut saaret ovat yleisesti ottaen suuria ja ne ovat tärkeitä matkailullisia vetovoimakohteita, joista hyvänä esimerkkinä on Välimeren saaristo. Euroopan ulkopuolisten ja matkailullisesti tärkeiden saaristoalueiden joukossa ovat Filippiinien ja Indonesian saaret sekä Tyynen valtameren ja Karibian saaret. Saarten vetovoimatekijöitä voivat olla niin meri, aurinko ja kulttuuri kuin luonto, maisemat ja vaihtelevat vuodenaikatkin. (Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä 2009, 11 - 25.)

Euroopan järvialueista suurimmat keskittyvät Baltian, Skandinavian, Suomen ja Venäjän alueelle. Muissa Euroopan järvissä on vain vähän saaristoja. Suomen rantaviiva ulottuu kaiken kaikkiaan reilun 300 000 kilometrin pituiselle matkalle. Kotimaan saaristomatkailulle on järvien suuresta määrästä paljon hyötyä, mutta matkailullisesti tärkeitä kanavia ja jokia on kuitenkin enemmän muualla Euroopassa. Saaristomatkailu pohjautuu vesistöissä olevaan luontoon ja kalastukseen sekä niin vesillä kuin jäällä liikkumiseen. Leutojen talvien takia jään ja lumen käyttö vetovoimatekijänä on vähäistä. Saaristomatkailuun liitetään myös urheilu ja kulttuuri,

kuten soutu- ja pilkkikilpailut. Lisäksi kalamarkkinat houkuttelevat runsaasti ihmisiä joka vuosi. Kotkan meripäivät on kotimaan tunnetuin vesistöteemaan pohjautuva kulttuuritapahtuma. Samoin Seurasaari, Suomenlinna, Kalajoki ja Lapin Tenojoki tukeutuvat vahvasti saaristollisuuden ja vesistöisyyden. (Vehmas 2010, 76 - 82.)

Saaristomatkailuun kuuluu myös veneily sekä rannikko- ja sisävesiristeilyt. Saaristomatkailua leimaa kausiluonteisuus, johon vaikuttavat etenkin koulujen loma-ajat, vaikka risteilyillä käyvät henkilöt ovatkin yleensä muita kuin koululaisia. Useat kylpylät ja majoituspaikat, erityisesti Ahvenanmaan ja Turun saaristossa, hyödyntävät toiminnassaan ja palveluissaan kotimaisia vesistöjä. Suomen sisävesillä ja merialueilla on yhteensä 1 100 käyntisatamaa, jotka tarjoavat laajasti erilaisia palveluita. Niistä noin puolet soveltuu huvijeluun. (Tilastokeskus 2013.) Rekisteröityjä veneitä on eniten Uudellamaalla (reilut 46 000), Varsinais-Suomessa (noin 30 000), Pohjanmaalla (noin 14 000), Etelä-Savossa (reilut 12 000) ja Pirkanmaalla (reilut 12 000) (Trafi 2014).

2.3 Matkailun kehittäminen

Matkailualalla on hyvät kasvumahdollisuudet. Matkailuelinkeinon kehittäminen pohjautuu kotimaan matkailun vahvuuksiin. Niihin kuuluvat muun muassa Helsingin, Turun saariston, Järvi-Suomen, Lapin ja Kuusamon viehättävät matkailualueet ja niiden monipuoliset palvelut sekä naapurimaa Venäjän läheinen sijainti. Heikkouksiin luetaan puolestaan korkea hintataso, saavutettavuus ja tuntemattomuus. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013b.)

Matkailualan kehitystavoitteina ovat matkailuyritysten tukeminen, infrastruktuurin parantaminen ja matkailualueiden vahvistaminen. Matkailustrategioilla linjataan matkailun alueellisia tavoitteita ja toimenpiteitä. Niissä korostuu uusien, entistä kilpailukykyisempien ja kestävämpien matkailupalveluiden ja tuotteiden edistäminen. Näin haetaan ratkaisuja esimerkiksi sesonkivaihteluiden tasaamiseen, kansainvälisten ja kotimaisten asiakkaiden tarpeisiin vastaamiseen, erilaisten teematuotteiden lanseeraamiseen sekä laajemmin matkailuinnovaatioiden kehittämiseen. (Haanpää, Garcia-Rosell & Kyyrä 2013, 102 - 110.)

Suomen matkailustrategian 2020 perusteella vesistötuoteteema kasvaa tulevaisuudessa tarjonnan lisääntymisen, kesämatkailukauden pidentymisen ja kysynnän kasvamisen myötä. Matkailustrategian mukaan matkailussa mukana olevien toimijoiden tulisi yhtenäistää toimintamallejaan. Tuon myötä parannetaan matkailumarkkinointia, matkailutarjontaa ja matkailutuotteiden laatua. Joskus riittää jo olemassa olevien tuotteiden kehittäminen tai tuotevalikoiman laajentaminen, mutta joskus on tarpeen kehittää asiakkaille aivan uusia palveluita ja tuotteita. (Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä 2009, 12.) Kehittämisessä käytetään apuna benchmarkingia, konseptointia ja SWOTtia.

3 Työn toteutuksen kuvaus

Tässä luvussa esitellään kehittämisprosessi kokonaisuudessaan. Seuraavissa alaluvuissa kuvataan prosessin lähtötilanne, toteutus, tuotos ja arviointi.

3.1 Lähtötilanteen kartoitus

Tässä luvussa kuvataan Espoon Matkailun nykytilaa nettisivujen pohjalta. Espoo, Suomen toiseksi suurin kaupunki, sijaitsee Helsingin naapurissa Suomen etelärannikolla. Siellä on tarjolla monipuolisia palveluita ja viihtyisiä asuinympäristöjä. Espoossa on meren rantaa lähes 60 kilometriä ja 165 saarta. Espoon Matkailu Oy:n toiminta alkoi vuonna 2001. Sen pääosakkaana toimii Espoon kaupunki. Muita osakkaita ovat muun muassa Espoossa sijaitsevat matkailuyritykset, kuten Scandic Hotels Oy ja Sokotel Oy. Espoon Matkailu Oy:n pääasiallisia tehtäviä ovat Espoon matkailun kokous- ja kongressitoiminnan edistäminen ja kehittäminen sekä niiden markkinointipalveluiden tuottaminen. Espoon Matkailu on markkinoinnin osalta yhteistyössä alueen eri matkailuyrityksiin. (Espoon Matkailu Oy 2013a; 2013b; 2013d & 2013f.)

Espoon saaristo on elämys. Kesä - elokuussa Espoon saaristossa voi nauttia Veka-Linen meriretkistä. Saaristoveneen kyydissä pääsee tutustumaan omatoimisesti Espoon saaristoon. Samana päivänä ehtii käymään monella ulkoilusaarella. Reittivene pysähtyy neljälle ulkoilusaarelle, jotka ovat Iso Vasikkasaari, Gåsgrund, Stora Herrö ja Rövaren. Risteilyillä kuulee oppaiden kertomuksia saarten historiasta ja luonnosta. Kesäretkien ajankohdat ja keskeiset aiheet selviävät kevään aikana. Jos haluaa yöpyä saarilla, niin kannattaa ottaa telttä mukaan. Telttailu on mahdollista Stora Herrössä, Rövargrundetissa, Rövarenissa, Gåsgrundissa ja Knapper-skärissä sekä Torra Lövössä ja Bylandetissa. Saarissa on kaivo, keittokatos, laituri ja wc. Kaupunki hoitaa kyseisten saarien jätehuollon ja polttopuiden kuljetuksen paikan päälle. (Espoon Matkailu Oy 2013e.)

Espoossa mato-ongella ja pilkillä kalastus onnistuu vapaasti, mutta muita pyydyksiä varten tarvitsee olla erillinen lupa, joita ei myydä ulkopaikkakuntalaisille. Uistelulupia voi kuitenkin ostaa kaikki asuinpaikkakunnasta riippumatta. Niitä saa yhteispalvelupisteistä kalavesikartan kera. Espoon rannikolla ja Kirkkonummen alueella on runsaasti kalastusalueita. Vuosittain niihin istutetaan tuhansia hauen ja meritaimenen poikasia. (Espoon Matkailu Oy 2013c.)

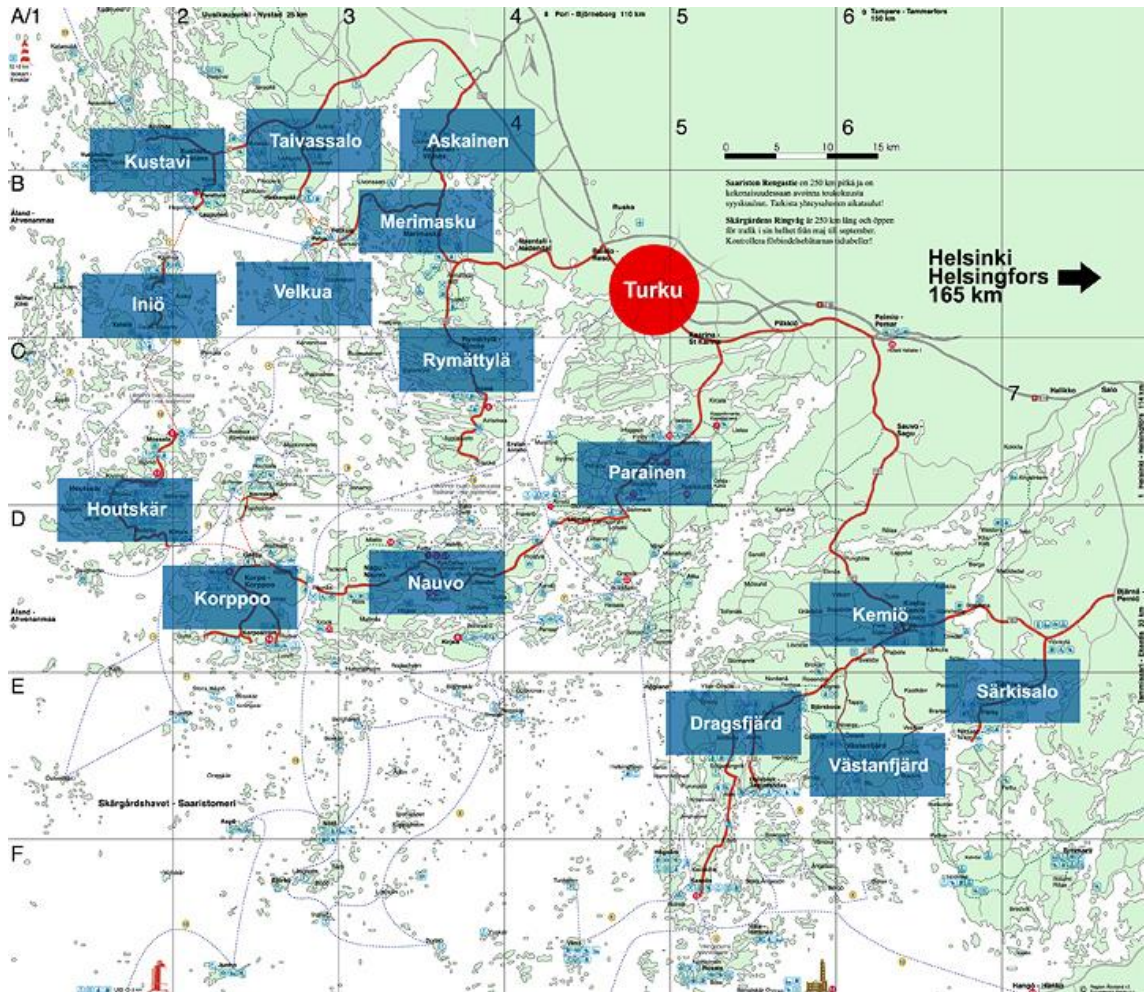
3.2 Kehittämisprosessi

Kehittämisprosessi toteutetaan hyödyntämällä benchmarkingia ja SWOTtia sekä kehittämällä Espoon Matkailulle palvelukonsepti.

Benchmarking on menetelmä, jossa vertaillaan omaa yritystä esimerkiksi toisten toimialojen organisaatioihin tai oman yrityksen muihin osastoihin, kilpailijoihin tai toimialan tilastollisiin keskiarvoihin ja standardeihin. Menetelmän kohdetta tutkitaan ja sen menestystekijät yritetään selvittää, minkä jälkeen oma yritys on valmis omaksumaan hyväksi havaitut toimintatavat. Benchmarking vaatii huolellista suunnittelua ja valmistautumista, varsinkin kehittämis- kohde tulee määritellä tarkasti. Sen jälkeen etsitään vertailukumppani, jolta mahdollisesti halutaan ottaa oppia kyseisessä asiassa. Benchmarkingissa havainnoitavat ja kysyttävät asiat on tarkkaan listattu. Tuloksia tarkastellaan kriittisesti ja niitä sovelletaan omaan organisaatioon. Kaikki ei ole suoraan omaksuttavissa omaan yritykseen, esimerkiksi liian suurten organisaatiokulttuurierojen vuoksi. Vertaileminen ja yleinen tietoisuus muista alan yrityksistä auttaa suhteuttamaan oman yrityksen toiminnan koko toimialan kenttään ja kiihdyttämään kehittämishalukkuutta. (Tuulaniemi 2011, 138 - 140.)

Opinnäytetyötä varten benchmarkataan Turun saaristoa. Benchmarkkaus kattaa saarten miljöö, kapasiteetin, palvelut ja niiden hinnat, kulkuyhteydet sekä markkinoinnin. Tarkastelu- kohteena on myös, onko kohteilla erityisominaisuuksia, jotka tekevät kohteista ainutlaatuisia. Benchmarkkaus toteutetaan analysoimalla Turun saariston nettisivuja ja sen muuta markkinointimateriaalia.

Turun saaristo on ainutlaatuinen matkakohde niin aikuisille kuin lapsillekin. Siellä on hyvät mahdollisuudet monenlaisten aktiviteettien harrastamiseen ja rentoutumiseen luonnon keskellä. (Turun saaristo 2013b.) Kuva 1 havainnollistaa Turun saariston sijaintia.



Kuva 1: Turun saaristo (Turun saaristo 2013a).

”Turun saaristo sijaitsee Suomen lounaisrannikolla Varsinais-Suomen maakunnassa, Saaristomeren rannalla, vain 165 kilometriä Helsingistä. Turun keskustan halki virtaava Aurajoki on Suomen merkittävimpiä ja Varsinais-Suomen suurimpia jokia. Turun merialue ulottuu lännessä Airiston selälle. Sen ja keskustan välissä ovat Turun suurimmat saaret Hirvensalo ja Ruissalo sekä Hirvensalon eteläpuolella Satava ja Kaksikerta.” (Turku Touring Oy 2013a.)

Euroopasta Turkuun pääsee parhaiten Tukholmasta käsin joko lentämällä jopa tunnissa tai laivalla yhdessä yössä tai päivässä. Laivoihin on mahdollista viedä auto mukana. Turkuun lennetään suoraan myös Latviasta, Puolasta, Tanskasta ja Unkarista. Venäjältä ajaa sujuvasti Turkuun E18-tietä käyttäen tai matkustamalla sinne junalla Helsingistä. Turkuun pääsee Oulusta lentämällä tai Helsingistä ja Tampereelta junalla ja bussilla vain muutamassa tunnissa. Turun sisäiset julkisen liikenteen palvelut ovat kattavia. (Turku Touring Oy 2013b.)

Turun saaristo on yksi maailman monilukuisimmista saaristoista. ”Turun saaristoksi kutsutaan jopa 20 000 saarta ja luotoa käsittävää laajaa saaristoa, joka ulottuu Turun edustalta aina Ahvenanmaalle asti” (Heikkilä 2008, 6). Saaristomeren kansallispuisto kattaa laajan alueen Turun saaristosta. Lisäksi alue tarjoaa paljon kulttuurielämyksiä, kuten hienoja museoita ja vanhoja saaristokirkkoja. (Turun saaristo 2013b.)

Saariston Rengastietä kulkiessa tutustuu vaivattomasti Turun saaristoon. Lautat, lossit ja sillat kuljettavat autoilijoita ja pyöräilijöitä saarelta saarelle vertaansa vailla olevan saaristoluonnon keskellä. Reitin varrella on runsaasti majoitus-, ravintola- ja muita matkailupalveluita. Myös vierasvenesatamia on saariston alueella kymmenittäin. Kokonaisuudessaan Saariston Rengastiellä on mittaa 250 kilometriä ja sen voi kiertää sekä myötä- että vastapäivään. Reitti on merkitty kansallisilla ruskeilla matkailukylteillä. (Hokkinen 2011, 10 - 24; Saariston matkailuneuvonta 2014b, 1 - 4.)

Turun saariston vaellusreitit ja luontopolut kutsuvat kokemaan ainutlaatuisia luontoelämyksiä ja aikamatkoja. Vaeltaminen saaristossa on elämys kaikille aisteille. Laajasta valikoimasta löytyy erilaisia vaellusreittivaihtoehtoja haasteita kaipaaville tottuneille vaeltajille, mutta myös polkuja, jotka sopivat koko perheelle. Osa poluista sijaitsee Saaristomeren kansallispuistossa. (Saariston matkailuneuvonta 2014c, 2 - 47.) Kesän ja alkusyksyn aikana puolestaan yhteensä kymmenen eri musiikkitapahtumaa tarjoavat lähes sata korkealaatuista konserttia, ainutlaatuisessa Turun saariston ympäristössä. Jokaiselle löytyy jotakin, sillä tarjolla on laulelmia, kansanmusiikkia, jazzia, klassista musiikkia ja kirkkokonsertteja. Konserttiesitykset ovat kauneimmissa paikoissa, joita saaristo voi tarjota. Useimpiin konsertteihin voi saapua autolla ja veneellä. (Saariston matkailuneuvonta 2014a, 3 - 15.)

Turku Touring Oy:n nettisivut ovat kaiken kaikkiaan hyvin kattavat. Ne on toteutettu 12 eri kielellä: suomeksi, ruotsiksi, englanniksi, saksaksi, ranskaksi ja espanjaksi sekä italiaksi, viroksi, venäjäksi, puolaksi, kiinaksi ja japaniksi. Palveluiden hintatietojen löytäminen nettisivuilta on kuitenkin monen mutkan takana. Hintoja on silti saatavilla erilaisista matkailupaketeista, kuten lomamökeistä, kaupunkikierröksistä, jokiristeilyistä ja kulttuuritarjonnasta sekä Turku-aiheisista tuotteista. (Turku Touring Oy 2013c.) Lisäksi sivuilla esitellään Turku-Cardiin liittyviä etuja, joita saa hotelleista, ostoksista, ravintoloista, museoista ja nähtävyyksistä sekä aktiviteeteista, tapahtumista, risteilyistä, kiertoajeluista ja kuljetuksista. Myös esitemarkkinoinnissa on huomioitu eri osa-alueita. Turun saaristomatkailusta on saatavilla esitteitä niin aikataulujen, karttojen, majoittumisen, musiikkifestivaalien, kalastuksen kuin vaellusreittienkin muodossa. (Turku Touring Oy 2013d.)

3.3 Kehittämissuunnitelman kuvaus

Konseptointi on tärkeä kehittämisen työkalu. Siinä kootaan käsitellyn palvelun seuloitut ideat ja konseptoidaan valmis palvelukonsepti (Tolvanen 2012, 145 - 149.) Tähän on konseptoitu Espoon saaristoon suunniteltu, virkistymiskäyttöön tarkoitettu, palvelukokonaisuus kiinalaisia matkailijoita varten. Se tarjoaa heille monenlaisia palvelupaketteja, jotka ovat täysin räätälöitävissä asiakkaiden tarpeen ja mielen mukaan.

Pääaktiviteettina on kalastus sen eri muodoissa. Saatavissa on myös ammattikalastusoppaan palveluita. Hän vie asiakkaat lähivesille hyvälle kalastuspaikolle ja opastaa kalastuksessa. Hänellä on tietotaitoa kaikesta kalastukseen liittyvästä, kuten kalastuksen muodoista ja kalalajeista. Muita palvelupakettiin valittavia aktiviteetteja ovat veneily, melonta, kalastus saaristossa ilman opastusta, retket ja vaellukset sekä kanoottisafarit alueet tuntevan ammattilaisoppaan johdolla. Lisäksi asiakas voi varata aikaa marjastukseen, sienestykseen ja pihapeleihin. Niissäkin opastaa perehtynyt opas.

Espoon saaristoon rakennettavassa pienessä kongressirakennuksessa asiakkaat voivat kokoustaa ja siellä voidaan järjestää erilaisia tilaisuuksia ja erilaista ohjelmaa. Se on myös oiva tila asiakkaiden matkatavaroiden säilyttämiseen ja varusteiden vaihtamiseen. Kongressirakennuksen yhteydessä on välinevarasto, jossa säilytetään muun muassa kalastukseen ja retkeilyyn sekä pihapeleihin tarvittavia välineitä. Saaristoon kulkeminen tapahtuu reittilavalla tai yksityiskuljetuksella. Palveluntarjoaja järjestää asiakkailleen heidän toivomustensa mukaisen majoituksen jostain lähialueella sijaitsevasta hotellista. Palvelupakettiin kuuluu siis hotelliyöpymisen hinta, joka laskutetaan suoraan asiakkaalta. Hotellit puolestaan laskuttavat palveluntarjoajaa.

Espoon saaristoon tulee sään kestävä suojakatos kanooteille ja kajakeille. Samaan paikkaan rakennetaan myös saunomisen ja uimisen mahdollistavat rantasauna ja laituri. Näihin tarvitaan Espoon kaupungin myöntämä rakennuslupa. Espoon Matkailu tekee tarvittaessa yhteistyötä Espoon pursiseuran kanssa purjehdusvuokrauksen muodossa. Tuolloin kokeneet purjehtijat vievät asiakkaita purjehduksille saaden siitä tuottoa palveluntarjoajalta, Espoon Matkailulta. Alueen huollon hoitaa saarella asuva saaren isäntä, jolle maksetaan ylläpitokustannuksista.

Mikäli Espoon saaristoon saadaan vapaa leiriytymis- ja telttailuoikeus, tulee sen toteutus suunnitella kunnolla. Jotta ekologisuuden asettamat vaatimukset tulisivat toteutettua ja luonto ei kärsisi liikaa, tulisi leirintäalueen olla selvästi merkitty ja rajattu tarpeeksi pienelle alueelle. Lisäksi sinne on tehtävä riittävästi roskapisteitä eri jätteille tai vaihtoehtoisesti yksi suuri jäteposte. Ajatuksena on sijoittaa leirintäalue lähelle järveä metsän suojaan, jotta telt-

tailijat eivät olisi häiriöksi yksityisten mökkien omistajille. Alueelta ei kaadeta puita tai mitään muutaakaan isoa kohdetta, vaan raivataan vähän aluskasvillisuutta. Yöpyjille tulee taata yörauha, jota varten alueelle on määrättävä hiljaisuusaika. Tarvittaessa hiljaisuusaikaa ja leirintäalueen järjestystä ylläpitää saaren isäntä.

Palvelukokonaisuudet ovat helposti asiakkaiden saavutettavissa ja varattavissa Espoon matkailun informoivien kotisivujen kautta. Espoon Matkailun sivuilta löytyy tietoa Espoon saaristosta, sen toiminnasta ja palveluista. Olennaista palvelussa on yhteistyö asiakkaan kanssa. Kun asiakas on tavoitettu ja hänen tarpeensa herätetty, niin palveluntarjoaja tekee tarpeiden kartoituksen pohjalta tarjouksen, minkä jälkeen asiakas tekee toimeksiannon. Asiakas voi myös suoraan varausjärjestelmän kautta varata mieleisensä palvelupaketin. Valmiita palvelupaketteja on valittavana muutamia erilaisia. Sen lisäksi asiakas voi räätälöidä sellaisen mielensä mukaan. Tämän jälkeen palvelupaketista tehdään sopimus ja seuraava vaihe on palvelun ”käyttäminen”.

Pääajatuksena on, että Espoon matkailu tarjoaa asiakkailleen saaristomatkailun palveluita täyden palvelun periaatteella, mikä järjestetään tarvittaessa verkostotoiminnalla. Asiakkaille halutaan taata mahdollisuus virkistytymiseen ja rentoutumiseen sekä kokonaisvaltaiseen huolenpitoon. Asiakkaiden toiveet pyritään parhaan mukaan toteuttamaan ja heidän ongelmansa ratkomaan. Asiakkaille annetaan, mitä luvataan ja pyritään jopa ylittämään heidän odotuksensa. Puhelimitse käytävää henkilökohtaista yhteydenpitoa käytetään mahdollisesti palvelukokonaisuuden järjestelyvaiheessa. Palveluiden käytön jälkeen oleellista on yhteistyön lopettaminen, joka tehdään kiitossoitolla, jolla selvitetään myös asiakkaiden mielipiteitä heidän käyttämistään palveluista. Asiakkaisiin pidetään yhteyttä yhteistyön jälkeenkin ja heitä pyritään sitouttamaan tarjouksin. Markkinointi tapahtuu Espoon Matkailun kautta. Lisäksi markkinointia toteutetaan Internetin, radio- ja lehtimainonnan kautta sekä LinkedIn:ssä, joka on varakkaalle segmentille suunnattu sosiaalinen media.

Kehittämissuunnitelmaa tarkastellaan vielä SWOT-analyysin pohjalta. SWOT-lyhenne tulee englannin kielen sanoista strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). SWOT-analyysi on yksi osa yritysten markkinointisuunnitelmaa. Se kuvaa yrityksen nykytilaa ja sen avulla voidaan tunnistaa yrityksen ongelmakohdat ja raottaa yrityksen tulevaisuudennäkymiä. SWOT-analyysissä luokitellaan yrityksen eri osa-alueet ja ominaisuudet vahvuuksiin ja heikkouksiin. Lisäksi analysoidaan yrityksen toimintaympäristö sekä tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhkatekijät. SWOT-analyysi on käyttökelpoinen väline etenkin uuden tuotteen tai palvelun lanseerauksessa. (Morrison 2013, 80 - 86.) Taulukko 1 ilmentää SWOT-analyysin tuloksia.

<p><u>NYKYTILA</u></p> <p><u>VAHVUUDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - elämysmatkailijat - yhteistyö muiden yritysten kanssa - palveluiden räätälöitävyys - tuotteiden, palveluiden ja henkilöstön jatkuva kehittäminen - venäläiset matkailijat 	<p><u>HEIKKOUEDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - sesonkiluonteisuus - kiinankieliset esitteet, nettisivut ja oppaat
<p><u>TULEVAISUUS</u></p> <p><u>MAHDOLLISUUDET</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - ympärivuotinen tarjonta - kiinalaiset matkailijat - kysyntä ja tarjonta tasapainossa 	<p><u>UHAT</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - kestävä kehitys - asiakaskunnan ikääntyminen - lama - kysyntä jää vähäiseksi

Taulukko 1: SWOT Espoon saaristomatkojen näkökulmasta.

Matkailumarkkinoita voidaan segmentoida eri ryhmiin, joiden erilaiset tarpeet edellyttävät palveluiden räätälöintiä. Suomalaisia kiinnostavat eri asiat kuin ulkomaalaisia ja nuoria kiinnostavat eri asiat kuin aikuisia. Lisäksi koulutuksella ja varallisuustasolla on vaikutusta siihen, miten usein matkustetaan. Myös sijainti on yksi tärkeimmistä matkailupalveluiden valintakriteereistä. (Pesonen 2013, 22 - 31.) Espoon saariston palveluiden potentiaalisia asiakkaita ovat elämysmatkailijat, jotka jakautuvat moniin eri alasegmentteihin, kuten turisteihin, perheisiin ja virkistystoimintaa haluaviin ryhmiin, kuten työporukoihin, erilaisiin seuroihin ja synttäriryhmiin sekä leirikouluihin. Yleisesti ottaen saariston palvelut herättävät mielenkiintoa luonnosta kiinnostuneissa sekä rauhaa ja rentoutusta kaipaavissa henkilöissä.

Matkailualalla toimivien palveluiden tuottajien tulee havainnollistaa toimintaansa kehittämällä palveluistaan selkeitä paketteja, jotka syntyvät palvelukonseptin ideoimisesta ja lisäpalveluiden yhdistelemisestä. Lisäksi yritysten on testattava palveluprosessinsa ja näin varmistettava palveluiden toimivuudesta ja luotettavuudesta. Hinnoittelun on tapahduttava valitun hinnoittelustrategian mukaisesti, palveluiden on oltava hyvin saatavilla ja niistä on tiedotettava tarkoituksenmukaisella tavalla. Tärkeää on myös erikoistua ja tehdä yhteistyötä muiden yritysten kanssa.

Matkailun ammattilaisen on tunnettava markkinoinnin lainalaisuudet ja sisäistettävä markkinointi niin ajattelu- kuin toimintatavaksikin. Nykyään asiakaslähtöisyyttä painottavat yrittäjät ovat omaksuneet markkinoinnin suhdelainlaisen näkökulman. Tuon mukaan asiakkaat tulee huomioida kokonaisvaltaisesti, kuten yhteistyökumppanitkin. Vuorovaikutustilanteisiin on syytä keskittyä kehittämällä henkilöstön vuorovaikutustaitoja, koska niillä on ratkaiseva vaikutus asiakkaan kokemaan laatuun. (Morrison 2013, 70.)

Venäläiset edustavat erittäin tärkeää asiakasryhmää, joka arvostaa laadukkaita tuotteita ja, joka osaa myös vaatia niitä. Lisäksi venäläiset arvostavat omalla äidinkielellään saatua palvelua, luontoa, rauhaa, puhtautta ja sitä, että asiat toimivat. Palveluiden käyttöön vaikuttavat niiden saatavuus ja tarjonta. Monipuoliset ostosmahdollisuudet ovat oleellisin osa venäläisten matkailua. Korkean väentihedden Pietari on tärkeä matkailun lähtöalue ja se on logistisesti parantanut asemaansa nopean Allegro-junan käyttöönoton myötä. Venäläiset käyvät Suomessa aktiivisimmin joulun, uuden vuoden ja kesäkuukausien aikana. Talvisesongin aikana laskettelu, lumi, Lappi ja joulupukki ovat tärkeitä, kun taas kesäsesongin aikana kalastusmahdollisuudet ja mökkimajoitukset ovat kysytyimpiä. (MTV uutiset 2013.)

”Kiina on lyhyessä ajassa noussut maailman matkailijavirtojen kärkikastiin. Suomellakin on hyvät mahdollisuudet saada osansa kiinalaisten matkustusinnosta. Kiinalaiset käyttävät matkalla ollessaan aikansa tehokkaasti hyväksi. Etusijalla ovat kohteet, joista on sopiva matka seuraavaan kohteeseen tai, jossa voi päästä tutustumaan luontoon, historiaan, kulttuuriin ja moderniin elämään. Sijainnin lisäksi tärkeitä tekijöitä kiinalaisten matkakohteiden valinnassa ovat hinnoittelu, turvallisuus ja vakaus.” (Matkailun edistämiskeskus 2013.)

Kiinalaiset edellyttävät matkoillaan joustavuutta, nopeutta, vieraanvaraisuutta ja sujuvaa asiakaspalvelua. Päänähtävyyksistä onkin hyvä olla tarjolla kiinan kielelle käännettyjä esitteitä, koska kiinalaiset eivät osaa kovin hyvin englantia. Matkoilla tarvitaan myös asiantuntevaa kiinan kieltä taitavaa opasta, jolta toivotaan niin ympäristöön liittyviä tarinoita kuin suosituksia parhaimmista kuvauspaikoistakin. Ostosten teko on kiinalaisten keskeinen matkailuaktiiviteetti, koska etenkin luksustuotteiden verotus on Euroopassa matalampaa kuin Kiinassa. Matkamuuksiksi ostetaan mielellään paikallisia tuotteita, joiden kiinnostavuus kasvaa, kunhan vain osataan kertoa niiden käyttötavoista. (Matkailun edistämiskeskus 2013.)

Automatkailu on kiinalaisten keskuudessa suosittua. Kokeneemmat kiinalaismatkailijat tekisivätkin autolla itsenäisiä kiertomatkoja, jos olisi vain saatavilla kiinankielinen navigaattori ja muita kiinankielisiä reittiohjeita. Autonvuokrausyrityksille avautuu näin uusia liiketoimintamahdollisuuksia lisäpalveluita kehittämällä. Uusimpia trendivirtauksia kiinalaismatkailijoiden keskuudessa ovat muun muassa retkeily ja veneily. Internetistä saatavat kuvat ja videot ovat

matkanjärjestäjille tärkeintä myyntimateriaalia. Lisäksi muiden kiinalaisvieraiden suositukset ovat tarpeellisia kohteiden markkinoinnissa. (Matkailun edistämiskeskus 2013.)

Espoon Matkailun on vaalittava jokaista asiakassuhdettaan, jotta asiakkaat käyttävät jatkosakin sen palveluita. Espoon Matkailu voi vastata sesonkivaihteluihin tarjontaansa monipuolistamalla. Toiminnan jatkuva kannattavuus varmistetaan kehittämällä uusia palveluita. Sisäistä saatavuutta parannetaan palveluympäristöä kehittämällä ja panostamalla markkinointimateriaaleihin. Tulevaisuudessa matkailualan haasteita tulevat olemaan muun muassa kestävä kehitys, kuten ympäristödirektiivien tiukkeneminen ja energian kallistuminen sekä asiakaskunnan ikääntyminen ja talouskriisi. Nämä kaikki trendit voivat vähentää esimerkiksi keskiluokkaisten ulkomaalaisten Suomeen suuntautuvia matkoja, mutta samalla ne lisäävät lähiseutumatkailua. Työmatkailukin voi jatkua entisellään tai jopa kasvaa talouden päästessä uudelleen täyteen vauhtiin. Lama voi kuitenkin hetkellisesti vähentää etenkin työn ja vapaaajan yhdistäviä matkoja.

3.4 Kehittämissuunnitelman arvio

Tätä työtä arvioidaan benchmarkingin, tekijän ja toimeksiantajan näkökulmasta. Benchmarkingissa vertaillaan omaa toimintaa toisten toimintaan. Kohteet voivat olla joko saman tai eri toimialan yrityksiä. Benchmarkingia käytetään yritysmaailmassa yleisesti kehittämisen välineenä. Benchmarking auttaa oman toiminnan heikkouksien tunnistamisessa sekä kehittämiseen tähtäävien tavoitteiden ja kehitysideoiden laatimisessa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 186.)

Opinnäytetyössä kuvattiin tarkasti työn toteuttamista. Lisäksi pyrittiin johdonmukaisuuteen esittämällä kaikki työhön liittyvät vaiheet mahdollisimman täsmällisesti ja loogisesti. Benchmarkkaamalla saatiin kuvattua Internetissä ja esitteissä esiintyvää Turun saaristomat-kailun vapaa-ajan tuotetarjoomaa yksilömatkailun näkökulmasta. Benchmarkkauksen tulosten lisäksi kehittämissuunnitelman kautta syntyneet palvelukonsepti ja SWOT-analyysi auttavat tarkentamaan ja parantamaan Espoon Matkailun toimintaa.

Ajatuksenani on, että Espoon Matkailu ottaisi jatkossa saaristomat-kailunsa osalta huomioon myös kiinalaiset matkailijat, joka on merkittävän kokoinen asiakasvirta. Esimerkiksi verrokki-kohteella Turku Touring Oy:llä on nettisivut myös kiinaksi. Mielestäni Espoon Matkailun tulisi laajentaa ulkomaista kohderyhmäänsä vähintään kilpailijakohteensa tasolle, jotta se pysyy tulevaisuudessa kilpailemaan paremmin samoilla markkinoilla samoista asiakkaista.

Toimeksiantajan edustaja pyysi saada lukeakseen koko työn. Näin hän kommentoi lukemaansa: ”Opinnäytetyössä käytetyt menetelmät ovat aika perinteisiä, mutta ne on esitelty johdonmukaisesti, jäsentyneesti ja selkeästi. Työn tekijän itsenäisestä toimintatavasta huolimatta niiden myötä on saatu tuotettua uutta tietoa ja runsaasti muutosehdotuksia Espoon saaristomat-kailun toimintaa varten. Työ ja työstä saadut tulokset ovatkin siis erittäin hyödyllisiä ja työelämää kehittäviä. Työssä käytetty lähdemateriaali liittyy olennaisesti aiheeseen. Lisäksi teoria ja käytäntö ’keskustelevat’ sopivasti keskenään. On hyvin ikävää, että Turku Touring Oy:stä ei saatu ketään vastaamaan perusteellisesti tehtyyn kyselyyn. Tuo suurehko ’puute’ on kuitenkin saatu korvattua työssä hyvin muilla menetelmillä.”

4 Johtopäätökset ja pohdinta

Ensin esitellään johtopäätökset. Sen jälkeen pohditaan opinnäytetyöhön liittyviä ongelmakohtia ja työn etenemistä yleisellä tasolla sekä arvioidaan omaa toimintaa.

Suomi on houkutteleva matkailumaa, jossa yritykset menestyvät tarjoamalla asiakkailleen elämyksiä eri vuodenaikoina. Elämysten ”kokoamisessa” hyödynnetään puhdasta luontoa, suomalaista kulttuuria ja kestävän matkailun periaattein rakennettuja matkailukohteita. Espoon saaristo on varteenotettava ja tuottava matkailukohde erilaisine palvelukokonaisuuksineen, mutta se tarvitsee erilaisia uudistuksia, jotta sen asiakaskunta voi laajentua.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli hyödyntää saatuja tuloksia Espoon saaristomatkailun palvelutarjonnan kehittämiseksi. Espoon saariston palvelutarjontaa oli aluksi aika vaikea lähteä kehittämään. Eri työkalut, joita käytettiin palvelu-uudistuksia suunniteltaessa ja kehitettäessä, olivat työläitä. Toisaalta ne auttoivat hahmottamaan koko palvelukokonaisuuden ja sen, miten eri osa-alueet liittyivät toisiinsa. Lisäksi niiden avulla monet näkemykset yhdistyivät. Ideoita työstettäessä, aiemmin mietityistä palvelu-uudistuksista käyttökelttomat jätettiin pois ja potentiaalisia kehitettiin eteenpäin. Espoon saaristomatkailun käyttöön saatiin luotua toimiva palvelukonsepti ja SWOT-analyysi.

Palvelukonsepti auttaa saamaan Espooseen lisää saaristomatkailuun liittyviä yrittäjiä. Tuon myötä asiakkailta on tulevaisuudessa hyvä syy valita käyntikohteekseen Turun saariston sijaan Espoon saaristo. SWOT-analyysin tulokset puolestaan tuovat uutta näkökulmaa Espoon saaristomatkailun kehittämiseen, etenkin kiinalaisten matkailijoiden avulla. Espoon Matkailun tulee jatkossakin huomioida saaristomatkailun toiminnassa niin kotimaisten kuin ulkomaalaisten asiakkaiden erilaiset tarpeet ja toiveet kehittämällä jatkuvasti palveluitaan ja markkinointimateriaaliaan sekä kouluttamalla henkilökuntaansa.

Jos Turku Touring Oy:n valitut avaintoimijat olisivat vastanneet lähettämäni kyselylomakkeeseen (liite 2), niin tuolla tavalla olisi saatu syvällisempää aineistoa opinnäytetyön pohjaksi. Lomakkeen oli tarkoitus käydä myös saaristo-oppaiden vastattavana, joilta olisi saatu helpommin suurempaa palautetta palveluiden toimivuudesta ja toimimattomuudesta.

Aluksi haluttiin selvittää vastaajan taustatiedot, jotka olisivat helpottaneet vastaajajoukon hahmottamisessa. Vastaajan asema organisaatiossa olisi kertonut, mistä näkökulmasta hän olisi vastannut kysymyksiin. Työn pääasiallisella sisällöllä kaivattiin tarkennusta vastaajan organisaatioasemaan. Vastaajan työkokemus nykyisessä tehtävässä puolestaan olisi osoittanut, miten luotettavia hänen vastauksensa olisivat olleet.

Muut kysymykset tehtiin käsittekartasta nousseiden teemojen pohjalta. Kyselyn avoimet kysymykset olivat tarkoituksenmukaisia, koska vastausvaihtoehtoja ei tunnettu tarkkaan etukäteen. Avoimilla kysymyksillä pyrittiin saamaan vastaajilta perusteellisia mielipiteitä ja aiheeseen liittyviä hyviä ideoita, joita ei etukäteen olisi tullut ajatelleeksikaan. Kysymysten muotoilu tuotti vaikeuksia. Kyselylomaketta luetutettiin ulkopuolisilla, minkä myötä lomakkeeseen tehtiin useita korjauksia. Vastaukset oli tarkoitus analysoida laadullisesti teemoittelun avulla.

Koin toiminnallisen opinnäytetyön tekemisen monipuoliseksi, mutta ajoittain ongelmalliseksi. Olisin kaivannut työhön useammin toisen henkilön kannanottoja ja koko opinnäytetyöprosessiin selvempiä ”pelisääntöjä”. Työn tekeminen vaati perehtymistä lukuisiin lähteisiin. Pysin valitsemaan lähteiksi uusinta kirjallisuutta, mutta joukossa on vanhempiakin teoksia, joiden tieto pitää mielestäni edelleen paikkaansa. Internetissä oli paljon käyttökelpoista materiaalia, jonka suhteen yritin olla kriittinen. Sopivien englanninkielisten lähteiden löytäminen tuotti kuitenkin vaikeuksia. Työn aiheen rajauksesta piti muistuttaa itseään useaan otteeseen.

Opinnäytetyöhön alunperin suunniteltu aikataulu ei pitänyt paikkaansa. Matkan varrella työssä ilmeni runsaasti muutos- ja korjaustarpeita, joiden tekeminen vei yllättävän kauan aikaa. Lisäksi työ osoittautui liian suurelliseksi kaikkien muiden opintojaksojen kanssa suoritettavaksi. Noiden seikkojen takia aikataulu venyi loppua kohti. Ohjaavien opettajien neuvot olivat kuitenkin ensiarvoisen tärkeitä käytännön ongelmista selviämiseksi. Opin tämän työn myötä paljon, vaikkakin monen yrityksen ja erehdyksen kautta. Työn edetessä huomasin muuan muassa sen, että kannattaisi tehdä kaikki eteen tulevat asiat kerralla oikein, koska jälkempäin korjaaminen on aina työläämpää.

Lähteet

Painetut lähteet

Goeldner, C. R. & Ritchie, J. R. B. 2012. *Tourism: principles, practices, philosophies*. 12. painos. Hoboken, NJ: Wiley.

Haanpää, M., Garcia-Rosell, J - C. & Kyyrä, S. 2013. Ennakoiva tuotekehitys matkailussa. Teoksessa Veijola, S. (toim.) *Matkailututkimuksen lukukirja*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 102 - 110.

Heikkilä, M. 2008. *Turku: ikikaunis*. Helsinki: Kirjapaja.

Hokkinen, L. 2011. *Rengastietä Turun saaristoon*. Raisio: Newprint.

Kilpijärvi, M. & Aho, S. 2013. Toimialana matkailu. Teoksessa Veijola, S. (toim.) *Matkailututkimuksen lukukirja*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 30 - 39.

Morrison, A. M. 2013. *Marketing and managing tourism destinations*. London: Routledge.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. *Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. 3. painos. Helsinki: WSOY.

Pesonen, J. 2013. *Developing market segmentation in tourism: insights from a Finnish tourism study*. Väitöskirja. Itä-Suomen yliopisto. Savonlinna.

Suomen saaristo- ja vesistömatkailusta eurooppalainen vetovoimatekijä. Saaristo- ja vesistömatkailun esiselvityshankkeen loppuraportti 6/2009. Helsinki: Sisäasiainministeriö.

Tolvanen, J. 2012. *Kohtaaminen: ymmärrä kohderyhmäsi*. Helsinki: Talentum.

Tuulaniemi, J. 2011. *Palvelumuotoilu*. 2. painos. Helsinki: Talentum.

Vehmas, H. 2010. *Liikuntamatkalla Suomessa: vapaa-ajan valintoja jälkimodernissa yhteiskunnassa*. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä.

Veijola, S., Hakkarainen, M. & Nousiainen, J. 2013. *Matkailu työnä*. Teoksessa Veijola, S. (toim.) *Matkailututkimuksen lukukirja*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 173 - 180.

Veijola, S., Ilola, H. & Edelheim, J. 2013. Johdanto matkailun tutkimukseen. Teoksessa Veijola, S. (toim.) Matkailututkimuksen lukukirja. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 16 - 24.

Vuoristo, K - V. & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa: Suomen matkailumaantiede. 3. painos. Helsinki: WSOY.

Sähköiset lähteet

Espoon Matkailu Oy. 2013a. Espoo: Virallinen matkailuopas. Espoo lyhyesti. Luettu 30.11.2013. http://www.visitespoo.fi/matkailuopas/espoo/espoo_kaupunki_lyhyesti

Espoon Matkailu Oy. 2013b. Espoo: Virallinen matkailuopas. Espoon Matkailu Oy. Luettu 8.2.2013. http://www.visitespoo.fi/matkailuopas/espoo/espoo_matkailu_oy

Espoon Matkailu Oy. 2013c. Espoo: Virallinen matkailuopas. Kalastus. Luettu 30.11.2013. http://www.visitespoo.fi/matkailuopas/nae_ja_koe/merellinen_espoo/kalastus

Espoon Matkailu Oy. 2013d. Espoo: Virallinen matkailuopas. Meri kutsuu. Luettu 8.2.2013. http://www.visitespoo.fi/matkailuopas/nae_ja_koe/merellinen_espoo

Espoon Matkailu Oy. 2013e. Espoo: Virallinen matkailuopas. Meriretket. Luettu 30.11.2013. http://www.visitespoo.fi/matkailuopas/nae_ja_koe/merellinen_espoo/espoo_meriretket

Espoon Matkailu Oy. 2013f. Espoo: Virallinen matkailuopas. Osakkaat. Luettu 30.11.2013. http://www.visitespoo.fi/matkailuopas/espoo/espoo_matkailu_oy/osakkaat

Matkailun edistämiskeskus. 2013. Katse Kiinaan: vinkkejä kiinalaisten matkailijoiden kanssa toimimiseen. Luettu 29.9.2013. [http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/CF1B4A05E5640D5BC2257B170026E041/\\$FILE/Katse%20Kiinaan_2013.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/CF1B4A05E5640D5BC2257B170026E041/$FILE/Katse%20Kiinaan_2013.pdf)

MTV uutiset. 2013. Matkailu: Kotimaa. Venäläisten määrä kasvanut huimasti. Luettu 11.09.2013. <http://www.mtv.fi/matkailu/kotimaa/artikkeli.shtml/1651290/venalaisten-maara-kasvanut-huimasti>

Mökit.fi. 2014. Vuokramökit koko maan kattavasta valikoimasta. Luettu 29.9.2014. <http://www.xn--mkit-5qa.fi/vuokramokit>

Tilastokeskus. 2013. Tuotteet ja palvelut. Matkailu on alueellisesti merkittävä elinkeino. Luettu 16.9.2013. http://www.stat.fi/tup/kuntapuntari/kuntap_4_2012_matkailu.html

Trafi. 2014. Vesikulkuneuvorekisterissä olevien veneiden lukumäärät maakunnittain. Luettu 29.9.2014.
http://www.trafi.fi/filebank/a/1408967544/2a4737aa3e4a5351efa925a5e7174892/15229-Venerekisteri_maaunnittain_ja_venetyypeittain_8_2014.pdf

Turku Touring Oy. 2013a. Visitturku.fi: Sijainti. Luettu 29.9.2013.
<http://www.visitturku.fi/turku/missa>

Turku Touring Oy. 2013b. Visitturku.fi: Saapuminen. Luettu 29.9.2013.
<http://www.visitturku.fi/turku/miten-sinne-paasee>

Turku Touring Oy. 2013c. Visitturku.fi: Matkailuneuvonta. Luettu 12.3.2013.
http://www.visitturku.fi/matkailuneuvonta_fi-0

Turku touring Oy. 2013d. VisitTurku.fi: TurkuCard - matkailijan etukortti. Luettu 12.3.2013.
<http://www.visitturku.fi/turkucard>

Turun saaristo. 2013a. Kartat. Luettu 24.1.2013.
<http://www.saaristo.org/index.php?page=119&lang=1>

Turun saaristo. 2013b. The Archipelago is a unique travel destination. Luettu 24.1.2013.
<http://www.saaristo.org/index.php?page=101&lang=2>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2013a. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020. Luettu 16.9.2013. http://www.tem.fi/yrietykset/matkailu/suomen_matkailustrategia_vuoteen_2020

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2013b. Yritykset: Matkailu. Matkailun merkitys Suomen kansantaloudelle. Luettu 16.9.2013.
http://www.tem.fi/yrietykset/matkailu/matkailun_merkitys_suomen_kansantaloudelle

YLE uutiset. 2014. Kesämökkien määrä pomppasi yllättäen hurjasti ylöspäin. Luettu 29.9.2014.
http://yle.fi/uutiset/kesamokkien_maara_pomppasi_yllattaen_hurjasti_ylospain/7290471

Muut lähteet

Saariston matkailuneuvonta 2014a. Saariston musiikkifestivaalit -esite.

Saariston matkailuneuvonta 2014b. Saariston rengastie -esite.

Saariston matkailuneuvonta 2014c. Saariston vaellusreitit -esite.

Stanley, M. 2013. Opinnäytetyöaiheen rajauksesta. Sähköposti meeri.stanley@espoo.fi
20.2.2013. Luettu 20.2.2013.

Stanley, M. 2013. Toimeksiantajan edustajan haastattelu 24.1.2013. Espoon Matkailu Oy.
Espoo.

Kuvat

Kuva 1: Turun saaristo	13
------------------------------	----

Taulukot

Taulukko 1: SWOT Espoon saaristomatkailun näkökulmasta	17
--	----

Liitteet

Liite 1: Saatekirje.....	28
Liite 2: Kyselylomake	29

Liite 1: Saatekirje

Hei!

Olen kolmannen vuoden restonomiopiskelija Laurea-ammattikorkeakoulusta Espoon Leppävaarasta. Suuntautumisenani on hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto. Teen opinnäytetyötä Turun saaristoon liittyen. Työn toimeksiantajana toimii Espoon Matkailu Oy.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on tuottaa Espoon Matkailu Oy:lle Espoon saaristomatkailun kehittämissuunnitelma. Työn tavoitteena on benchmarkata Turun saaristomatkailun vapaa-ajan palvelukonsepteja yksilömatkailun näkökulmasta. Tuotetarjoomaa käydään tarkemmin läpi ja kuvataan, miltä se näyttää sekä miten asiat tuodaan esille eri markkinointiviestinnän välineissä. Työn tuloksia tullaan käyttämään Espoon saaristomatkailun imagon kohottamiseen, saaristomatkailupalveluiden kehittämiseen sekä saaristomatkailuun liittyvien yhteistyökumppaneiden lisäämiseen.

Ohessa on aiheeseen liittyvä kyselylomake, joka on oleellinen osa opinnäytetyötäni. Työni onnistumisen kannalta on tärkeää, että juuri Te, työni aiheen todelliset asiantuntijat, vastaisitte kyselyyn 27.5.2013 mennessä. Toivoisin saavani kyselyyn vastauksia myös saaristoppailtanne.

Tarvittaessa annan Teille mielelläni lisätietoja työstäni.

Kiitos jo etukäteen vastauksistanne!

Ystävällisin terveisin,

Terhi Seppänen
Laurea-ammattikorkeakoulu, Espoo, Leppävaara
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Toimeksiantajan yhteystiedot:

Espoon Matkailu Oy
Markkinointikoordinaattori Meeri Stanley
Tapiolan keskustorni, 10. krs
02100 Espoo

Liite 2: Kyselylomake

Vastaajan taustatiedot

1. Asema organisaatiossa
2. Työn pääasiallinen sisältö
3. Työkokemus nykyisessä tehtävässä

Palvelutarjonnan kuvaus

1. Miten kuvailisitte Turun saaristomatkoilun palvelutarjontaa?

Palveluiden kehittäminen

1. Mitä keinoja olette käyttäneet Turun saaristomatkoilun palveluiden kehittämiseksi?
2. Miten palveluita on tarkoitus jatkossa kehittää?

Yhteistyökumppaneiden lisääminen

1. Mitkä ovat Turun saaristomatkoilun tärkeimmät yhteistyökumppanit?
2. Minkälaisia palveluita yhteistyökumppanit tarjoavat?
3. Kuinka kauan yhteistyökumppanit ovat olleet mukana Turun saaristomatkoilun toiminnassa?
4. Mitä keinoja olette käyttäneet yhteistyökumppaneiden lisäämiseksi?
5. Miten kuvailisitte yhteistyötä yhteistyökumppaneiden kanssa?
6. Miten yhteistyötä on tarkoitus jatkossa kehittää?

Imagon kohottaminen

1. Mitä keinoja olette käyttäneet Turun saaristomatkoilun imagon kohottamiseksi?
2. Miten imagoa on tarkoitus jatkossa kehittää?