

Matkailututkimus 10: 1, 5-6 (2014)

©Suomen matkailututkimuksen seura



Suomen matkailututkimuksen seura

Pääkirjoitus

Special Issue on Value Creation in Contemporary Destinations

Tämän lehden erikoisteema Value Creation in Contemporary Destinations, “Arvonluominen nykypäivän matkailukohteissa” on etenkin palvelujen markkinoinnin ja palveluliiketoiminnan tutkimuksessa ajankohtainen ja jopa kuuma aihe, joka oli myös ICNT:n viimevuotisen konferenssin teema. ICNT (International Competence Network of Tourism Research and Education) on 10 yliopiston verkosto, joka kokoontuu kerran vuodessa esittelemään johonkin matkailualalle tärkeään teemaan liittyviä tutkimuksia ja hankkeita. Suomessa verkoston jäsenkorkeakouluna on HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Verkoston muut jäsenet ovat Norjasta, Saksasta, Venäjältä, Kiinasta, Uudesta-Seelannista, Argentiinasta, Kanadasta, Meksikosta, Etelä-Afrikasta ja Isosta-Britanniasta. ICNT –verkoston jokavuotisen konferenssin isäntänä toimi 7.-8.11.2013 HAAGA-HELIAn Porvoon Campus.

Arvonluominen erityisesti palveluntarjoajan ja asiakkaan välisenä yhteistyönä, yhteisluomisena (co-creation) nousi palvelututkimuksen keskiöön 2000-luvun alussa, kun amerikkalaiset tutkijat Stephen Vargo ja Robert Lush esittelivät myöhemmin jopa uudeksi markkinoinnin paradigmaksikin mainitun palvelukeskeisen liiketoimintalogiikan (Service-Dominant-Logic) Journal of Marketingin tammikuun numerossa vuonna 2004. Oltiinpa SDL-ajattelusta ja sen uutuusarvosta mitä mieltä tahansa, on se generoinut kansainväliseen palvelujen markkinoinnin ja palveluliiketoiminnan tutkimukseen useita uusia keskustelufoorumeita. Pohjoismaissa ja erityisesti Suomessa palvelujen markkinoinnin tutkimuksella on vahvat perinteet, ja erityisesti Svenska Handelshögskolanin tutkijat ovat esittäneet Vargon ja Lushin ajatuksiin kriittisiä kommentteja. Christian Grönroosin johdolla Suomessa puhutaankin mieluummin palvelulogiikasta (SL=Services as dominant logic) tai asiakaskeskeisestä liiketoimintalogiikasta (CDL=Customer dominant logic).

Vaikka matkailutoimiala onkin maailman nopeimmin kasvava palvelutoimiala, ei asiakkaan ja palveluntarjoajan yhteiseen arvonluomiseen kohdistuva tutkimus ole vielä saanut mainittavaa jalansijaa matkailututkijoiden julkaisuissa. Tässä lehdessä esiteltävä Leena Alakosken väitöskirja ”Yritysassiakkaan arvon muodostuminen luontomatkailupalvelusta – palvelukeskeisen liiketoimintalogiikan näkökulma” esittelee mainiolla tavalla palvelujen markkinoinnin tutkimuksen ja kirjallisuuden kehitystä ja nostaa keskiöön nimenomaan asiakkaan arvon käsitteen. Empiirisessä osassa väitöskirjatutkimus käsittelee asiakkaan arvon muodostumista yritysten välisissä liikesuhteissa luontomatkailupalvelujen kontekstissa. Väitöskirjan esittely tässä

lehdessä keskittyy työn tuloksiin, mutta varsinaista väitöskirjaa voi lämpimästi suositella myös palvelujen markkinoinnin kehityskulusta kiinnostuneelle lukijalle.

Tämän numeron varsinaiset tutkimusartikkelit käsittelevät myös yhteisen arvonluonnin peruskysymyksiä. Tatiana Chekalinan ja kumppaneiden artikkeli ”A value-creation perspective on Customer Based Brand Equity Model for Tourism Destinations – A case study from Sweden” on kunnianhimoinen ja ansiokas ottaessaan matkakohteen brandin arvon malliin mukaan matkailijan kokemuksen, joka korostaa matkakohteen ja matkailijan yhteistä arvonluomista. Keijo Heikkilän ja Harri Ryy-näsen artikkelissa keskiössä on asiakkaan osallistaminen matkailupalvelujen kehittämiseen, mikä on yksi keskeinen näkökulma yhteisluomiseen. Minna Tunkkari-Eskelisen katsaus hyvinvointimatkailun vetovoimaan Keski-Suomessa nostaa yhteisen arvonluomisen teemaksi alueen sisäisen yhteistyön. Myös Sanna-Mari Renforsin puheenvuoro ”Osataanko matkailupalvelujen myyntityötä johtaa?” korostaa asiakasymmärryksen merkitystä tehokkaassa myyntityössä. Lehden teemaan sopivan kirja-arvostelun syyskuussa 2013 järjestetyn pohjoismaisen matkailututkimuskonferenssin pohjalta toimitetusta kirjasta ”Handbook on the Experience Economy” kirjoitti päätoimittajamme Juulia Räikkönen juuri ennen prinsessansa syntymää. Onnea Juulialle ja koko perheelle!

Tähän lehteen ei saatu mukaan esimerkkejä ICNT:n Vuoden 2013 konferenssissa esitetyistä papereista, mutta tässä lyhyt yhteenveto kuitenkin. Esitelmät jaettiin neljään teemaan, jotka olivat Destination Branding, Authenticity vs. Artificiality, Tourism Business Development ja Regional Development. Konferenssin keynote –puhujista professori Frédéric Dimanche SKEMA Business Schoolista Ranskasta käsitteli palvelumuotoilua arvon luomisen työkaluna kohteessa. Samasta teemasta puhuivat HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun lehtorit Marika Alhonen ja Sirpa Lassila, mutta näkökulmana oli palvelumuotoilu tutkivassa ja kehittävässä oppimisessä. Kolmas keynote –esitys keskittyi Matkailun edistämiskeskuksen tutkimushankkeisiin. Puhujana oli MEKin tutkimus- ja kehitysjohdaja Kristiina Hietasaari. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun vararehtorin Teemu Kokon esityksen aiheena olivat vaativat asiakaskohtaamiset.

Yhteenvetona voisi sanoa, että ICNT2013 muodosti tasapainoisen kokonaisuuden, jossa osallistajat saivat monipuolisen kuvan konferenssiteeman eri osa-alueista. Teema syveni ja hieman laajentuikin mielenkiintoisten keynote –esitysten ansiosta. Lisäksi konferenssin annista puhuttaessa ei voida unohtaa verkostoitumista ja mukana olleiden korkeakoulujen ja yliopistojen välisen yhteistyön syventymistä.

ICNT –konferenssien konsepti eroaa perinteisten konferenssien konseptistä siinä, että se on pienimuotoinen, ja osallistajat tulevat ainoastaan verkostoon kuuluvista yliopistoista ja korkeakouluista. Lisäksi konferenssiin osallistuvilta ei peritä konferenssimaksua. Konferenssin pienimuotoisuudella, jopa perheenomaisuudella ja maksuttomuudella halutaan laskea osallistumiskynnystä myös niiden opettajien ja kehittäjien kohdalla, joilla ei ole kokemusta kansainvälisistä foorumeista.

ICNT –verkoston seuraava konferenssi pidetään syyskuussa 2014 Meksikossa, ja sitä isännöi Universidad Anahuac. Konferenssin teemana on matkailupolitiikka (tourism policy), johon odotetaan tutkimukseen pohjautuvia esitelmiä verkoston yliopistoilta ja korkeakouluilta omien maidensa käytännöistä.

Vierailevina toimittajina tässä numerossa toimivat päätoimittaja Juulia Räikkösen lisäksi

Raija Komppula
Matkailuliiketoiminnan professori
Itä-Suomen yliopisto
Kauppätieteiden laitos

Jarmo Ritalahti
Matkailun yliopettaja
HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu
Liiketalouden ja matkailun koulutus, Porvoo