

TEM raportteja

4/2014

Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät

Katse vuoteen 2030

Elinkeino- ja innovaatio-osasto
17.1.2014



TYÖ- JA ELINKEINOMINISTERIÖ
ARBETS- OCH NÄRINGSMINISTERIET
MINISTRY OF EMPLOYMENT AND THE ECONOMY

Sisällys

Tiivistelmä	4
Esipuhe.....	6
I SUOMEN MATKAILU VUONNA 2013.....	7
1 Matkailun vaikutus kansantalouteen.....	8
2 Matkailijat Suomessa	10
3 Matkailualaa tukevia kansallisia kehittämissinjauksia.....	14
4 Suomen matkailun SWOT	16
5 Matkailualaan vaikuttavat megatrendit ja villit kortit.....	19
II SUOMEN MATKAILU VUONNA 2030	23
6 Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät	24
7 Skenaarioiden merkitys Suomen matkailualalle.....	43

Lähteet

Liite

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Taulukko 1. Matkailun merkitys globaalisti ja Suomessa	9
Taulukko 2. Suomen matkailun merkittävimmät Euroopan lähtömaat ja matkailijat vuonna 2012.....	11
Taulukko 3. Kansainvälisten matkailijoiden matkan tarkoitus ja keskimääräinen oleskelun kesto.....	12
Taulukko 4. Tuotekehityksen strategiset teemat ja painopistealueet vuoteen 2020	15
Taulukko 5. Megatrendien vaikutus matkailuun.	19
Taulukko 6. Skenaarioiden erot.	36
Taulukko 7. Työkalu strategian testaamiseen eri skenaarioissa.	44
Taulukko 8. Skenaariot uusien tuotteiden ja palveluiden innovoinnissa.	44
Kuvio 1. Suomen vientiin rinnastettavan matkailutulon (miljoonaa euroa) kehitys vuosina 2002-2012 ja ennuste vuosille 2013-2020.....	8
Kuvio 2. Rekisteröityjen majoitusvuorokausien (miljoonaa) kehitys vuosina 2004-2012.....	10
Kuvio 3. Ulkomaisten yöpymisten kehitys Suomessa vuosina 2008-2012	11
Kuvio 4. Ulkomaisten yöpymisten kehitysennuste Suomessa vuosille 2012-2020.....	12
Kuvio 5. Suomen matkailun skenaariot vuonna 2030.	24

Tiivistelmä

Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät on työ- ja elinkeinoministeriön tilaama raportti, joka on osa matkailun kärkihankkeen valmistelua.

Matkailun kokonaisvaltainen kehittäminen edellyttää ennakointia. Erilaisten tulevaisuuksien hahmottaminen ja yllättäviin tapahtumiin varautuminen edistävät aktiivista tulevaisuuteen vaikuttamista. Ennakointi perustuu kuitenkin nykytilan arviointiin ja ymmärtämiseen; tietääksemme mihin olemme menossa, meidän tulee tietää missä olemme nyt.

Raportti on jaettu kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa käsitellään Suomen matkailua vuonna 2013 kuvaamalla matkailun tärkeimpiä tunnuslukuja, esittelemällä lyhyesti matkailun kehittämisen linjaukset sekä kokoamalla yhteen Suomen matkailun vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet. Nykytila-analyysin lopussa tarkastellaan matkailun kannalta merkittäviä megatrendejä eri näkökulmista, ja pohditaan niiden vaikutusta matkailuun globaalilla ja kotimaan tasolla.

Toisessa osassa esitellään seitsemän Suomen matkailun vaihtoehtoista tulevaisuuskuvausta, eli skenaarioita, vuonna 2030. Matkailun kansallinen ennakointiverkosto on ollut mukana työstämässä skenaarioita. Skenaariot pohjautuvat maailmankuviin, joissa asenne teknologiaan vaihtelee ja maailman talouden kestävyys heilahtelee ääripäästä toiseen. *Aurinko* on skenaario, jossa talous on kestäväällä pohjalla ja ihmisten asenne teknologiaan on myönteinen. Tässä maailmassa matkailua voidaan kuvata uudistuvaksi ja hyvinvoivaksi. *Halla* puolestaan on skenaario, jossa teknologiaan suhtaudutaan positiivisesti, mutta kestämaton talous edesauttaa eriarvoistumista ja itsekkyyden lisääntymistä. Paikallisuuden sijaan matkailijat arvostavat teknologiaa hyödyntäviä ratkaisuja. *Poutapilvi*-skenaarion maailma on taloudellisesti kestäväällä pohjalla, mutta teknologiaan ei luoteta. Tässä yhteydessä voidaan puhua nostalgisesta matkailusta, jossa paikallisuus, luontoarvot ja perinteet ovat tärkeässä roolissa. Neljäs skenaario, *Sumu*, kuvaa matkailua harmaan talouden maailmassa, jossa epävarmuus, turvattomuus ja rahan valta ovat lisääntyneet. Näiden neljän lisäksi on laadittu *Leuto*-skenaario, joka kuvaa maailman tilaa vuonna 2030 nykyisten kasvuennusteiden ja kehityssuuntien perusteella. Kaksi muuta skenaariota ovat tämän maailmankuvan perustalle rakentuneita ja odottamattoman tapahtuman sisältäviä villi kortti -skenaarioita. *Myrsky*-skenaariossa on tapahtunut ydinonnettomuus ja *Helle*-skenaariossa Suomi täyttyy matkailijoista sosiaalisessa mediassa leviävän hypetyksen seurauksena.

Skenaariot eivät ole ennustuksia tulevaisuudesta, vaan niiden tarkoitus on herättää ajatuksia ja keskustelua. Mikään skenaario ei toteudu sellaisenaan, todennäköisesti tulevaisuus on kaikkien näiden hybridi tai se sisältää jotain aivan yllättävää. Ne kuitenkin auttavat matkailualan toimijoita kehittämään matkailua tulevaisuutta ennakoiden.

Referat

Framtidsutsikterna för turismen i Finland är en rapport som har beställts av arbets- och näringsministeriet. Den är en del av beredningen av det spetsprojektet som gäller turismen.

En övergripande utveckling av turismen kräver prognostisering. Att gestalta olika framtidsalternativ och förbereda sig på överraskande händelser främjar en aktiv påverkan av framtiden. Prognostiseringen baserar sig dock på en bedömning och förståelse av nuläget; för att vi ska veta vart vi är på väg bör vi veta var vi befinner oss nu.

Rapporten är uppdelad i två delar. I den första delen behandlar man turismen i Finland år 2013 genom att ange de viktigaste nyckeltalen för turismen, kort presentera riktlinjerna för utvecklingen av turismen samt genom att sammanställa styrkor, svagheter, hot och möjligheter inom turismen i Finland. I slutet av nulägesanalysen granskas ur olika synvinklar de megatrender som är viktiga för turismen och hur de påverkar turistbranschen på global och inrikes nivå.

I den andra delen presenteras sju alternativa framtidsbilder eller scenarion för turismen i Finland 2030. Det nationella prognostiseringsnätverket för turismen har varit med om att bearbeta scenariona. De baserar sig på världsbilder där attityden till teknologi varierar och världsekonomin hållbarhet svänger från en ytterlighet till en annan. *Sol* är ett scenario där ekonomin står på en hållbar grund och människornas attityd till teknologi är positiv. I den världen kan turismen beskrivas som förnyande och välmående. *Frost* är i sin tur ett scenario där man förhåller sig positiv till teknologi, men där en ohållbar ekonomi främjar ökad ojämlikhet och själviskhet. I stället för det lokala värdesätter turisterna lösningar som utnyttjar teknologi. Världen enligt scenariot *Cumulusmoln* står på en ekonomiskt hållbar grund, men man litar inte på teknologin. I detta sammanhang kan man tala om nostalgisk turism där det lokala, naturvärden och traditioner spelar en viktig roll. Det fjärde scenariot *Dimma* beskriver turismen i den grå ekonomins värld, där osäkerhet, otrygghet och penningens makt har ökat. Utöver dessa fyra har man utarbetat scenariot *Milt*, som beskriver världens tillstånd 2030 enligt de nuvarande tillväxtprognoserna och utvecklingstrenderna. Ytterligare två scenarion är vilt kort-scenarion som bygger på denna världsbild och innehåller en oväntad händelse. I scenariot *Storm* har det skett en kärnkraftsolycka och i scenariot *Hetta* fylls Finland av turister till följd av en hype som breder ut sig i sociala medier.

Scenariona förutspår inte framtiden utan deras avsikt är att väcka tankar och debatt. Inget scenario kommer helt att förverkligas. Sannolikt kommer framtiden att vara en hybrid av alla dessa eller att innehålla någonting helt oväntat. Scenariona hjälper dock aktörerna inom turismen att utveckla turismen med förutseende av framtiden.

Esipuhe

Aktiivinen tulevaisuuden mahdollisuuksien havainnointi ja niihin varautuminen ovat matkailualan kilpailukyvyyn kannalta tärkeitä. Tulevaisuus perustuu nykyhetkeen ja historiaan, mikä vuoksi matkailualan nykytilan tarkastelu on tarpeellinen lähtökohta tulevaisuuden näkymien linjaamiselle.

Työ- ja elinkeinoministeriön tilaama Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät -raportti on osa matkailun kärkihankkeen valmistelua ja matkailupoliittisen toimenpideohjelman uudistusprosessia. Raporttia hyödynnetään elinkeinon ja muiden matkailutoimijoiden päätöksenteon, toiminnan ja ennakkoinnin tukena.

Raportin toteuttamisesta vastasi Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI) ja työn ohjausryhmänä toimivat Nina Vesterinen (TEM) ja Kristiina Hietasaari (MEK). MTI:ssä tutkimusryhmän muodostivat Anu Harju-Myllyaho, Salla Jutila, Sanna Kyyrä, Eila Linna ja Jatta Nousiainen. Työ toteutettiin yhteistyössä futuristi Elina Hiltusen (What's Next Consulting) kanssa.

Raportin sisällöntuotantoon osallistui myös Matkailun kansallisen ennakointiverkoston jäseniä. Suomen matkailun tulevaisuuteen vaikuttavista tekijöistä on käyty keskustelua ennakointiverkoston omassa työtilassa Matkailu.org-verkkopalvelussa ja jäsenet ovat osallistuneet Suomen matkailun tulevaisuuden vaihtoehtoja pohtivaan skenaariotyöpajaan 18.11.2013.

Skenaariotyöpajaan osallistuivat:

Martti Aarnio, Metsähallitus
Anu Harju-Myllyaho, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti
Merja Hart, Suomen matkatoimistoalan liitto
Anne-Marget Hellén, Suoma Ry / Turku Touring
V-A Heikkinen, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Kristiina Hietasaari, Matkailun edistämiskeskus
Elina Hiltunen, What's Next Consulting
Antti Honkanen, Itä-Suomen yliopisto
Salla Jutila, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti
Elina Kiiski-Kataja, Sitra
Pasi Korhonen, Kajaanin ammattikorkeakoulu
Sanna Kyyrä, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti
Anne Lukkarila, Haaga-Perho
Jatta Nousiainen, Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti
Väinö Nurmi, Ilmatieteenlaitos
Anu Nylund, Helmi liiketalousopisto
Petteri Ohtonen, Haaga-Perho
Liisa Poussa, Teknologian tutkimuskeskus, VTT
Tiina Seikkula, Lahden ammattikorkeakoulu
Nina Vesterinen, Työ- ja elinkeinoministeriö
Jouni Vihmo, Matkailu- ja ravintolapalvelut ry

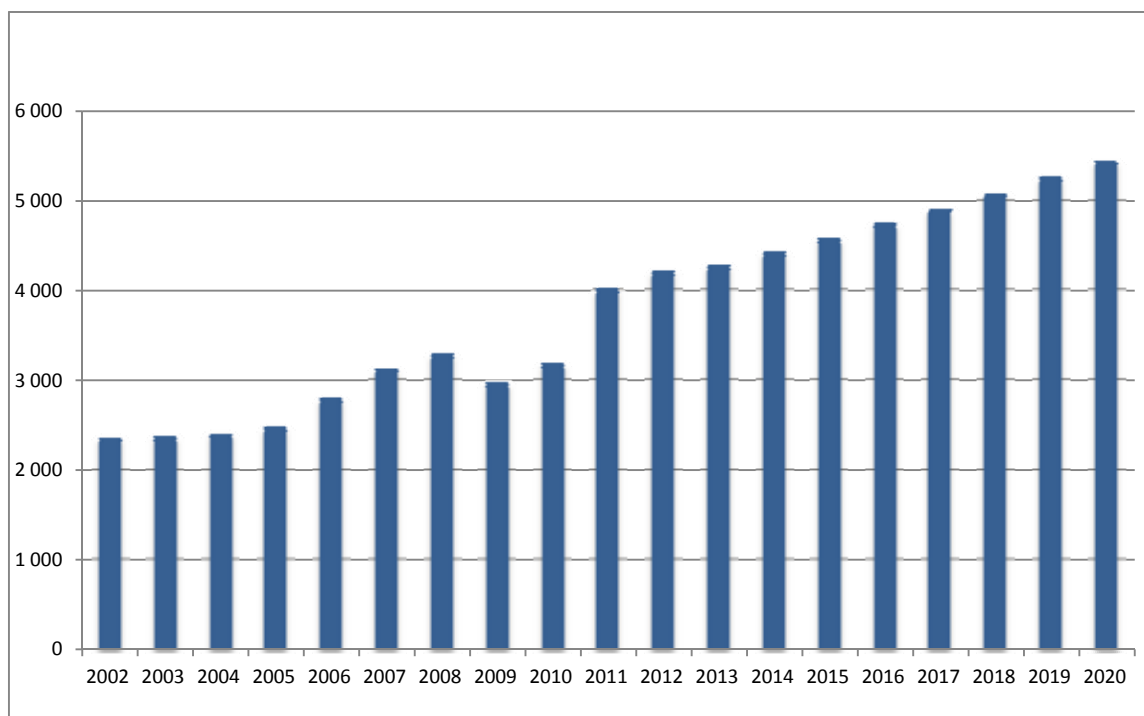
Kiitämme kaikkia työn eri vaiheissa mukana olleita arvokkaista kommentteista ja keskusteluista, innovatiivisista ideoista, kiinnostuksesta Suomen matkailun kehittämistä kohtaan, oman osaamisen jakamisesta ja ennen kaikkea hyvästä yhteistyöstä.

I SUOMEN MATKAILU
VUONNA 2013

1 Matkailun vaikutus kansantalouteen

Matkailualan kasvuennusteet ja -odotukset ovat positiivisia sekä kansainvälisesti että Suomessa. Maailmassa miljardin matkailijan (kansainväliset saapumiset) raja ylitettiin ensimmäisen kerran vuonna 2012 ja vuonna 2030 maailmassa ennustetaan olevan 1,8 miljardia matkailijaa. Globaalisti joka yhdestoista työpaikka on matkailualalla ja matkailun kasvu on muuta talouden kasvua nopeampaa. (UNWTO.)

Matkailu on yksi tärkeimmistä tulonlähteistä myös Suomelle. Ulkomaalaisten matkailijoiden määrä (7,6 milj. vuonna 2012) Suomessa on lisääntynyt edellisinä vuosina, vuonna 2012 kasvu oli yli viisi prosenttia (Tilastokeskus: Rajahaastattelututkimus). Samana vuonna suomalaisten ja ulkomaalaisten matkailun kokonaiskulutus Suomessa oli yhteensä 13,3 miljardia euroa. Tästä ulkomaalaisten matkailijoiden osuus, toisin sanoen vientiin rinnastettava matkailutulo oli 4,2 miljardia euroa (32 %) ja sen odotetaan edelleen kasvavan (kuvio 1) (MEK 2013a).



Kuvio 1. Suomen vientiin rinnastettavan matkailutulon (miljoonaa euroa) kehitys vuosina 2002-2012 ja ennuste vuosille 2013-2020 (Tilastokeskus; MEK 2013a).

Suomen vienti perustuu aiempaa enemmän palvelujen vientiin (VM 2013). Matkailu on myös ainut vientiala, joka maksaa arvonlisäveroa Suomeen. Matkailun osuus Suomen bruttokansantuotteesta on 2,7 prosenttia (taulukko 1).

Taulukko 1. Matkailun merkitys globaalisti ja Suomessa (UNWTO; TEM Vesterinen).

	Globaali	Suomi
Matkailun osuus BKT:sta (%)	5 %	2,7 %
Matkailijamäärien odotettu vuosittainen kasvu (%)	3-4 %	5 %

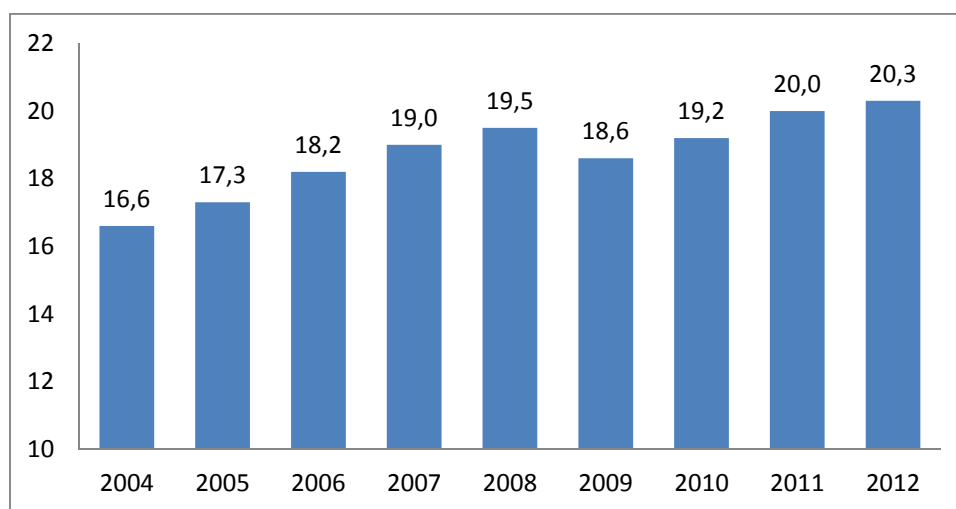
Matkailualalla on merkittävä vaikutus työllisyyteen. Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2011

- Suomessa oli 27 000 matkailualan yritystä, joista yli 90 % pieniä mikroyrityksiä,
- matkailutoimialojen työllistävyys oli 111 000 henkilötyövuotta; 184 400 osa- ja kokoaikaista työntekijää (kasvua 16 % vuodesta 2007),
- nuorten (alle 30 v.) osuus työntekijöistä oli noin 30 %.

Matkailun työllistävyys saattaa olla vieläkin korkeampi, etenkin nuorten osalta, sillä iso osa sesonkityöläisistä on työllisyystilastojen ulkopuolella olevaa vuokratyövoimaa. Kasvuodotukset työllistävyys suhteen ovat hyvät, sillä matkailualan työpaikkojen odotetaan kasvavan 45 000 henkilöllä vuosien 2007 ja 2020 välillä (TEM 2010). Tulevaisuuden työvoimatarve-ennusteen perusteella ammatillisen peruskoulutuksen ja ammattikorkeakoulujen matkailun koulutusohjelmien aloituspaikkoja tullaan vähentämään vuodesta 2013 alkaen (OKM 2012). Tämä on ristiriidassa matkailualan työllistävyyskehitysnäkymien kanssa, sillä etenkin matkailualan toisen asteen koulutusta tulisi ammattitaitoisen työvoimansaannin turvaamiseksi lisätä (Vesterinen & Hakkarainen 2013).

2 Matkailijat Suomessa

Vuonna 2012 Suomen majoitusliikkeissä kirjattiin yhteensä 20,3 miljoonaa yöpymisvuorokautta, joista 14,5 miljoonaa (71 %) oli kotimaisten ja 5,8 miljoonaa (29 %) ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä. Kotimaanmatkailu onkin Suomen matkailun perusta. Suomen talouden kannalta ulkomaalaisten matkailijoiden määrän kasvu on kuitenkin merkittävä, sillä sitä kautta on mahdollista saada uusia vientituloja (Lehtonen 2013). Rekisteröidyissä majoitusliikkeissä ulkomaisten yöpymisten ennuste vuodelle 2013 on 5,9 miljoonaa. Kaiken kaikkiaan rekisteröityjen majoitusvuorokausien määrä on kasvanut vuosina 2004-2012 yhteensä 3,7 miljoonaa (kuvio 2) (Tilastokeskus).



Kuvio 2. Rekisteröityjen majoitusvuorokausien (miljoonaa) kehitys vuosina 2004-2012.

Kasvu on vuonna 2013 ollut edellistä vuotta hitaampaa; ajanjaksolla tammi-syyskuu 2013 rekisteröidyt ulkomaiset yöpymiset kasvoivat vain 0,5 prosenttia. Kotimaisia maksullisen majoituksen sisältäneitä matkoja puolestaan tehtiin tammi-huhtikuussa viisi prosenttia enemmän ja touko-elokuussa kolme prosenttia enemmän kuin vuotta aikaisemmin. (Tilastokeskus: Majoitustilasto 2013.)

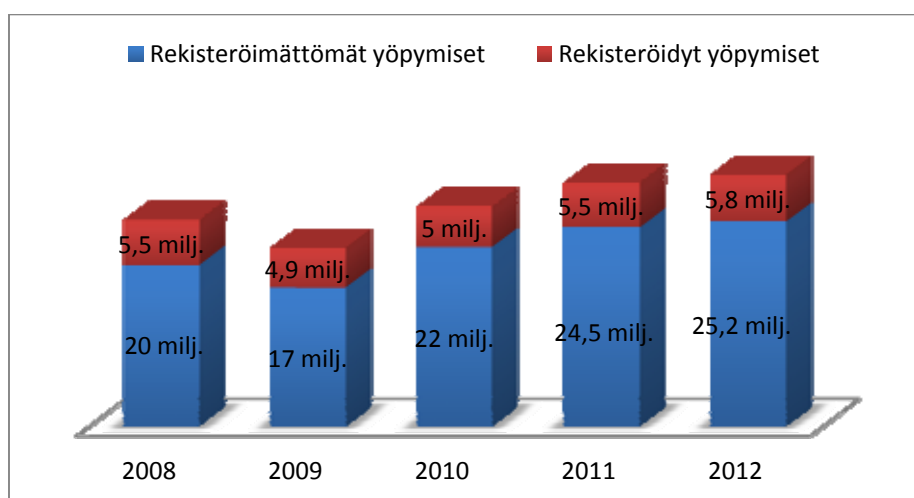
Vuonna 2012 suomalaiset tekivät yhteensä 31 miljoonaa yöpymisen sisältänyttä kotimaanmatkaa. Ilmaisen majoituksen sisältäneitä matkoja tehtiin 20,4 miljoonaa, maksullisen majoituksen sisältäneitä vapaa-ajanmatkoja 6,4 miljoonaa sekä vähintään yhden yöpymisen sisältäneitä työmatkoja 4,1 miljoonaa. Maksullisen majoituksen sisältäneillä matkoilla suosituimpia kohdemaakuntia olivat Uusimaa, Pirkanmaa, Lappi, Pohjois-Pohjanmaa sekä Varsinais-Suomi kattaen lähes 60 prosenttia maksullisen majoituksen kysynnästä. Uudellemaalle suuntautui lähes 19 prosenttia (1,2 milj. matkaa) kaikista maksullisen majoituksen sisältävistä matkoista. Pirkanmaalle, Lappiin, Pohjois-Pohjanmaalle ja Varsinais-Suomeen suuntautui lähes joka kymmenes matka. (Tilastokeskus: Majoitustilasto 2013.)

Vuonna 2012 Suomessa vieraili 7,6 miljoonaa ulkomaista matkailijaa, joista suurin osa (91%) saapui Euroopasta (taulukko 2) (Tilastokeskus: Rajahaastattelututkimus 2013). Suomeen suuntautuvan matkailun kolme keskeisintä lähtöaluetta olivat Venäjä (3,6 milj. matkailijaa), Keski-Eurooppa (Saksa, Ranska ja Iso-Britannia yhteensä 742 000 matkailijaa) ja Aasia (438 000 matkailijaa) (Hietasaari 2013b). Suomeen tehdyistä matkoista 45 prosenttia ei sisältänyt lainkaan yöpymistä. Päivämatkoja tehtiin eniten Venäjältä, 70 prosenttia venäläisistä matkailijoista ei yöpynyt matkallaan Suomessa. (Tilastokeskus: Majoitustilasto 2013; Rajahaastattelututkimus 2013.)

Taulukko 2. Suomen matkailun merkittävimmät Euroopan lähtömaat ja matkailijat vuonna 2012 (Tilastokeskus: Majoitustilasto 2013; Rajahaastattelututkimus 2013).

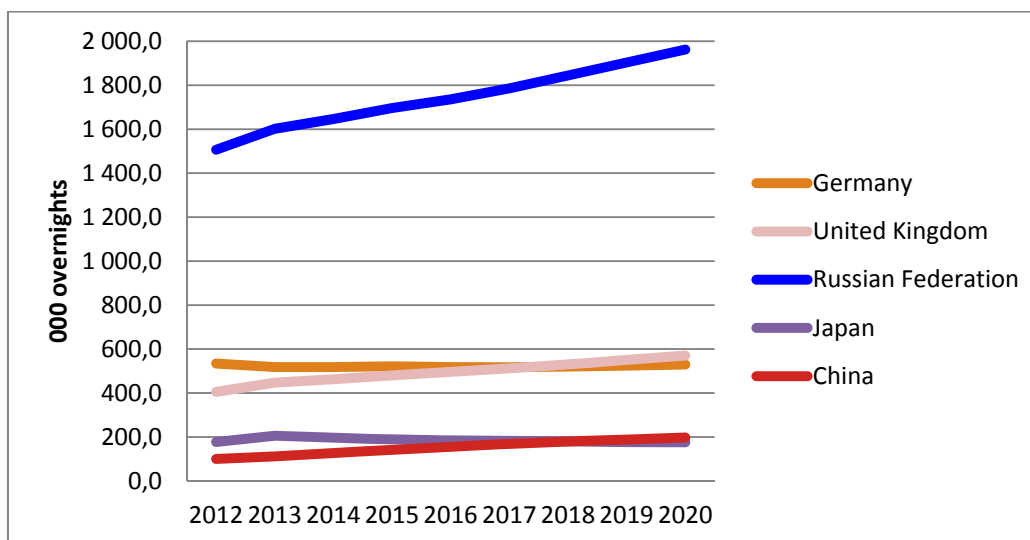
Lähtömaa	Saapumiset	Osuus kv-saapumisista (%)	Muutos (%) kv-saapumisissa 2011-2012	Rekisteröityjä majoitusvuoro-kausia	Muutos (%) rekisteröidyissä majoitusvuoro-kausissa 2011 - 2012
Venäjä	3 578 000	47	+ 10	1 506 900	+ 17,1
Viro	758 000	10	+ 7	235 482	+ 3,2
Ruotsi	702 000	9	+ 3	537 002	- 2,7
Saksa	342 000	4	- 14	534 239	- 1,3
Iso-Britannia	273 000	4	- 2	405 541	+ 4,2
Ranska	127 000	2	- 12	217 886	+ 2

Vuosien 2008 ja 2012 välillä ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset ovat lisääntyneet yhteensä 5,5 miljoonaa. Vuonna 2009 tapahtuneen notkahduksen jälkeen sekä rekisteröimättömät että rekisteröidyt yöpymiset ovat kasvaneet tasaisesti (kuvio 3). Ajanjaksolla 2011-2012 ulkomaisten rekisteröidyt yöpymiset kasvoivat 5,4 prosenttia (Tilastokeskus: Majoitustilasto 2013). Rekisteröimättömiä ulkomaisia yöpymisvuoro-kausia vuonna 2012 oli 25,2 miljoonaa (Tilastokeskus: Rajahaastattelututkimus 2013).



Kuvio 3. Ulkomaisten yöpymisten kehitys Suomessa vuosina 2008-2012 (Tilastokeskus).

Suomessa rekisteröityjen yöpymisten yleisenä kehityskulkuna Venäjän ja Aasian markkinat ovat kasvussa, kun taas EU:n ja Skandinavian osuudet ovat laskussa (kuvio 4). Kaiken kaikkiaan vuonna 2012 eniten yöpymisiä kirjattiin EU:n alueelta (49%), Venäjältä (26%), Skandinavian maista (14%) ja Aasiasta (9%). Vuonna 2013 tammi-syyskuun aikana yöpymisissä eniten kasvua on ollut Kiinasta, Japanista, Iso-Britanniasta ja Venäjältä. Venäläiset olivat ylivoimaisesti suurin matkailijaryhmä 1,3 miljoonalla yöpymisellään, yöpymisten määrä kasvoi edellisestä vuodesta 8 prosenttia. Toiseksi eniten yöpymisiä oli ruotsalaisilla ja kolmanneksi eniten saksalaisilla. (Tilastokeskus: Majoitustilasto 2013.)



Kuvio 4. Ulkomaisten yöpymisten kehityssuunnuste Suomessa vuosille 2012-2020 (Hietasaari 2013a).

Ulkomaiset yöpymiset Suomessa jakaantuivat matkailun suuralueille vuonna 2012 seuraavasti (Tilastokeskus: Majoitustilasto 2013):

- Helsinki ja pääkaupunkiseutu 39 %
- Rannikko ja saaristo (ei Helsinki) 17 %
- Järvi-Suomi 24 %
- Lappi 19 %

Ulkomaiset matkustajat viipyivät vuonna 2012 Suomessa keskimäärin 4,1 yötä. Suurin osa kansainvälisten matkailijoiden tekemistä matkoista oli vapaa-ajanmatkoja (taulukko 3). Työmatkalla olevat viipyivät matkallaan huomattavasti vapaa-ajan matkailijoita kauemmin.

Taulukko 3. Kansainvälisten matkailijoiden matkan tarkoitus ja keskimääräinen oleskelun kesto (Tilastokeskus: Rajahaastattelututkimus 2013).

Matkan tarkoitus	Osuus tehdyistä matkoista (%)	Keskimääräinen oleskelun kesto
Vapaa-aika	55 %	2,5 yötä
Työmatka	21 %	noin 6 yötä
Tuttavat ja sukulaiset	10 %	yli 7 yötä
Muu matka	11 %	
Useita syitä	3 %	

Suomessa järjestettävät kongressit ovat omalta osaltaan lisäämässä ulkomaalaisten työmatkojen määrää. Suomi on maailman 16. suosituin kongressimaa ja vuonna 2012 Suomessa järjestettiin 635 kansainvälistä järjestökongressia, joihin osallistui yhteensä 77 222 osanottajaa (MEK: FCB).

3 Matkailualaa tukevia kansallisia kehittämislinjauksia

Matkailun kasvun turvaaminen edellyttää pitkän aikavälin suunnitelmia ja tulevaisuuden ennakkointia. Matkailun kansalliset strategiat ja toimenpideohjelmat antavat kehittämisen suuntaviivat ja toimenpiteet, joilla asetetut päämäärät saavutetaan. Vuonna 2010 uudistettu Suomen matkailustrategia korvaa vuonna 2006 laaditun strategian. Strategiassa linjataan julkisen sektorin panos ja rooli matkailuelinkeinon edistämässä. Asetettujen tavoitteiden toteutumista arvioidaan muutaman vuoden välein. Valtioneuvoston viimeisin periaatepäätös Suomen matkailupolitiikasta on vuodelta 2011 (TEM 2013).

Suomen matkailumaakuvaa asemoidaan kansainvälisesti neljän C:n avulla; credible (luotettava), contrasts (vastakohtaisuus), creative (luovuus) ja cool (viileys) (TEM 2010). Matkailun edistämiskeskus on valinnut markkinoinnin kohderyhmäksi niin kutsutut ”Modernit humanistit” (MoHu), joita maailman matkailevasta väestöstä on noin 15 prosenttia. Matkustaminen Suomen kaltaiseen maahan vetoaa tämän kohderyhmän arvo- ja asennemaailmaan. He ovat ihmisiä, jotka ovat jo kiertäneet maailman suuret metropolit ja tavoittelevat uusia elämyksiä ja itsensä kehittämistä.

Elämisen laatu ja vastuullisuus ovat moderneille humanisteille tärkeitä. He eivät etsi mitään erityistä, vaan haluavat tutustua Suomen luontoon, kulttuuriin ja elämäntapaan sellaisenaan. Turvalliset seikkailuaktiviteetit ovat heille keino irtautua arjesta. Matkan aikana modernit humanistit haluavat nähdä ja kokea monia asioita. He myös arvostavat kokonaisvaltaista hyvinvointia.

Vuonna 2013 MEK on määritellyt teemapohjaiset painopisteet matkailun kehittämisen suuntaviivoiksi seuraavalle EU:n ohjelmakaudelle 2014-2020. Suomen matkailun tuotekehityksen strategiset teemat ja painopistealueet pohjautuvat maailmalla nähtävissä oleviin trendeihin ja ne kuuluvat myös modernien humanistien kiinnostuksen kohteisiin (taulukko 4). Tuotekehityksessä huomioidaan myös Venäjän, Kiinan, Japanin sekä Keski-Euroopan matkailijoiden tarpeet ja toiveet. Tuotetarjontaa kehitetään modernien humanistien ja erilaisten harrasteryhmien tarpeisiin. (MEK 2013; Hietasaari 2013b.)

Taulukko 4. Tuotekehityksen strategiset teemat ja painopistealueet vuoteen 2020 (MEK 2013).

Tuotekehityksen strategiset teemat vuoteen 2020	Painopistealueet	Matkailun kehittämisessä huomioitavaa
Hyvinvointi <ul style="list-style-type: none"> • Sauna, autenttisuus, maaseudun hyvinvointilomat, metsä, vesi 	Suomalainen ja paikallinen ruoka	Vastuullisuus
Kulttuuri <ul style="list-style-type: none"> • Tapahtumista elämäntapaan (luontosuhde, paikallisuus, suomalaisuus, kulttuuriperintö, historia, tarinat) • Design 		Hiljaisuus
Kesä <ul style="list-style-type: none"> • Helppotasoinen luonnossa liikkuminen (lihasvoimin toteutettavat aktiviteetit) • Luontoreitit ja infra • Vesistöjen puhtaus 	Kulttuurin ja luonnon yhdistäminen	Saavutettavuus Kohderyhmätuntemus Palvelumuotoilu
Talvituotteiden monipuolistaminen <ul style="list-style-type: none"> • Lumi- ja jääosaaminen • Uudet talviaktiviteetit • Revontulet • Arktinen elämäntapa • Joulukuusi 		Kulttuurin ja luonnon yhdistäminen

4 Suomen matkailun SWOT

Matkailun kehittäminen edellyttää toimialan kokonaisvaltaista arviointia. SWOT-analyysin avulla on mahdollista tarkastella Suomen matkailun nykytilan vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Analyysiin kootut asiat ovat tällä hetkellä tärkeimpiä matkailun kehittämistä ajatellen, mutta lista ei kuitenkaan ole tyhjentävä.

<p><u>Vahvuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Monipuolinen tuotetarjonta - Puhdas luonto, ilma, vesi ja ruoka - Luonnossa toteutettavat aktiviteetit - Lumiosaaminen ja revontulet - Vastakohta massamatkailulle - Paikallisuus - Hiljaisuus - Monipuolinen majoitustarjonta - Joulupukki, muumit, design - Suomalaisen kulttuurin omintakeisuus - Vahvat ja monipuoliset kansainvälisen tason matkailukeskukset - Koulutus, osaava työvoima - Yrittäjyyttä tukevat toimenpiteet ja palvelut, yritys- ja hanketukipaletti ja neuvonta - Kansalliset kehittämisohjelmat - Toimiva infrastruktuuri sekä muut palvelut - Teknologiaosaaminen - Kokonaisturvallisuus – valtiosta kuluttajaan - Korkea elintaso ja elämisen laatu - Vahvat kotimaan markkinat 	<p><u>Heikkoudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Suomen tunnettuus ja saavutettavuus - Verkostoituminen ja yhteistyö - Kotimaan matkailun huipun saavuttaminen - Matkailuelinkeinoa ei oteta vakavasti - Toimialan pirstaleisuus <ul style="list-style-type: none"> o Liiketoimintaosaaminen ja vaihteleva laatu o Sähköisen liiketoiminnan hyödyntäminen o Pitkän tähtäimen strategisen suunnittelun puute o Riskinoton ja priorisointien puute - Matkailutilastoinnin puutteellisuus - Tarjonnan hidas uusiutumattomuus - Vähäiset ulkopuoliset investoinnit - Myynti, tuotetarjonnan löydettävyyys - Tieverkon rapistuminen - Raskas byrokratia - Matkailua tukematon lainsäädäntö, kaavoitus - Kulurakenne, pienet marginaalit, kannattavuus - Verotus - Hintataso - Korkeat väylämaksut kv-risteilyaluksille - Sesonkityö ja kausityöläisyys - Alan työvoiman osaaminen ei kaikilta osin vastaa kysyntää - Viisumien saanti ja rajainfrastruktuuri - Oppilaitosten loma-ajat vrt. EU-maat
<p><u>Mahdollisuudet</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Arvot – back to basics – vastareaktiot - Kulttuurimatkailu, suomalaiset tarinat - Luonto hyvinvointimatkailun perustana - Uudet kasvavat kohderyhmät: Venäjä ja Aasia - Räätelöidyt ja henkilökohtaiset palvelut - Uusi luksus - Esteettömyys - Säästä riippumattomat matkailupalvelut - Näkyvyyden lisääminen sosiaalisessa mediassa ja muun ICT:n hyödyntäminen – uudet ulottuvuudet - Ilmastonmuutos vs. Keski- ja Etelä-Eurooppa - Ekologiset ratkaisut - Rinnakkaisalojen ja rajapintojen yhteistyö - Profiloitujen laatutuotteiden kehittäminen - Suomen uutuusarvo monilla markkinoilla - Uudet pitkäaikaiset lentoliikenteen ratkaisut erityisesti ”maaseutukentille” - Helsingin säilyttäminen lentohubina - Uusien joustavien työaikajärjestelmien luominen - Yrityslähtöinen kehittäminen rahoituksen suuntaamisen ohjeena - Elinkeinoa tukeva tutkimustoiminta 	<p><u>Uhat</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Odotettua nopeampi ilmastonmuutos – hiilijalanjälki - Itämeren tilan heikkeneminen - Maailmantalouden pitkä taantuma - Globaali kilpailu kiristyy – talouden laskusuhdanteet - Hintakilpailukyvyyn lasku - Kulutusverojen nousu - Polttoaineen hinnannousu - Venäläisten matkustuksen väheneminen vs. liikavenäläistyminen - Kiristynyt kilpailu vapaa-ajasta - Lentoliikenteen rakenteelliset muutokset - Harmaita talous etenkin ravintola-alalla - Suomen turvallisuuden heikkeneminen - Työvoiman saanti ikäluokkien pienentyessä - Rikollisuus - Ulkomaalaisilla Suomesta kallis mielikuva - Infrastruktuurin ja kaavoituksen uudistumattomuus

Luonto, puhtaus ja turvallisuus ovat Suomen matkailun kehittämisen *vahvuuksia*. Kotimaiset matkailijat ovat matkailun perusta, mutta kasvu haetaan kansainvälisestä matkailusta. Profiloituneiden matkailualueiden sekä vetovoimaisten matkailukeskusten palvelutarjonnalla pystytään vastaamaan kansainvälisten matkailijoiden tarpeisiin. Profiloinnin ja kilpailijoista erotautumisen tukena ovat muun muassa hyvin tuoteistetut muumit, joulupukki ja suomalainen design. Matkailussa huomioidaan yksilöllisyys ja erilaiset asiakasryhmät massamatkailun kehittämisen sijaan. Talven, revontulten, luonnon ja hiljaisuuden tuotteistaminen ovat monipuolisen tuotetarjonnan lähtökohtia. Yrittäjyyttä tuetaan erilaisilla toimenpiteillä ja palveluilla ja henkilökunta matkailualalla on osaavaa ja koulutettua.

Suomen tunnettuus ja saavutettavuus ovat tällä hetkellä matkailun *heikkouksia*. Matkailun saavutettavuus edellyttää kattavaa, esteetöntä ja hinnaltaan kilpailukykyistä liikennejärjestelmää maahan ja maassa. Lentoyhteyksien parantaminen, olemassa olevan lentoasemaverkoston säilyttäminen sekä matkailuyrittäjien, alueiden ja lentoyhtiöiden yhteistyömallit ovat haaste matkailua kehitettäessä. Lentoyhteyksien lisäksi hyväkuntoinen tie- ja rataverkko sekä kysyntää vastaava laivaliikenne ovat merkittäviä saavutettavuuden turvaamiseksi. Heikko saavutettavuus koskee myös sähköistä saavutettavuutta. Tällä hetkellä internetiä, olemassa olevaa ICT-osaamista ja erilaisia sovelluksia ei hyödynnetä riittävästi matkailualueiden ja -tuotteiden markkinoinnissa ja myynnissä. Matkaketjujen toimivuus lähtöpaikasta matkakohteeseen on suuri haaste. Suomen matkailun heikkoutena on myös yhteistyön puute. Verkostomaisten tuotteiden kehittäminen sekä verkostoituminen ja yhteistyö alueen yritysten kanssa on vähäistä. Tämä johtaa tuotetarjonnan pirstaloitumiseen ja tarjonnan hitaaseen uusiutumiseen. Tuotteita on tarjolla runsaasti, mutta yhden teeman (esimerkiksi hyvinvointimatkailu) alla myytävät tuotteet ovat keskenään varsin samanlaisia. Hankkeiden koordinoinnissa alueviranomaisten välinen yhteistyö on avainasemassa. Laaja-alainen yhteistyö on tärkeä osa matkailun alueellista ja valtakunnallista kehittämistä.

Yhteistyön lisäksi matkailun kehittämisen ehtona on alaa tukeva lainsäädäntö. Myös oikeanlainen veropolitiikka voi tukea matkailun kehittämistä, esimerkiksi matkailuyritysten energiaverotuksen laskeminen muun vientiteollisuuden tasolle helpottaisi alan kehittämistä. Korkeat työvoimakustannukset ovat etenkin pienten yritysten taakkana. Hallituksen kehyspäätös yritysten edustuskulujen vähennyskelpoisuuden poistamisesta sekä liikenneministeriön kaa-vailema yksityisautoilun kilometrivero rokottaisivat kotimaanmatkailua.

Matkailun tilastoinnin hajanaisuus ja puutteellisuus ovat este toimialan vaikuttavuuden arvioinnille ja vertailulle suhteessa muihin toimialoihin. Siihen, että matkailun merkittävyyttä ei aina tunnusteta, vaikuttaa osaltaan toimialan pirstaleisuus; liiketoimintaosaamisen ja laadun vaihtelevuus, lyhytnäköisyys suunnittelussa sekä liian varovainen kehittäminen ja päätösten teko. Matkailu on merkittävä työllistäjä, mutta samanaikaisesti sesonkityö ja kausityöläisyys ovat haasteita, sillä ammattitaitoisen ja osaavan henkilökunnan palkkaaminen lyhyen sesongin ajaksi voi osoittautua hankalaksi.

Suomen matkailun *mahdollisuuksia* ovat erilaiset tapahtumat ja tuotteet, jotka palvelevat myös totutusta poikkeavaa uutta luksusta etsiviä kuluttajia. Osallistava, esteettinen ja yksilöllinen tuote kiinnostaa yhä useampaa. Tarinoiden ja aitouden hyödyntäminen matkailutarjonnan kehittämisessä tarjoaa mahdollisuuden erottaa suomalaiset matkailutuotteet kilpailijoista.

Samalla voidaan vastata yksilöllisiä ja autenttisia matkakokemuksia hakevien asiakkaiden tarpeisiin. Puhtaan ilman, rauhallisuuden, luonnon, veden ja ruuan perässä matkustaminen ovat tulevaisuuden matkustusmotiiveja, joten pohjoisuuden ja miellyttävän ilmaston käyttäminen markkinoinnin tukena on kilpailuetu verrattuna esimerkiksi Keski- ja Etelä-Euroopan kohteisiin. Suomen ja Venäjän maiden välinen liikkuvuus kasvaa. Sujuvan raja- ja kauttakulkuliikenteen turvaaminen sekä viisumien saannin tehostaminen edesauttavat matkailijamääräen potentiaalista kasvua. Mahdollinen viisumivapaus voisi lisätä matkailijoiden liikkuvuutta entisestään.

Uhkana voidaan nähdä luonnon puhtauden ja koskemattomuuden menetys. Erilaiset luonnonilmiöt ja ympäristökatastrofit voivat aiheuttaa pitkäkestoisia vahinkoja sekä ympäristöön, että kohteen imagoon. Kaivosten ja matkailun yhdistäminen samoilla alueilla on yksi tulevaisuuden haasteista. Matkailualan hintakilpailukyvyyn lasku sekä infrastruktuurin uudistumattomuus ovat myös vakavia uhkia Suomen matkailualan kehittämislle.

Matkailun alueellinen ja paikallinen kehittäminen on hyvin hankevetoista. Tähän sisältyy riski, että hankkeiden ristiriitaisuus ja päällekkäisyys estävät matkailun tehokkaan kehittämisen. Näin tapahtuessa hankkeilla ei ole pitkäaikaisia vaikutuksia eikä hankerahoituksen tarkoitus toteudu. Kehittämishankkeiden ohjausta ja koordinoitua tukevat valtakunnalliset rahoituksen, hallinnon ja jalkautuksen teemaohjelmat. Suomen intressien esiin tuominen Euroopan komission linjauksissa mahdollistaisi EU:n suorarahoituksen paremman hyödyntämisen.

Suomen matkailun SWOT on pitkälti samansuuntainen kuin World Economic Forum (2013) tekemä tutkimus, jossa arvioidaan 140 valtion matkailullista kilpailukykyä. Suomi on kokonaisvaltaista kilpailukykyä arvioitaessa kansainvälisesti sijalla 17 ja Euroopassa sijalla 10. Tutkimuksessa valtioiden kilpailukykyä on arvioitu kolmen päämuuttujan avulla: matkailun julkinen sääntely, *regulatory framework* (sija 5), liiketoimintailmapiiri ja infrastruktuuri, *business environment and infrastructure* (sija 22) sekä inhimilliset, kulttuuriset ja luonnon resurssit, *human, cultural and natural resources* (sija 24). Päämuuttujia vertailtaessa Suomi on menestynyt parhaiten matkailun julkisen sääntelyn kokonaisuudessa. Tämä kokonaisuus koostuu ympäristön kestävydestä, turvallisuudesta, matkailun priorisoinnista, poliittisista päätöksistä ja säännöistä sekä terveydestä ja hygieniasta. Suomen erityisiksi vahvuuksiksi arvioidaan turvallisuus (sija 1) ja ympäristön kestävyys (sija 3). Suomen ehdoton heikkous on raportin mukaan hintakilpailukyky, jossa Suomi sijoittuu vasta sijalle 118. Julkisen vallan panostus matkailuun vaikuttaa merkittävästi matkailun kehittämiseen ja kehittymiseen. Matkailun priorisoinnin osalta Suomi oli tutkimuksessa sijalla 53 ja poliittisten päätösten ja sääntelyn osa-alueessa sijalla 7.

5 Matkailualaan vaikuttavat megatrendit ja villit kortit

Maailma muuttuu yhä nopeammin ja samalla globaali keskinäisriippuvuus lisääntyy. Maailmanlaajuiset yksittäiset ilmiöt, tapahtumat ja megatrendit¹ ulottavat vaikutuksensa myös Suomeen. Matkailun ennakoinnissa on hyvä pohtia sekä kyseenalaistaa, tapahtuvatko asiat oikeasti kuten on ajateltu, sillä varmoilta vaikuttavat tapahtumat eivät välttämättä toteudu odotetulla tavalla. Esimerkiksi ilmastomuutoksen etenemisestä huolimatta on epäselvää, kuinka ihmiset todellisuudessa ymmärtävät ilmastomuutoksen ja ottavat sen huomioon omassa toiminnassaan. Toisena esimerkkinä voidaan pohtia ikääntymisen seurauksia; aktiiviset eläkeläiset ovat tulevaisuuden matkailijoita, mutta miten aktiivisia vanhemmat ihmiset todellisuudessa ovat, on epävarmaa.

Matkailu on kiinteä ja vuorovaikutteinen osa yhteiskuntaa. Niin poliittiset, taloudelliset, yhteiskunnalliset, teknologiset kuin ympäristölliset tekijät vaikuttavat oleellisesti matkailun kehittämiseen ja kehittymiseen. Megatrendit voidaan luokitella PESTE-analyysin (political, economical, social, technological and environmental) avulla, jolloin on mahdollista tarkastella matkailualaan vaikuttavia tekijöitä kattavasti useasta eri näkökulmasta. Niiden kautta voidaan kuvata myös megatrendien vaikutusta kuluttajakäyttäytymiseen sekä matkailuun globaalisti ja Suomen tasolla (taulukko 5).

Taulukko 5. Megatrendien vaikutus matkailuun.

Näkökulma	Megatrendit	Vaikutus kuluttajakäyttäytymiseen	Vaikutus kansainväliseen matkailuun	Vaikutus Suomen matkailualaan
Poliittinen	Globalisaatio Turvattomuus Pohjoisten alueiden merkitys	Yksilön rooli päätöksenteossa Kuluttaminen globaalisti Matkakohteen turvallisuuden arviointi Yksilön tunnistettavuus	Markkinoiden liikkuvuus ja rajoitusten poisto Kilpailu työvoimasta kasvaa Matkailu ja suvaitsevaisuuden kasvu Kohteiden turvallisuusmielikuvat, imago ja toimenpiteet EU:n rooli matkailutoiminnassa Pohjoisten alueiden vetovoiman kasvu	Työntekijöiden koulutuksen, osaamisen ja liikkuvuuden esteet / mahdollisuudet Kilpailukyvyyn turvaaminen Suomi osa globaalia kokonaisuutta Kuluttajasuoja, Läpinäkyvyys yritysten toiminnassa Turvallisuuksuunnittelu; yritykset ja kansallinen taso Viisumivapauskokeilut Yhteistyön merkitys kehittämisessä korostuu Arktinen matkailu-osaaminen kehittyy

¹ Megatrendit ovat nykyhetkeä kuvaavia ilmiökokonaisuuksia, jotka vaikuttavat laajasti yhteiskunnassa. Megatrendien kehityssuunta jatkuu yleensä useita vuosia, joten niiden voidaan ajatella kertovan myös tulevaisuudesta. Vaikka megatrendien vaikutusalue on laaja, niiden ei tarvitse olla globaaleja ilmiöitä. (Hiltunen 2012.)

Näkökulma	Megatrendit	Vaikutus kuluttaja-käyttäytymiseen	Vaikutus kansainväliseen matkailuun	Vaikutus Suomen matkailuun
Taloudellinen	Vaurauden jakaantuminen Taloudellinen epävarmuus	Uudet kuluttajaryhmät ja lisää maksukykyisiä asiakkaita Epävarmuuden heijastuminen kuluttamiseen Muutokset kuluttamisessa; enemmän vähemmällä	Matkailun lähtöalueiden painopiste muuttuu Pohjoisen vauraus Taloudellinen painopiste lännestä itään, BRICS-maat Uusi keskiluokka Talouden heilahtelu ja syklien nopeutuminen Kuluttajien ominaispiirteet ja tarpeet Afrikka lähtö- ja kohdealueena Lyhytmatat	Uusien kuluttajaryhmien huomioiminen tuotteistamisessa, valinnat Hintakilpailukyvyyn säilyttäminen Venäläiset asiakkaat
Yhteiskunnallinen	Työelämän muutokset Ikääntyminen Arvomaailman muutos	Sosiaalinen, yhteisöllinen ja halpa vieraanvaraisuus Yksilöllisyys, DIY Työn ja vapaa-ajan rytmin vaihtelut tekevät kuluttajan käytöksestä ennakoimatonta	Esteettömyyden merkitys Suvaitsevaisuus Uudet asiakasryhmät Usean sukupolven yhteiset matkat Seniorimatkailu Naisten matkailu Muslimimatkailijat	Eläkeläiset; matkailuyrittäjiä vai matkailijoita Suomen imago; eettinen, suvaitsevainen ja turvallinen matkakohde Etätyön mahdollisuudet Laajentunut perhekäsitys; uudet majoitusratkaisut Matkailun rooli hyvinvointivaltion kehittäjänä
Teknologinen	Ympäristö-tekniologia + bio Tietotekniikka Robotiikka	Sähköisten myynti- ja markkinointikanavien käyttö Kokemusten reaaliaikainen jakaminen Y-sukupolvi aktiivisena toimijana	Uudet energiaratkaisut ja energiasäästö Biopoltoaineet Automatisoituminen Matkailun ja kohteiden sähköinen saavutettavuus Laajennettu todellisuus tuotteissa Uudet liikennematkat, liikkuminen helpottuu	Päästöjen rajoitus ja kalustousinnat Suomen ja suomalaisten tuotteiden oltava entistä paremmin näkyvillä verkossa Teknologian hyödyntäminen tuotekehityksessä Haasteet asiakaspalvelussa; verkko vs. face-to-face
Ympäristöllinen	Ilmastonmuutos Luonnon resurssien niukkeneminen Pohjoisten alueiden merkitys	Kuluttajat ympäristötietoisia Yritysten vastuu ohjata kuluttajia kestäviin valintoihin Paikallisten ja kausituotteiden suosiminen Lakien ja säädösten vaikutus kuluttajakäyttäytymiseen	Matkailualueiden painopisteiden muutos Luonnonkatastrofit uhka lähtö- ja kohdealueille Energian kallistuminen ja hintojen nousu (esim. lentoliikenne) Uudet kulkureitit pohjoisilla alueilla Lähimatkailun arvostuksen nousu	Ympäristö-sertifikaatit ja tuotteiden läpinäkyvyys Kotimaan matkailun asema säilyy Puhtaan ruuan, veden ja ilman tuotteistaminen Suomi houkutteleva matkakohde lumivarmuuden takia Ympäristötietoinen kehittäminen Pohjoisen lumivarmuus Jokamiehenoikeuksien hyödyntäminen kaupallisessa toiminnassa

Poliittiset tekijät

Globalisaation seurauksena maailma pienenee vaikuttaen siten uudenlaisten suhteiden ja riippuvuuksien syntymiseen. Maailman poliittinen tilanne ja turvallisuus heijastuvat matkailualaan muun muassa mahdollistaen tai estäen ihmisten vapaan liikkumisen. Rahoituksen, omistajuuden, työmarkkinoiden sekä ihmisten liikkuvuuden paraneminen ovat seurausta osittain poliittisin päätöksin poistetuista rajoituksista ja säädöksistä. Yksilöiden vaikutusmahdollisuuksien lisääntyminen poliittisella kentällä heijastuu myös matkailuun; matkailijat ja matkailualan työntekijät ovat itsenäisiä poliittisia toimijoita, joiden valinnoilla ja teoilla on merkitystä matkailualan kehittymiseen. Matkailun ja globalisaation lisääntyessä uudet kulttuurit tulevat tutuiksi, jolloin ymmärrys erilaisuuden olemassaolosta lisää suvaitsevaisuutta maailmanlaajuisesti. Paikalliselta tasolta siirrytään yhä enemmän globaalin ja lokaalin väliseen vuorovaikutukseen. Turvattomuuden lisääntymisen seurauksena kohteiden turvallisuusmielikuvat ovat kuluttajille tärkeitä.

Globaalin tason poliittinen tilanne ja linjaukset ovat osaltaan vaikuttamassa Suomen matkailuelinkeinon. Turvattomuuteen ja epävakauteen voidaan vastata tuote- ja aluekohtaisella turvallisuussuunnittelulla. Kilpailukyvyn turvaaminen edellyttää yhteistyötä, avoimuutta, matkailua tukevia poliittisia päätöksiä sekä kuluttajasuojan huomioimista. Työvoiman liikkuvuus asettaa haasteita koulutuksen ja osaamisen ylläpidolle. Yhtäältä kotimaisen työvoiman koulutuksen turvaaminen ja toisaalta ulkomaisen työvoiman osaamistason varmistaminen ovat matkailuelinkeinon laadukkaan toiminnan edellytyksiä. Pohjoisten alueiden merkityksen lisääntyminen mahdollistaa kylmäosaamisen, pohjoisen elämäntavan ja arktisen tutkimuksen valjastamisen osaksi matkailun kehittämistä koko Suomessa.

Taloudelliset tekijät

Taloudellinen painopiste siirtyy vähitellen lännestä itään. BRICS-maiden (Brasilia, Venäjä, Intia, Kiina ja Etelä-Afrikka) vaurastumisen myötä syntyy myös uusi kuluttava keskiluokka, ja matkailun lähtöalueiden painopiste muuttuu. Uudet asiakasryhmät edellyttävät matkailutoimijoilta entistä laajempaa kulttuurituntemusta ja asiakaspalveluosaamista. Kiihtyvä taloudellinen heilahtelu ja epävakaus aiheuttavat epävarmuutta matkailun investointeihin ja kehittämiseen. Henkilökohtainen taloudellinen epävarmuus haastaa puolestaan kuluttajia hyödyn maksimointiin; kuluttamaan enemmän vähemmällä rahalla.

Matkailutuotteiden kehittäminen edellyttää entistä enemmän uusien asiakkaiden huomioimista ja samalla valintojen tekemistä. Kaikille kaikkea -ajattelu ei tue matkailutoimialan kehittymistä. Venäläisten matkailijoiden määrän ennustetaan jatkossakin kasvavan ja heidän tarpeisiin voidaan entistä paremmin vastata mm. hyvinvointimatkailua kehittämällä. Hintakilpailukyvyn säilyttäminen tai parantaminen on Suomen tasolla tärkeä toimenpide matkailijavirtojen saavuttamiseksi. Tähän voidaan vaikuttaa laadukkaan ja houkuttelevan tuotetarjonnan lisäksi esimerkiksi työvoimakustannuksiin ja kulutusveroihin liittyvien päätösten kokonaisvaltaisten vaikutusten arvioinnilla sekä matkailutoimialan huomioivalla harkitulla päätöksenteolla.

Yhteiskunnalliset tekijät

Työelämän muutokset, kuten pätkätöiden lisääntyminen ja työurien katkonaisuus vaikuttavat lomakausien rytmien muuttumiseen ja lyhytlomien lisääntymiseen. Arvomaailman muutoksen ja suvaitsevaisuuden seurauksena esteettömyyden huomioiminen fyysisessä, sosiaalisessa ja viestinnällisessä ympäristössä ovat matkailun edistämisen kannalta merkityksellisiä. Sillä tavoin matkailualueiden, -palveluiden ja -markkinoinnin kehittäminen yhä useammille matkailijoille soveltuviksi on mahdollista. Yksilön osallistuminen oman matkan suunnitteluun ja tuottamiseen on osa itse tekemisen kulttuuria (DIY). Yksilöllisten kokemusten etsiminen ei kuitenkaan poissulje yhteisöllisyyden tarvetta. Sosiaalinen, yhteisöllinen ja halpa vieraanvieraisuus kuvaa arvomuutoksiinkin perustuvaa ilmiötä, jossa yhdessä toimimalla mahdollistetaan esimerkiksi vaihtoehtoisten majoitusmuotojen tarjoaminen ja käyttö, kuten soivasurfhaus.

Aktiivisten ja taloudellisesti hyvin toimeentulevien eläkeläisten matkailusta on puhuttu paljon. On kuitenkin epävarmaa, matkailevatko eläkeläiset todella, vai toteuttavatko he itseään muilla keinoin, kuten työskentelemällä eläkeiällä perustetuissa omissa yrityksissä. Perhekäsitöksen muuttuessa majoitus- ja aktiviteettipalveluilta vaaditaan sopeutumista usean sukupolven perhematkailijoihin, sinkkuihin, sateenkaariperheisiin ja niin edelleen. Matkailun roolia voidaan Suomessa pohtia myös hyvinvointivaltion ylläpidon ja kehittämisen näkökulmasta. Henkisen pahoinvoinnin lisääntyessä matkailu voisi olla väline hyvinvoinnin lisäämisessä.

Työelämän muutosten seurauksena yleistyvää etätöä voidaan nähdä keinona tasoittaa matkailun sesonkivaihtelua. Suomi voi vastata matkailukentälle vaikuttaviin sosiaalisiin muutoksiin kehittämällä imagoaan eettisenä, suvaitsevaisena ja turvallisenä matkakohteena.

Teknologiset tekijät

Y-sukupolvi (1980-1994) (ks. Vesterinen P-L 2012) hallitsee uuden tekniikan edeltäviä sukupolvia paremmin. Myös tietotekniikkaa ja sosiaalista mediaa osana arkeaan käyttävä nuori Z-sukupolvi (1995-2009) (ks. Vesterinen P-L 2012) on osa matkailevaa väestöä. Teknologian kehittymisen myötä sähköisten myynti- ja markkinointikanavien käyttö lisääntyy luoden saavutettavuudelle ja asiakaspalvelulle uusia ulottuvuuksia ja mahdollisuuksia. Globaalilla tasolla teknologiset ratkaisut tarjoavat välineitä liikennematkaisuuden monipuolistamiseen, hiilidioksidipäästöjen vähentämiseen sekä uudenlaisten matkailutuotteiden innovatiiviseen kehittämiseen esimerkiksi laajennetun todellisuuden avulla.

Teknologian hyödyntäminen päästöjen kuriin saamisessa näkyy Suomessa esimerkiksi suosituksina kuljetuskaluston uusimisessa. Erilaiset mobiili- ja älysovellukset mahdollistavat matkakokemusten reaaliaikaisen ja laajalle ulottuvan jakamisen, mikä on hyvä huomioida yrityskohtaisesti matkailupalveluiden ja asiakaspalvelun kehittämisessä. Teknologian hyödyntäminen tulee jatkossa olemaan tärkeä osa saavutettavuutta. Sähköisten markkinointi- ja myyntikanavien käyttö kansallisella, alueellisella ja yritysten tasolla parantaa kilpailukykyä oleellisesti. Teknologian kehityksestä huolimatta henkilökohtainen ja kasvokkain tapahtuva asiakaspalvelu lukeutuu edelleen ammattitaitoisen henkilökunnan taitoihin verkko-osaamisen rinnalla.

Ympäristölliset tekijät

Ilmastonmuutos ja luonnonresurssien väheneminen vaikuttavat kuluttajien ympäristötietoisuuden lisääntymiseen. Epävarmaa kuitenkin on, miten kuluttajat ottavat ympäristöasiat huomioon toiminnassaan. Yrittäjien vastuuttaminen esimerkiksi tuotteiden läpinäkyvyyden lisäämiseen helpottaisi kuluttajan valintojen tekemistä. Julkiset lait ja säädökset saattavat myös vaikuttaa kuluttajien toimintaan ja sitä kautta matkapäätöksiin.

Ilmaston lämpeneminen aiheuttaa matkailun kohdealueiden painopisteen muuttumiseen. Suomen lämpötilallisesti miellyttävä ilmasto sekä lumivarmuus ovat tulevaisuudessa vetoimatekijöitä verrattuna esimerkiksi Etelä- ja Keski-Eurooppaan.

Puhtaan luonnonympäristön turvaamiseksi yrittäjiltä edellytetään entistä kattavampien ympäristösuunnitelmien tekemistä. Puhtaan veden, ruuan ja ilman tuotteistamista ei myöskään kannata aliarvioida. Jokamiehen oikeuksien hyödyntäminen kaupallisessa matkailutoiminnassa saattaa herättää Suomessa keskustelua; kenellä on oikeus hyötyä yhteisestä omaisuudesta. Yhteistyö ja avoin keskustelu ovat tässäkin yhteydessä matkailun kestävä kehittäminen edellytyksiä.

Villit kortit

PESTE-analyysissä mainittujen varmoina pidettyjen megatrendien lisäksi tulevaisuuden tarkastelussa on hyvä huomioida myös yllättävät tekijät, joilla voi olla radikaaleja vaikutuksia matkailualaan. Seuraavassa listassa on esitetty esimerkkejä näistä yllättävistä tekijöistä, eli villoista korteista²:

- sotatila
- pandemia
- kansainvälinen boikotti Suomea kohtaan
- vääristely huhu Suomesta, joka leviää sosiaalisessa mediassa
- luonnon tai ihmisen aiheuttama ympäristökatastrofi
- infrastruktuurin pettäminen (energia, tietoliikenne, sähkö, tieliikenne)
- ydinonnettomuus
- lakko
- terrori-isku
- internet-liikennettä vaurioittava kyberisku
- ruokaskandaali
- rahan arvon nopea aleneminen

² Villit kortit ovat yllättäviä ja nopeita tapahtumia, joilla on alhainen todennäköisyys ja joihin on vaikea varautua. Tapahtumien vaikutukset ovat kuitenkin merkittäviä. Villi kortti voi olla myös positiivinen, mutta käytännössä negatiiviset villit kortit ovat niitä, joihin voi ja kannattaa varautua. (Hiltunen 2012.)

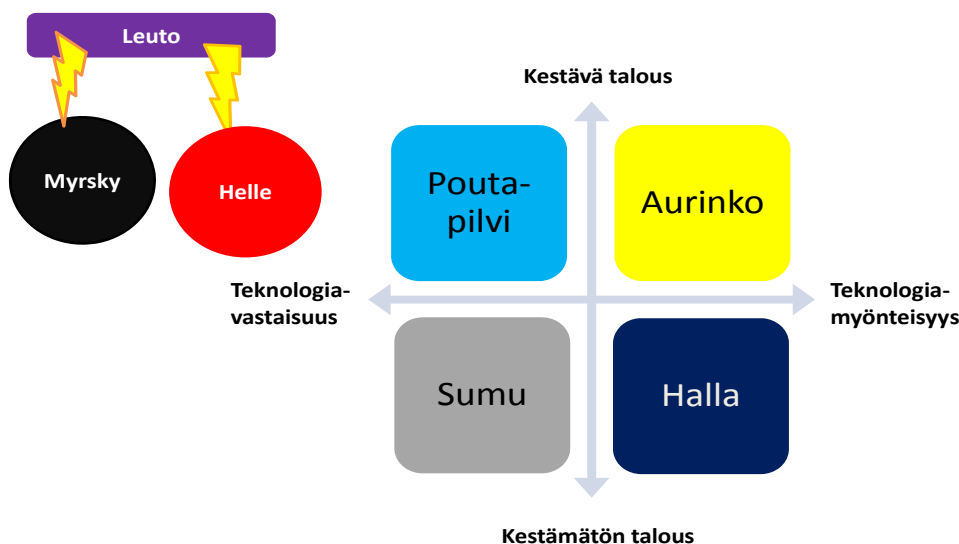
II SUOMEN MATKAILU
VUONNA 2030

6 Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät

Suomen matkailun tulevaisuuden näkymiä kuvataan skenaarioiden³ avulla. *Leuto*-skenaariossa Suomen matkailun tulevaisuutta tarkastellaan maailmassa, joka jatkaa kehitystään samanlaisena kuin vuonna 2013 ja mikäli tehdyt kehittämissuunnitelmat toteutetaan. Muut skenaariot (*Aurinko*, *Halla*, *Poutapilvi* ja *Sumu*) kuvaavat Suomen matkailun tulevaisuutta muiden mahdollisten tulevaisuuksien ja päätösten toteutuessa. Viimeisenä olevat *Myrsky* ja *Helle* ovat odottamattoman tapahtuman sisältäviä villi kortti -skenaarioita.

Jokaisen skenaarion aloittaa lyhyt johdatus maailman yleiseen tilanteeseen vuonna 2030 sekä siihen johtaneisiin muutoksiin. Suomen matkailun todennäköistä toteutumaa kuvataan tarinamuotoon kirjoitetussa osiossa. Tarinoiden kertojan ääni on annettu kussakin maailmassa tyypillisille matkailijoille. tarinat on sijoitettu esimerkinomaisesti Suomen matkailun neljälle suuralueelle: Helsinki ja pääkaupunkiseutu, rannikko ja saaristo, Järvi-Suomi sekä Lappi. Jokaiseen tarinaan on sisällytetty mukaan myös muutamia matkailualaan sisältyviä heikkoja signaaleja. Esimerkkikooste työtä varten kerätyistä heikoista signaaleista on liitteessä 1.

Skenaariot ovat muodostuneet Matkailun kansallisen ennakoitiverkoston jäsenille pidetyn skenaariotyöpajan pohjalta. Neljässä ryhmässä tehtiin yhteensä 16 skenaariota. Ennakointiverkoston Matkailu.org-työtilassa käytyjä keskusteluja hyödyntäen, sekä työpajan aikana syntyneiden skenaarioiden perusteella skenaariotyöskentelyn menetelmänä toimivaan nelikenttäänalyyysiin valittiin kaksi muuttujaa; talous sekä asenne teknologiaa kohtaan. Akseleiden ääripäiksi muodostuivat *kestävä talous* ja *kestämätön talous* sekä asenteisiin liittyvä *teknologiavastaisuus* ja *teknologiamyönteisyys* (kuvio 5).



Kuvio 5. Suomen matkailun skenaariot vuonna 2030.

³ Skenaariot ovat keskeinen tulevaisuudentutkimuksen työkalu hahmottaa tulevaisuuden mahdollisuuksia. Skenaarioissa kuvataan tarkasteltavan asian mahdollisia, loogisia ja keskenään erilaisia vaihtoehtoisia tulevaisuuksia. Koska tulevaisuutta ei voi ennustaa tai määrittää vain yhteen suuntaan, mahdollistavat skenaariot vaihtoehtojen pohtimisen. Skenaariot toimivat myös olemassa olevien linjausten, strategioiden ja toimenpidesuunnitelmien testausalustana: miten tämän hetken päätökset vaikuttavat tulevaisuudessa. (Hiltunen 2012.)

Taloudelliset muutokset sekä suhtautuminen teknologiaan ovat matkailualaan vahvasti liittyviä globaaleja epävarmuuksia. Kestävässä taloudessa edistetään hyvinvointia tulevat sukupolvet huomioiden. Tunnusmerkkejä ovat ilmastonmuutoksen pysähtyminen, sosiaalinen tasa-arvo sekä tasapainoinen ja kriisitön talous. Joustavassa ja kestävässä taloudessa kaikilla on mahdollisuus hyvään elämänlaatuun, itsensä kehittämiseen ja antoisaan elämään ympäristön sallimissa rajoissa. Eriarvoisuus, suuret tuloerot sekä lyhytnäköisyys toiminnassa ovat merkkejä kestävästä taloudesta. Globaalilla tasolla väestön huoltosuhteen vääristyminen asettaa haasteita julkisen talouden kestävyydelle. Työttömyyden lisääntyminen, talouskriisit ja ympäristön laiminlyöminen ovat kestävästä talouden arkea.

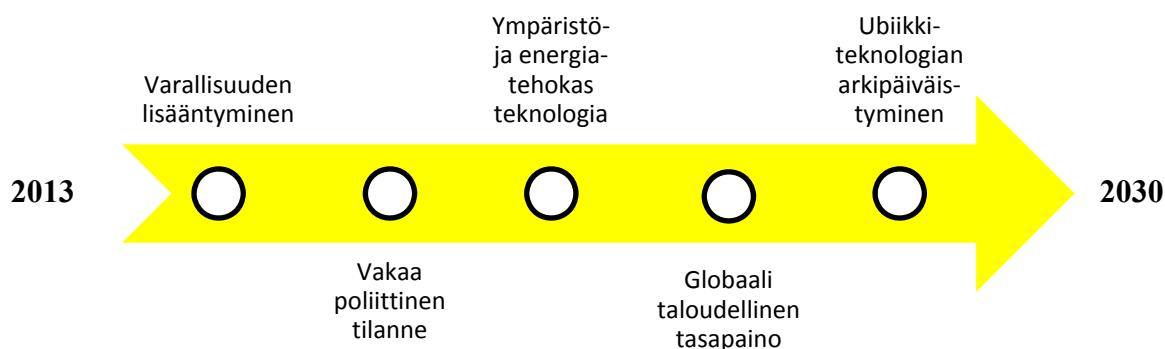
Toinen matkailualan kehittämiseen vaikuttava globaali epävarmuus on ihmisten suhtautuminen teknologian hyödyntämiseen. Yksityisyyden menettäminen, kyberuhkat, monimutkaiset järjestelmät sekä pelko laitteiden tuottaman säteilyn aiheuttamasta mahdollisesta terveysriskistä edistävät teknologiavastaisen asenteen muodostumista. Teknologian mahdolliset haasteet ja uhat koetaan teknologian mahdollisia hyötyjä suuremmiksi. Teknologiamyönteisessä asenneilmapiirissä teknologian hyödyntäminen jokapäiväisessä elämässä on tehty helpoksi ja arkea helpottavaksi. Yksityisyyden menettämiseen, kyberuhkiin ja muihin teknologiaan liittyviin uhkiin on varauduttu ja ratkaisujen toimivuuteen luotetaan. Teknologiset ratkaisut tarjoavat myös suoraa hyötyä kestävästä kehityksen mukaiseen elämäntapaan esimerkiksi ohjalla resurssien kestävästä käyttöön.

AURINKO – uudistuva matkailu

Maailmassa vallitsee avoin ilmapiiri. Globalisaation myötä positiivinen keskinäisriippuvuus sekä idän ja lännen välinen yhteistyö ovat lisääntyneet. Maailman talous on vähitellen parantunut ja lamasta on selvitty. Nettikansalaisaktivistien toiminnan seurauksena läpinäkyvyys on korostunut ehkäisten näin kriisien ja konfliktien syntymisen.

Ympäristötekniikan, erityisesti uusien vähemmän energiaa kuluttavien tuotteiden ja ilmastomuokkauksen avulla on onnistuttu vaikuttamaan ilmastomuutoksen hidastumiseen ja osa ekologeisista ongelmista on onnistuttu ratkaisemaan. Vihreään teknologiaan, kuten uusiutuviin energiamuotoihin ja suolanpoistoteknologiaan tehtyjen tuotekehityspanostusten seurauksena energian ja veden riittävyys globaalisti on turvattu myös tuleville sukupolville. Yksilöitä ja yrityksiä kannustetaan toimimaan ja kuluttamaan vastuullisesti ympäristö ja muut ihmiset huomioiden. Suhtautuminen teknologiaan on mutkatonta teknologian ollessa kiinteä ja huo- maamaton osa minuutta ja elinympäristöä.

Taloudellisen tasapainon seurauksena työllisyystilanne on hyvä ja ihmisillä on mahdollisuus joustavaan työelämään. Työura koostuu useista työpaikoista, projekteista ja itsensä toteuttamisen tavoista. Tämä avaa uusia mahdollisuuksia perinteisten loma-aikojen uudelleen järjestäytymiseen. Työllisyys ja yksilöitä osallistava päätöksenteko luovat hyvinvointia yhteiskunnissa ja globaalilla tasolla. Teknologia on taloudellisen edun tavoittelun sijaan valjastettu tärkeiden arvojen, kuten kestäväyyden ja hyvinvoinnin saavuttamiseen. Vakaan poliittisen ja taloudellisen tilanteen vuoksi vapaa liikkuminen on mahdollista ja matkustaminen helppoa. Kansainvälisellä tasolla matkailijamäärät kasvavat.



”Hei ystäväni! Kirjoitan tätä hotellin tabletilla samalla kun rentoudun kylvyssä. Matkustin Ivanin kanssa Suomeen lomalle. Olemme olleet aikaisemmin Lapissa ja Helsingissä, mutta nyt tulimme länsirannikolle. Myös matkan sijoittuminen syksyyn on meille uudenlainen kokemus. Varasimme matkan TechnoVacation -sovelluksen suosittelemana viime viikolla, kun työkuvioni selvisivät. Lensimme Moskovasta Helsinkiin. Lentoasemalla oli paljon aasialaisia matkailijoita ja yksi heistä mainitsi, että oli ihana olla omaperäisessä Suomessa maailman metropolien kiertämisen jälkeen. Ivanin älykello toimi loistavasti ohjaten meidät suoraan oikealle matkatavaroiden noutopisteelle, junalaiturille ja juna-asemalta hotelliin. Vuokrasimme myös autonomisen sähköauton, sillä se oli halvempi kuin polttoaineella kulkeva auto ja haluamme kierrellä omin päin.

Matkalaukkuni oli jäänyt jostain syystä Moskovon kentälle, paikansimme sen Luggagewithyou-anturin avulla ja laukku toimitettiin minulle onneksi samana iltana. Yövyimme huoneistohotellissa kahden huoneen huoneistossa. Pidän paljon pohjoismaisesta arkkitehtuurista ja designista. Toinen huone on yöpymistä varten ja toinen on hyvän varustelutason työhuone; Ivanhan ei pääse työasioista lomallakaan. Eilen hänellä oli hologrammihuoneen kautta puheenvuoro cleantechin vaikuttavuutta arvioivassa seminaarissa Italiassa.

Täällä on paljon puhdasta luontoa ja metsää, sekä kauniita saaria. Olimme eilen luontoretkellä ja saimme itse valita virtuaalioppaamme. Päädyimme paikalliseen oppaaseen, joka puhui sujuvaa venäjää. Ilman opasta emme olisi osanneet pois metsästä: polkuja ja reittejä oli niin monta. Taukopaikalla oli rakennus, jota opas kutsui kammiksi. Kammissa saimme iki muistaisen elämyksen Suomen vuodenaikojen vaihteluun ja luonnon monimuotoisuuteen liittyen. Koimme tuulen ja lumisateen kasvoillamme, haistoimme savun, näimme revontulet ja kuulimme muuttolintujen ääniä. Sisareni osallistui samalle retkelle Ranskasta käsin. Huomenna menemme Well-tech hyvinvointikeskukseen, jonne olemme lähettäneet jo omat terveystietomme. Hoidot on räätälöity meille tietojen perusteella. Lisäpalveluna voimme myös määrittää oman DNA-profilimme ja löytää uusia geenitietoihin perustuvia sukulaisia.

Suomessa kaikki puhuvat englantia, mutta täällä käytetään myös paljon älysilmläseihin saatavaa simultaanitulkkausta. Retkien varaaminen on helppoa, sillä olemme löytäneet sovelluksen, joka suosittelee juuri meille sopivia aktiviteetteja. Olemme myös tutustuneet lähikaupunkeihin ja tehneet hieman ostoksia. Suomalaiset tuotemerkit vaikuttavat laadukkailta ja älypakkaukset ja -koodit mahdollistavat tuotteiden alkuperän selvittämisen vaivattomasti. Matkalla olemme tutustuneet myös muihin matkailijoihin. Hotellin aulassa tapasimme useista eri kansallisuuksista koostuvan ryhmän, joka oli osallistunut Suomessa järjestettävälle kansainvälisille pohjoismaisen musiikin festivaaleille. Ryhmässä oli kaiken ikäisiä vauvasta vaariin.

Jälleen voimme todeta, että viihdymme Suomessa. Ilma on täällä puhdasta ja palvelut toimivia. Nähdään Olgan syntymäpäivillä ensi viikolla!”

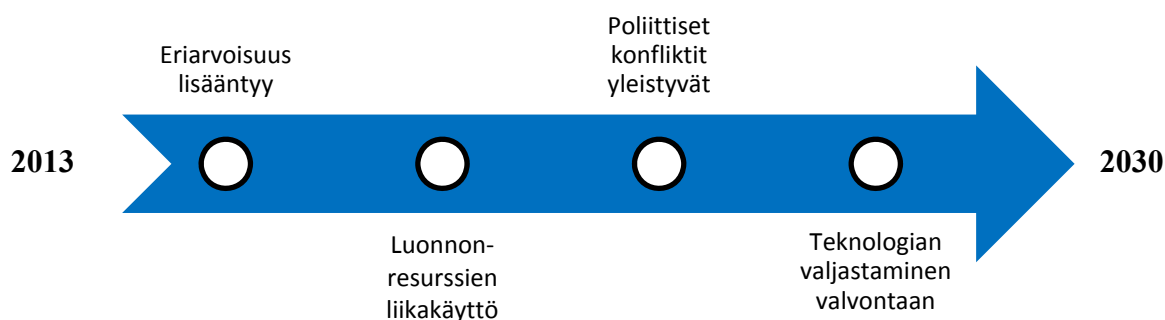
HALLA – eriarvoinen matkailu

Globaali arvomaailma perustuu itsekkään taloudellisen edun tavoitteluun. Ihmisten eriarvoisuus kasvaa: se kenellä on valtaa ja rahaa, kuluttaa. Muut pyrkivät saamaan oman osansa niukoista resursseista säännöstelyn turvaamina. Eriarvoisuuden lisääntymisen seurauksena usko julkisten organisaatioiden mahdollisuuksiin hyvinvoinnin edistäjänä on heikentynyt ja ihmiset luottavat saavuttavansa hyvinvointia helpommin oman, suoran toiminnan avulla.

Uusiutumattomien luonnonvarojen kuluttamiseen, kuten kuluttamiseen yleensäkin, liittyviä rajoituksia ei usein pystytä noudattamaan. Heikko taloudellinen tilanne on osasyynä siihen, että mahdollisuutta luonnonresurssien kestäväälle käytölle ja kulutukselle ei ole. Kiihtyvä kaupungistumiskehitys vaikuttaa myös luonnosta vieraantumiseen. Kuluttamisessa korostuu materiaanin kulutus ja luontoarvoja ei koeta tärkeiksi.

Poliittiset konfliktit alueiden sisällä ja välillä ovat lisääntyneet ja Euroopassa EU:n merkitys on heikentynyt. Vaikka keinot ilmastonmuutoksen hidastamiselle ovat olemassa, ei asiassa ole edistytty, koska yhteinen globaali tahtotila puuttuu. Teknologian monipuolisella kehittämisellä pyritään korvaamaan luottamuksen ja yhteistyön puutetta. Vaikka teknologiaa käytetään valvontaan, korostuvat hallitsemattomuus ja turvattomuus.

Taloudellisen epätasapainon seurauksena työttömyys on lisääntynyt. Palvelut ovat automatisoituja ja ihmiset kokevat osaamisensa tarpeettomaksi ja vaikuttamismahdollisuuksiensa olevan mitättömät. Ihmisten hyvinvointi on enenevässä määrin omissa käsissä, yhteiskunnan vastuu vähenee. Vapaa liikkuvuus on vähentynyt ja viisumivapaudesta ei enää puhuta. Matkailijamäärät pysyvät sekä globaalilla tasolla että Suomessa ennallaan. Kansainvälisessä vertailussa Suomi on kuitenkin edelleen yksi turvallisimpia maita ja talous on suhteellisen kestäväällä pohjalla.



”Hei ystävät ja terveisiä keväisestä Helsingistä sinne Turkkiin. Valitsimme www.travelsafelytoeu.eu-sivuston suositusten perusteella kohteeksi Suomen ja matka-assistenttimme varasi lennot ja hotellin suoraan verkosta toiveidemme mukaan. Suomea markkinoivien verkkosivujen kautta oli kuulemma hankala saada kokonaiskuvaa maan tarjonnasta, sillä tieto oli hajanaista ja eri alueet markkinoivat ainoastaan omia tuotteitaan. Päädyimme lopulta matkustamaan maan eteläosaan, sillä siellä on parhaat ostosmahdollisuudet. Lensimme yksityiskoneellamme Alin ja matka-assistentin kanssa Helsinkiin, josta jatkoimme limusiinikuljetuksella hotellille. Hotelli oli tunnetun kansainvälisen luksusetketjun omistama, joten palvelut olivat meille ennestään tuttuja.

Ensimmäisenä päivänä osallistuimme hotellin tarjoamaan kaupunkiseikkailuun. Olin tyytyväinen, kun kielimuuri ei ollut este, sillä opas oli itsekin turkkilainen. Seuraavana päivänä kokeilimme paikallisen yrittäjän tuottamaa puhelimeen ladattavaa opaspalvelua. Assistentti kävi yrityksessä lataamassa maksullisen sovelluksen. Tämän jälkeen sovellus toimi opaanamme erilaisissa aktiviteeteissa yhden vuorokauden ajan. Aktiviteetit valikoituivat omien kiinnostuksenkohteidemme mukaan. Sovellus kuulemma löysi henkilötietojemme perusteella asiat, joista olemme kiinnostuneita, vaikka emme ole antaneet tietoja minnekään. Vannonin myös assistenttia, ettei hän saa jakaa tietojamme ilman lupaa. Sovelluksen ohjaamina kävimme teknologiamuseossa, huvipuistossa ja shoppailemassa. Sovelluksen avulla löysimme myös loistavan turkkilaisen ravintolan.

Kolmantena päivänä Ali huomasi kaupungissa käytävän jalkapallo-ottelun Suomi-Espanja ja hän meni katsomaan peliä. Matkamuistoksi hän osti – taas! – pelissä käytetyn jalkapallon osaksi kokoelmaansa. Itse kävin sillä aikaa pohjoismaisiin luksushoitoihin erikoistuneessa kauneushoitolassa. Viimeisenä lomapäivänä lähdimme päivän ostosreissulle Tallinnaan. Suomesta pääsee Tallinnaan nopeasti helikopterilla. Helikopteri joutui tosin odottamaan meitä, sillä turvatarkastukset veivät niin kauan aikaa. Palatessamme kaikki ostokset tarkastettiin ja tunnistamisen vahvistamiseksi meidän piti passitarkastuksen lisäksi antaa jälleen sormenjälkinäytteet. Oli todella harmillista, kun assistenttimme ei voinut auttaa tässä, vaan meidän piti itse mennä turvatarkastukseen.

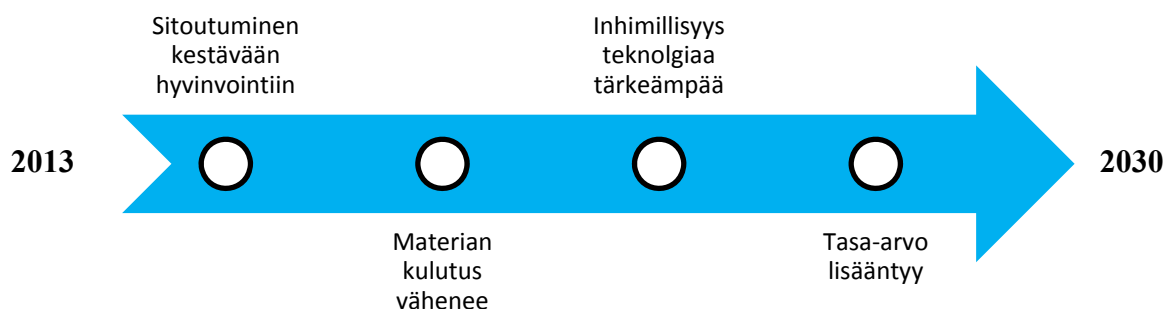
Suomi on turvallinen ja rauhallinen maa tämän hetken maailmassa. Olisimme kuitenkin kaihvanneet hieman monipuolisempaa luksusretkien tarjontaa. Nyt kiinnostavimmat retket, kuten illallinen kansainvälisesti tunnetussa halal-ravintolassa ei järjestynyt edes rahalla vaan se oli saatavilla vain tietyn yrityksen pakettimatkan ostaneille matkailijoille. Edes paikalliset eivät kuulemma pääse sinne.

Olisin myös halunnut shoppailla vielä enemmän, mutta en löytänyt minulle tuttuja tuotemerkejä. Ostin kuitenkin sinulle Ahmed elektromagneettisten laitteiden säteilyltä suojaavan puvun, sillä sitä oli myynnissä täällä toivomassasi ruskean sävyssä. Naisten värikkäästä mallistosta valitsin myös sinulle Magda jotakin pientä. Odotahan kun näet sen!”

POUTAPILVI – nostalginen matkailu

Hyvinvoinnin saavuttaminen kestävyuden periaatteita noudattaen on koettu taloudellisen edun tavoittelua tärkeämmäksi. Valtiot ovat sitoutuneet ilmastopöimuksiin, ja ympäristön huomioiminen on luonteva osa julkista päätöksentekoa. Kestävä talous luo työpaikkoja ja taloudellista hyvinvointia, jonka seurauksena ihmisillä on varaa matkustaa ja tehdä erilaisia valintoja kuluttamisessa. Väestön kasvu on hidastunut ja globaali tasa-arvo ja avoimuus lisäävät turvallisuutta. EU:n talous on tasapainossa ja maailmassa vallitsee yhteinen tahtotila kestävän toiminnan ja turvallisuuden ylläpidon periaatteiden noudattamisessa.

Teknologian onnistuneesta kehittämisestä huolimatta sitä ei haluta hyödyntää. Ihmisten osaamistason ylittävät teknologiset ratkaisut aiheuttavat turhautumista. Laitteiden aiheuttama säteilyä pidetään vakavana turvallisuusriskinä, joten ylimääräisten laitteiden käytöstä luovutaan. Huoli yksityisyyden vähenemisestä aiheuttaa myös liikkeen sosiaalisesta mediasta eroamiseen ja älysovelluksista luopumiseen. Kaupungistuminen, kasvokkain tapahtuvien kontaktien väheneminen ja jatkuva kiire saavat ihmiset kaipaamaan perinteiseen yhteisöllisyyteen perustuvaa elämäntapaa. Maailmanlaajuisesti matkailijamäärät pysyvät ennallaan. Vaikka hyvä taloustilanne mahdollistaa matkailun, matkustavat ihmiset harvemmin ja viipyvät pidempään. Globaali kehitys toteutuu myös Suomessa, jossa matkailijamäärät eivät kasva, mutta viipymät ovat pidempiä.



”Terveisiä Suomesta Pekingiin! Täällä on niin kaunista. Muistatko, kun ihailimme matkasitettä Suomen matkasta? Voin sanoa, että mainoksen perusteella saatu kuva on vastannut todellisuutta! Matkahan oli suhteellisen kallis, mutta hinta kannatti maksaa. Rahassa ei voi mitata kaikkia näitä kokemuksia, joita olemme matkalta saaneet. Lomaa on vielä toinen viikko jäljellä.

Lento Helsinkiin sujui hyvin. Helsingistä jatkoimme matkaa junalla Järvi-Suomeen. Vuokrasimme sähköauton helpottaaksemme liikkumista, sillä asumme kaupungin ulkopuolella järven rannalla sijaitsevassa mökissä. Saisimme lämmittää saunan itse puilla (opas näytti meille mallia), mutta se näytti hieman liian haastavalta itse kokeiltavaksi. Rannalla on vene ja oppaamme on opettanut meidät soutamaan ja kalastamaan. Parina iltana hän on tullut tekemään meille ruokaa, grillannut ja savustanut suomalaista kalaa ja lihaa. Hän on myös näyttänyt minulle, kuinka leivotaan suomalaista ruisleipää. Näin suomalaiset kuulemma viettävät kesän.

Pääasiassa teemme ruuat itse mökillä, mutta eräänä päivänä kävimme syömässä ravintolassa lähikaupungissa. Pyöräilimme ravintolaan, sillä kaikki pyörällä saapuvat palkitaan ilmaisella alkusalaatilla. Lei avasi puhelimme pyörämatkan ajaksi, jotta voisimme käyttää karttapalvelua ja löytäisimme ravintolaan. Emme oikein luota omaan karttanlukutaitoomme erityisesti ulkomailla. Kun kerran lapsena oppii luottamaan karttojen älysovelluksiin, pitäisi aikuisiällä opetella todella ”lukemaan” karttaa. Kesti hetken ennen kuin puhelin oli toimintavalmis, sillä asetusten vaihtaminen toisen maan verkkoon on nykyään niin hankalaa. Kuten viimeksi kerroin, olen Yuanin kuoleman jälkeen ollut yhä enemmän peloissani säteilyn terveysvaikutuksista. Olinkin helpottunut kun Lei sanoi voivansa kantaa puhelinta tällä kerralla. Onneksi matka ei ollut pitkä, sillä en halua, että hänkään sairastuu.

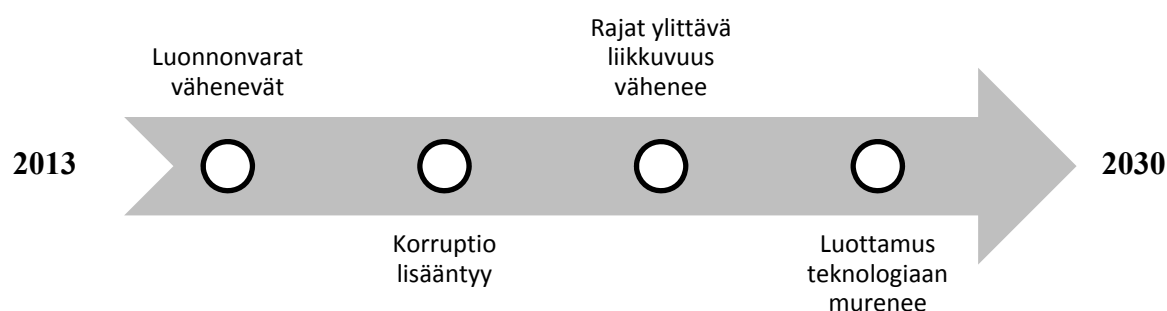
Yhtenä päivänä teimme retken lähikaupungissa sijaitsevalle hyvinvointialueelle. Pelasimme suojalkapalloa, osallistuimme turvekylpyyn, kävimme savusaunassa ja söimme ruokaa, jonka tekemiseen pääsimme osallistumaan. Saimme valita etukäteen halusimmeko ruoaksi lihaa, kalaa vai kasviksia. Päädyimme kasviksiin, jotka nostimme suoraan pellolta ja joista sitten kokin avulla loihdimme aterian. Päivän aikana tutustuimme yhdysvaltalaiseen perheeseen, johon kuului aikuisia kolmesta sukupolvesta ja muutama lapsi. Perhe oli tullut Suomeen luksuslomalle, kuten he itse asian mainitsivat. Minusta meidänkin loma on luksusta, sillä olemme saaneet rentoutua ja olla rauhassa. Kiire tuntuu olevan suomalaisille vieras käsite. Minun on pakko paljastaa, että olemme ostaneet matkamuisoiksi ja tuliaisiksi matkalla tehtyjen ruokien reseptejä, joten voimme sitten yhdessä muistella matkaa vielä jälkikäteen.

Tämä voisi olla sopiva lomakohde teillekin, sillä paikallinen kulttuuri, hyvinvoinnista huolehtiminen, osallistuminen arjen askareisiin sekä luonnon läheisyys ovat täällä voimakkaasti läsnä. Luultavasti näemme, ennen kuin tämä kirje saapuu perille. Voikaa hyvin!”

SUMU – harmaan talouden matkailu

Maailmassa vallitsee turvattomuuden ilmapiiri. Korruptio ja rahan valta lisäävät maiden, alueiden ja yksilöiden välistä eriarvoisuutta. Poliittinen levottomuus lisääntyy, kun valtiot kilpailevat vähenevien luonnonvarojen hyödyntämisestä. EU on enää löyhä liittouma, jossa jokainen jäsenvaltio toimii itsenäisesti. Turvallisuutta ja vakautta pyritään ylläpitämään sekä valtioiden välillä että sisällä erilaisten rajoitusten avulla. Liikkuvuus on vähentynyt rajavalvonnan tiukentumisen myötä. Tiukasta valvonnasta huolimatta laitonta maahanmuuttoa esiintyy yhä ja matkailusta on tullut monimutkaisempaa.

Poliittiset levottomuudet lisäävät negatiivista suhtautumista maahanmuuttajia kohtaan. Talouden heilahtelua ei saada tasapainoon, vaan talouskriisit seuraavat toinen toistaan. Teknologian kehitystä ei ole onnistuttu kanavoimaan kestävyuden parantamiseen, vaan teknologiaa hyödynnetään lähinnä kuluttajien valvontaan ja kulutuksen säännöstelyyn. Tästä syystä teknologia aiheuttaa kuluttajissa epävarmuutta ja pelkoa: henkilökohtaista palvelua arvostetaan, kun taas verkkoa ja teknologiaa käytetään mahdollisimman vähän. Turvattomuuden seurauksena lähipiirin merkitys kasvaa. Kansainvälisten matkailijoiden määrä vähenee maailmassa ja se vaikuttaa myös Suomeen saapuvien kansainvälisten matkailijamäärien vähenemiseen.



”Hei. Valitettavasti en vastannut viestiisi saman tien, mutta olemme lomalla ja verkkoyhteys katkesi muutamaksi päiväksi. (Olisiko johtunut hakeroinnista?) Meillä oli Arjan kanssa muutaman päivän loma ja Lappi oli lähes ainut kohde, jonne matkustaminen tuntui olevan suhteellisen helppoa. Olisimme halunneet mennä ulkomaille, mutta näin lyhyellä varoitusaajalla sinne lähteminen oli mahdotonta. Lensimme Helsingistä lumiseen Pohjois-Suomeen, sillä kilometriveron vuoksi autolla ajaminen olisi tullut todella kalliiksi.

Ensimmäisenä päivänä tapasimme miehen paikallisessa kuppilassa ja hän ehdotti meille poroajelua. Saimme retken edullisesti, joten otimme tarjouksen vastaan. Maksoimme suoraan käteisellä ja sovimme, että mies tulee hakemaan meitä myöhemmin illalla. Porojen valjastaminen oli osa parin tunnin retkeä. Oli mahtava katsella tähtitaivasta, sillä sitä ei Helsingissä näe. Muutenkin oli rauhallista ja hiljaista.

Yhtenä päivänä kävimme tutustumassa lähialueella sijaitsevan kaivoksen toimintaan. Poikani järjesti tämän mahdollisuuden meille. Kaivos oli kansainvälisessä omistuksessa ja eräs paikallinen kertoi myöhemmin sen haittaavan alueen matkailutoimintaa. Kieltämättä kaivoksen ympärillä maisemat eivät olleet kauniita. Ostimme myös itäsuomalaisen koiravaljakkoyrittäjän tarjoaman retken. Hän kertoi tuovansa joka vuosi koirat Lappiin ja järjestävänsä rekiajeluita koko talven. Hänen retkensä olivat muita vastaavia huomattavasti edullisempia. Kuten huomaat, päivämme olivat suhteellisen täysiä, mutta se oli vain hyvä. Hotellimme oli tarkoitettu vain nukkumiseen eikä siellä ollut edes Arjalle tanssimusiikkia.

Osallistuimme vielä ison kansainvälisen yrityksen järjestämälle moottorikelkkasafarille, jossa ohjelmaan kuului pilkkiminen. Safarilla kävi pieni onnettomuus, jonka selvittäminen vei hetken aikaa, sillä oppailla ei ollut juurikaan paikallistuntemusta, eivätkä he ilmeisesti osanneet kertoa apuun hälytetyille, missä tarkalleen olimme. Onneksi ei käynyt pahasti ja apu saapui paikalle. Myöhemmin näimme vastaavan retken olevan myynnissä paikallisen yrittäjän tarjoamana, harmillisesti huomasimme ilmoituksen hotellimme aulassa liian myöhään.

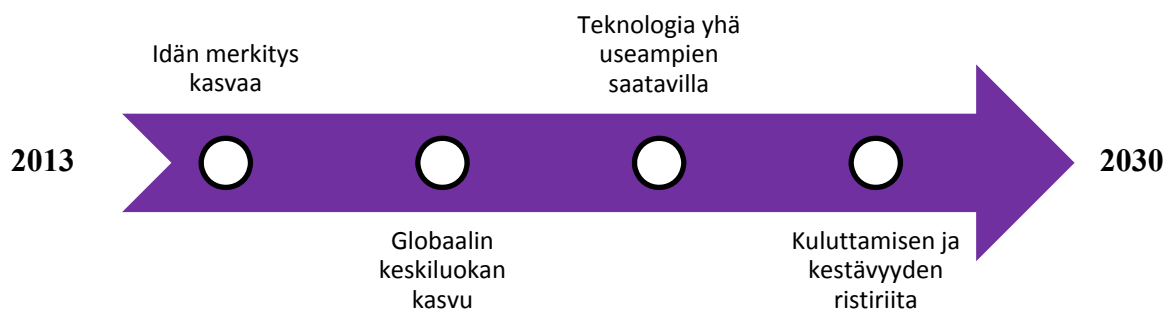
Ainoa tapaamamme ulkomaalainen matkailija oli mies, joka kertoi olevansa Kiinasta Suomeen yksityiskoneella matkustaneen pariskunnan lentokonemekaanikko. Lomallaan he asuvat eräässä pienessä hotellissa, jonka ovat varanneet kokonaan itselleen. Mekaanikko kertoi, että pariskunta oli tavannut toisensa aikoinaan sellaisen sovelluksen avulla, jossa rikkaat etsivät hyvännäköisiä matkakumppaneita ja maksavat heidän matkansa.

Lappi on suhteellisen rauhallinen ja turvallinen paikka. Arja olisi halunnut ostaa paikallisia tuotteita, mutta ne olivat samanlaisia ja yhtä kalliita kuin muuallakin Suomessa.”

LEUTO – yllättämätön matkailu

Maailman taloudellinen painopiste on siirtynyt lännestä itään, Kiinan ollessa johtava talousmahti. Vaikka EU:n talous on elpynyt, on alueen talouden kasvu hidastunut. Kehittyvien talousalueiden (kuten BRICS-maiden) vaurastuminen ja sen myötä uuden keskiluokan muodostuminen edistää hyvinvoinnin jakaantumista maailmanlaajuisesti.

Teknologia koetaan mahdollisuutena. Älysovellukset, mobiilipalvelut, laajennettu todellisuus ja uudet energiaratkaisut, kuten uusiutuvan energiankäytön lisääminen, ovat osa ihmisten arkea. Suhde ympäristöön ja kuluttamiseen on monimutkaistunut. Globaalilla tasolla kulutus kasvaa, mutta samaan aikaan pyritään löytämään keinoja ilmastonmuutoksen hillitsemiseen. Kuluttajat, yrittäjät ja päätöksentekijät joutuvat yhä enemmän huomioimaan omassa toiminnassaan, mikä on heidän vastuunsa kuluttamisen toteuttamisessa ja kulutuksen vaikutuksista tulevaisuuteen. Matkailijamäärät kasvavat niin kansainvälisesti kuin kansallisella tasollakin.



”Hei, onko joku teistä blogini lukijoista käynyt Suomessa? Olisiko teillä vinkkejä, joita ranskalainen perhe tarvitsisi lomalleen talvisessa Lapissa? Mieheni ja lastemme lisäksi matkalle lähtevät mukaan iäkäs äitini sekä veljeni ja hänen poikaystävänsä. Kerritimme matkakassaa muuten on-line matkatilillä, jonne olemme kaikki vuoden ajan pyytäneet esimerkiksi syntymäpäivälahjat rahana. (Todella kiva tapa lomakassan kartuttamiseen.) Varasimme matkan traveltoarctic.arc-sivustolta, jonka mukaan Suomi on rauhallinen, puhdas ja turvallinen matkakohde. Maan eksoottisuus sekä naapureidemme suositukset vahvistivat matkapäätöksen syntymistä. Sähkökelkkasafarit, erilaiset revontulituotteet, tähtitaivas sekä suomalaiseen kulttuuriin liittyvät tuotteet herättivät kiinnostuksen. Mieheni on vaikuttunut yrittäjien tavasta kertoa rehellisesti tuotteiden alkuperästä omilla sivuillaan. Ethicaldestinations.com antoi myös Lapille hyvät pisteet.

Matkailun kansainvälisillä verkkosivustoilla puhutaan paljon Suomen mahdollisesta viisumivapaudesta venäläisille matkailijoille. Erilaisia pilottihankkeita on kuulemma tehty. Onkohan kaikki tuotteet tehty sitten venäläisille? Tarjoavatko suomalaiset samoja tuotteita kaikille matkailijoille? Onkohan siellä meille soveltuvia tuotteita? Haluaisimme tutustua erityisesti suomalaiseen luontoon ja kulttuuriin.

Veljeni ja hänen afrikkalainen poikaystävänsä kuulivat vaihto-opiskeluvuotenaan Espanjassa, että Suomessa ulkomaalaisiin ei aina suhtauduta positiivisesti. Luulevatkohan paikalliset meitä maahanmuuttajiksi? Mieheni puolestaan pohtii maan turvallisuustilannetta. Hän huomasi netistä uutisen, jonka mukaan Suomessa ihmisten henkinen pahoinvointi on kasvanut ja lisännyt väkivaltaisten kannanottojen määrää ja siten yleistä turvattomuutta. Meillä on mieluinen kuva, että Suomi on turvallinen. Pitääkö tämä paikkaansa?

Vaikka tarkoituksemme oli tehdä matkavaraukset itse, emme millään löytäneet äitiäni kiinnostavia luontoretkeä. Myös edullisia koko perheen tuotteita ei tahdo löytyä. Mistä niitä voisi löytää? Onneksi senioreihin erikoistunut matkatoimisto auttoi äitiä. Hän varasi seikkailun lähialueen kansallispuistoon, jossa reitit ja palvelut on suunniteltu ja rakennettu helppokulkuisiksi. Retkelle osallistuu useita ihmisiä ja he kulkevat reitin läpi oppaan johdolla. Äidistä on ihana tutustua uusiin ihmisiin yhteisen tekemisen kautta.

Majoitus järjestyi hyvin kodinvaihto-sivuston kautta. Valitsimme useista vaihtoehtoista kodin, jossa on kaksi erillistä asuntoa. Asunnon lisäksi vuokraamme paikalliselta perheeltä tila-auton käyttöömme. Lennämme Pariisista Helsinkiin ja jatkamme edelleen junalla Lappiin. Lennot olivat täynnä, sillä lentovuoroja on vähennetty. Onneksi junaliput olivat halpoja. Aikaisemmin junalla matkustaminen oli kuulemma kalliimpaa, sillä valtiolla oli monopoliasema rautateillä. Eikö olekin hassua!”

Skenaarioiden eroavaisuudet

Skenaarioiden sisältöjä on mahdollista vertailla alla olevan taulukon avulla.

Taulukko 6. Skenaarioiden erot.

	AURINKO <i>uudistuva matkailu</i>	HALLA <i>eriarvoinen matkailu</i>	POUTAPILVI <i>nostalginen matkailu</i>	SUMU <i>harmaan talouden matkailu</i>	LEUTO <i>yllättämätön matkailu</i>
MAAILMA VUONNA 2030					
Arvot ja ilma- piiri	Avoimuus Yhteenkuuluvuus Pehmeät arvot Läpinäkyvyys	Itsekkyys Taloudellisen oman edun tavoittelu Luontoarvot ei tärkeitä Hallitsemattomuus	Talouden tasainen jakaantumisen Tasa-arvo	Rahan valta, korruptio Eriarvoisuus Kriittisyys maahanmuuttoa kohtaan	Arvomaailmojen jakaantuminen Epävarmuus Vastuun jako epäselvä
Poliittinen tilanne	Turvallisuus Joustavuus ja ketteryys Itä ja länsi yhteistyössä EU vahva	Turvattomuus Poliittiset konfliktit Valvonta teknologian avulla EU:n merkitys heikentynyt	Turvallisuus Globaali tasapaino Yhteinen tahtotila Vakaus EU:n talous tasapainossa	Eriarvoisuus aiheuttaa poliittista levottomuutta Turvattomuus EU nimellinen unioni	Yleistilanne turvallinen Idän merkitys kasvaa EU:n tilanne vakaa, kasvu hidasta Vaurauden globaali jakaantuminen
Ympäristön merkitys	Teknologiaa hyödyntäen ratkaistu ekologisia ongelmia Cleantech	Uusiutumattomien luonnonvarojen käyttö Luonnosta vieraantuminen	Luonnon-resurssien säästäminen Ilmastositomukset Omavaraisuus	Luonnon-resurssien ylikulutus	Vastuu ympäristöstä tiedostetaan Ympäristön ja kuluttamisen ristiriita
Kuluttaminen	Teknologia osa minuutta Ubiikki kuluttaminen	Itsepalvelu teknologian avulla Säännöstelty, mutta hallitsematon kulutus	Perinteet ja nostalgia Palveluiden, ei materian kulutus	Henkilökohtaisen palvelun vaatimus Suojattu, rajoitettu ja säännöstelty kuluttaja Materialismi	Teknologia yhä useampien saatavilla Tietoisuus vastuullisuudesta kasvaa Globaali keski-luokka kasvaa
MATKAILU VUONNA 2030					
Kansainvälinen matkailu	Matkailijamäärät kasvavat Uudet kuluttajaryhmät Viisumivapaus Venäjältä Schengen-alueelle Virtuaalimatkailu Seurataan matkailun aluevaikutuksia Matkailu osa arkea	Matkailijamäärät pysyvät ennallaan Elitismimatkailu Isot monikansalliset yritykset hallitsevat Lähimatkailu kasvaa	Matkailijamäärät pysyvät ennallaan Kaukomatkailu kallista Paikallisuuden hyödyntäminen Vastuullinen matkailu	Matkailijamäärät vähenevät Matkailun säännöstely Suuret kansainväliset toimijat Pimeät matkanjärjestäjämarkkinat	Matkailijamäärät kasvavat Matkailijamäärät BRICS-maista kasvavat Kulttuurisensitiivinen matkailu kasvaa
Suomen kilpailukyky suhteessa kansainväliseen matkailuun	Matkailijamäärät kasvavat Suomi kilpailukykyinen ja tunnettu kohde Teknologian hyödyntäminen veto-voimatekijänä	Suomen matkailu pysyy ennallaan Suomi turvallinen matkailumaa	Matkailijamäärät eivät kasvata, mutta viiptyvät pidempiä Luonto veto-voimatekijänä	Matkailijamäärät vähenevät Suomen saavutettavuus hyvä sujuvan rajavalvonnan ansiosta	Matkailijamäärät kasvavat Puhtaus ja eettisyys suomalaisia veto-voimatekijöitä Suomi kallis maa
Ulkomaiset matkailijat vs. kotimaan-matkailu Suomessa	Kv-matkailu kasvaa Kotimaan matkailu kasvaa Kansainvälisten matkailijoiden	Kansainväliset saapumiset pysyvät samana, tai jopa vähenevät, koti-	Kotimaan matkailu lisääntyy, kansainväliset matkailijamäärät vähenevät	Kotimaan matkailu vähenee hie- man Kansainväliset matkailijamäärät	Kv-matkailu kasvaa jonkin verran Venäjän ja Schengen-alueen

	AURINKO <i>uudistuva matkailu</i>	HALLA <i>eriarvoinen matkailu</i>	POUTAPILVI <i>nostalginen matkailu</i>	SUMU <i>harmaan talouden matkailu</i>	LEUTO <i>yllättämätön matkailu</i>
	osuus matkailijoista hie- man suurempi	maanmatkailu pysyy samana Kotimaan matkailijoiden osuus matkaili- joista suurempi	Kotimaan- matkailu ulkomaisia saapumisia suurempaa	vähenevät reilusti Kotimaan matkai- lu on matkailun perusta Vain yksittäisiä ulkomaisia matkailijoita	viisumivapaus vauhdittaa kasvua vain hieman Kotimaan matkailu kasvaa Kotimaan matkailijoiden osuus suurempi
SUOMEN MATKAILU VUONNA 2030					
Matkailun toiminta- ympäristö	Kattava verkko Puhdas ympäristö Ympäristö- ja ener- giatehokkaan tekno- logian hyödyntämi- nen	Kattava ja toimiva verkko	Hyvinvointi- keskukset Paikallisuutta korostava infra	Turvallinen ilmapiiri suhtees- sa muihin kohtei- siin Matkailua koske- vat säännöt ja rajoitukset (esim. tiemaksut)	Asenne matkailua kohtaan vaihtelee Lainsäädäntö (esim. verotus) ei tue matkailuelin- keinoon kehittä- mistä
Saavutettavuus	Hyvä fyysinen ja verkko- saavutettavuus Energia- ystävällinen ja kattava liikenne- infrastruktuuri maahan ja maassa	Verkossa Suomi hyvin, mutta hajanaisesti esillä Suomeen matkustaminen kallista Valvonnan vuoksi kv-matkailu hankalaa	Hyvät ja ekologiset liikenneyhteydet Suomi heikosti esillä ja saavu- tettavissa ver- kossa	Rajojen ylittäminen hankalaa, mutta Suomeen helpompi matkustaa kuin muualle Verkkoa ei hyödynnetä	Verkko- saavutettavuus hyvä Fyysinen saavu- tettavuus Suo- meen hyvä, mutta Suomen sisällä huono: juna- yhteydet eivät toimi, tieverkon kunto huononee
Lähtömaat ja -alueet	Koko maailma	Pohjoismaat ja Pohjois-Eurooppa Kaukomatkailijat (Aasia ja Afrikka) elitisti- matkailijoita	Kotimaa Lähialueet Yksittäiset kaukomatkailijat	Kotimaa Yksittäiset kansainväliset matkailijat Euroopasta ja Aasiasta	Keski-Eurooppa, Venäjä ja Kiina, nousevina Kaakkois-Aasia, Brasilia
Matkailijoiden erityispiirteet	Liike- ja vapaa-ajan matkojen hämärty- minen Heterogeeni- set pienryhmät Nopeat ostopäätökset Lyhytloimat	Paikallisuus ei kiinnosta Lähimatkailu Perinteiset luk- sus- matkailualueet	Solidaariset hyperrikkaat Downshiftaajat Haluvat osallis- tua paikalliseen arkeen Pitkät viipymät Yhteisöllisyys	Todella rikkaat matkailijat kau- empaa omatoimi- sesti Ryhmät matkan- järjestäjien kautta Kuluttavat paljon suhteessa eriar- voisuuteen	Vastuullisuus- ajattelu lisääntyy Paikalliseen elä- mäntapaan tutus- tuminen kiehtoo Laajennettu perhe matkaseurueena
SUOMEN MATKAILU VUONNA 2030					
Kuluttajatiedon keruu	Avoin data Tiedon jakaminen Nopea, huomaamaton ja automaattinen tiedontuotanto	Hajautunut tiedon keruu kuluttajan- suojusta piittaamatta Kaikki keräävät tahoillaan, omat rekisterit Päällekkäisyys	Face-to-face kuluttaja- tutkimukset Tiedon syste- maattinen keruu ja jakaminen Tutkimukset lähtöalueilla Tieto viiveellä	Tieto maksullista eikä yleistettävissä Tietoa pimitetään Kansainväliset yritykset hyödyntävät omia kontaktejaan	Läpinäkyvä tiedon keruu Keskitetty tiedon keruu, puutteellinen hyödynnettävyys elinkeinossa Teknologian hyödyntäminen
Markkinoinnin ja myynnin painopisteet	Verkko ja mobiili Eettisyys Monialaisuus Uudet teknologiat Suoramyynti kulut- tajille Vuorovaikutus	Verkko Ylikansalliset matkatoimistot Imagomainonta	Verkko alihyödynnetty resurssi Vertais- markkinointi	Isot monikansalli- set yritykset Matkanjärjestäjät ja matkatoimistot Matkailijoita ei tavoiteta teknologialla	Verkko ja mobiili Eettisyys Läpinäkyvyys
Matkailutuotteet	Virtuaalituotteet Fyysisen ja virtuaalisen ympäristön yhdistäminen Kes-	Kv matkan- järjestäjät tuovat omat tuotteensa Paikasta riippu- mattomat tuotteet	Hyvinvointi- tuotteet Paikallisuus Vastuullisuus Mökkimatkailu	Pimeät tuotteet Monikansalliset yritykset hyödyntävät Suomea omiin	Ympäristöä säästävät tuotteet Eettiset tuotteet Virtuaaliset tuotteet

	AURINKO <i>uudistuva matkailu</i>	HALLA <i>eriarvoinen matkailu</i>	POUTAPILVI <i>nostalginen matkailu</i>	SUMU <i>harmaan talouden matkailu</i>	LEUTO <i>yllättämätön matkailu</i>
	tävyys ja ympäristöystävällisyys tuotteissa Tuotetiedot helposti saatavilla	Itsepalvelu mahdollistaa halpojen matkailutuotteiden tarjonnan	Uusi luksus Tee-se-itse - tuotteet Back to nature Niche	tarkoituksiin Pienet paikalliset toimijat Kallis hintataso Ostosmatkailu	Luonnon veto-voimaan perustuvat tuotteet Kulttuurituotteet Räätälöidyt tuotteet, esim. senioriretket
Osaamisen tarve	Matkailija-profilointi Teknologian hyödyntäminen Kansainvälisyys Kulttuurien tuntemus Asiakaspalvelu verkossa ja kasvokkain Toimialat ylittävä yhteistyö	Teknologia-osaaminen Asiakaspalvelun hallinta verkossa ja kasvokkain Johtaminen Turvallisuus-osaaminen Maahanmuuttajataustaisten työntekijöiden tietoa hyödynnetään kulttuurien tuntemuksessa	Laaja-alainen yhteistyö Paikallisuus Hyvinvointi-osaaminen Perinteinen asiakaspalvelu Ympäristötietoisuus tuotekehityksessä	Toimintakentän sääntöjen ja rajoitusten tunteminen Henkilökohtainen asiakaspalvelu	Ympäristöystävällisyys Teknologian hyödyntäminen Idän kulttuurien ja kielten tuntemus Asiakaspalvelu verkossa ja kasvokkain
Tutkimus-, kehitys- ja innovaatio-toiminnan toteutuminen	Cleantech -tuotteet Uusin tutkimustieto käytössä elinkeinossa Teknologian avulla tiedon jakaminen Yhteistyö-hankeet	Tutkimuksessa taloudelliset intressit Tutkimus omaan tarpeeseen, ei avointa jakamista. Jokainen kehittää itse Ulkomainen rahoitus	Tutkimustoiminta lähtee käytännöstä Tiedon jakaminen Paikallisuuden korostaminen innovaatioissa Yhteistyö	Oman toiminnan kehittäminen niillä, joilla rahaa Yritysvetoinen innovointi Julkinen kehittäminen pientä	TKI-toiminta elinkeinolähtöistä Aineettoman omaisuuden suojaaminen kehittyneet Päällekkäinen kehitystoiminta Yksittäisiä ja toisistaan irrallisia toteutuksia

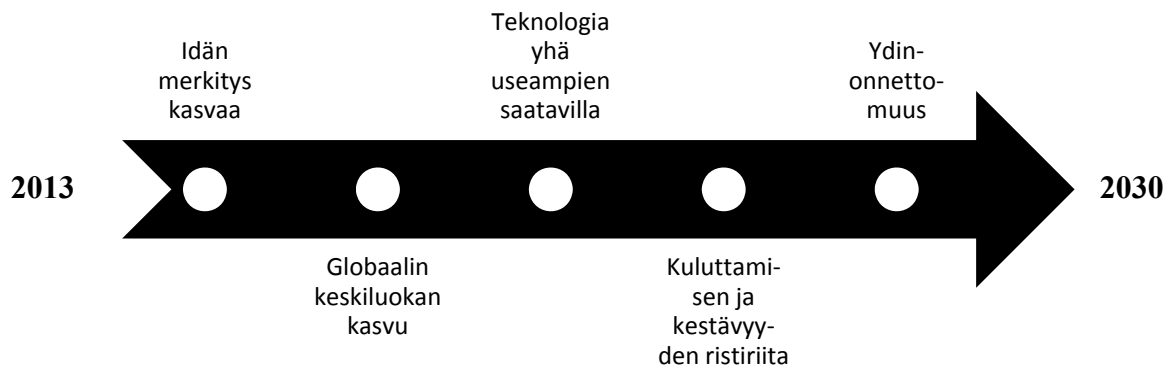
Taulukon pohjalta on tehty myös seuraavat villi kortti -skenaariot *Myrsky* ja *Helle*. Molemissa skenaarioissa yleinen maailmankuva on samanlainen kuin *Leuto*-skenaariossa, mutta *Myrsky*-skenaariossa Suomessa on tapahtunut ydinonnettomuus ja *Helle*-skenaariossa sosiaalisessa mediassa leviää myönteinen huhu, jonka seurauksena Suomen matkailu kasvaa valtavasti. Näiden kahden villi kortti -skenaarioiden avulla kuvataan yllättävän tapahtuman aiheuttamat vaikutukset matkailulle.

MYRSKY – katastrofimatkailu

Maailman taloudellinen painopiste on siirtynyt lännestä itään, Kiinan ollessa johtava talousmahti. Vaikka EU:n talous on elpynyt, on alueen talouden kasvu hidastunut. Kehittyvien talousalueiden (kuten BRICS-maiden) vaurastuminen ja sen myötä uuden keskiluokan muodostuminen edistävät hyvinvoinnin jakaantumista maailmanlaajuisesti.

Teknologia koetaan mahdollisuutena. Älysovellukset, mobiilipalvelut, laajennettu todellisuus ja uudet energiaratkaisut, kuten uusiutuvan energiankäytön lisääminen, ovat osa ihmisten arkea. Suhde ympäristöön ja kuluttamiseen on monimutkaistunut. Globaalilla tasolla kulutus kasvaa, mutta samaan aikaan pyritään löytämään keinoja ilmastonmuutoksen hillitsemiseen. Kuluttajat, yrittäjät ja päätöksentekijät joutuvat yhä enemmän huomioimaan omassa toiminnassaan, mikä on heidän vastuunsa kuluttamisen toteuttamisessa ja kulutuksen vaikutuksista tulevaisuuteen. Matkailijamäärät kasvavat niin kansainvälisesti kuin kansallisella tasolla.

Uusiutuvien energiamuotojen käytön lisääntymisestä huolimatta energiantarve on niin suuri, että ydinenergiasta ei ole voitu luopua kokonaan. Ydinvoiman vastustajien pahin pelko toteutuu, kun Suomi kohtaa maan historian suurimman ydinkatastrofin, joka vastaa laajuudeltaan Fukushima ydinonnettomuutta. Vaikutukset tuntuvat laajasti kaikilla elämänalueilla. Matkailu onnettomuuden vaikutusalueelle loppuu ja onnettomuuden seurauksena matkailu koko maassa supistuu huomattavasti. Ainoastaan katastrofimatkailijat uskaltavat lähelle onnettomuusalueita.



”Hei! Onkohan kukaan teistä blogini lukijoista käynyt Suomessa, joko aiemmin tai nyt ydinonnettomuuden jälkeen? Katastrofimatkailu kiinnostaa minua ja miestäni, vaikka monet tuttavamme ovat kehottaneet meitä vaihtamaan harrastuksemme johonkin turvallisempaan. Kuultuaan. Lapsethan eivät luonnollisestikaan matkusta mukana näillä reissuilla. Suomi valikoitui kohteeksemme travelto-disasters.boom-sivuston kautta. Työkaverini oli myös suunnitellut Suomen matkaa, mutta puolestaan perui sen onnettomuudesta Suomen maine puhtaana ja turvallisena matkakohteena on saanut kolauksen.

Vaati todella paljon järjestelyjä, jotta pääsimme tulemaan tänne. Jo pelkkien lentoyhteyksien ja varsinkin paikallisyhteyksien löytäminen osoittautui ongelmalliseksi. On tämä kuitenkin kaiken vaivan ja rahan arvoista. Kerrytimme matkakassaa on-line matkatilillä, jonne olemme vuoden ajan pyytäneet esimerkiksi syntymäpäivälahjat rahana. Kaikki eivät kuitenkaan olleet kovin ihastuneita rahan käyttö-tarkoituksesta ja äitini jopa kieltäytyi antamasta lahjaa rahana.

Mieheni kävi ennen matkaa vilkaisemassa suomalaisten yritysten nettisivuja, aika vaikuttavaa, miten rehellisesti yrittäjät kertovat tuotteiden alkuperästä. Onnettomuuden jälkeen moni oli lisännyt tarkan tiedon etäisyydestään voimalaan ja mahdollisen säteily määrän kyseisellä etäisyydellä. Me pohdimme etukäteen, mahtaako onnettomuuden lähialueilta enää löytyä mitään matkailupalveluita, mutta kyllä sieltä vielä jotain löytyi, kunhan ei ollut liian kranttu ja oli valmis maksamaan. Esimerkiksi lounaan hintataso vastasi illallisen hintatasoa kotona. Kaikki raaka-aineet kun pitää tuoda alueelle muualta. Mitään paikallisesti kasvatettua ei alueella enää voi käyttää.

Onnettomuusalueella kaikki vaikutti omituisen normaalilta; siellä oli edelleen kaunista maisemaa ja luontoa. Olihan vuokraamastamme talosta toki matkaa itse voimalan alueelle. Turvallisuusjärjestelyt olivat erittäin tiukat, eikä onnettomuusalueen välittömään läheisyyteen (vaara-alueelle) normaalisti päässyt. Ensimmäisenä päivänä osallistuimme retkelle voimalan lähimaastoon. Retki oli todella kallis, mutta sen takiahan sinne oli menty! Virallisia matkoja niin lähelle vaara-alueita järjestettiin vain valvotusti ja vain suoja-alueelle. Se näkyi retken tasossa... Kävimmekin myöhemmin kahdestaan seikkailemassa vielä lähempänä vaara-alueita. Olimme vuokranneet suojavarusteet koko loman ajaksi, mikä vähän ihmetytti vuokraajaa, mutta hän ei sanonut mitään. Tämä oli ainoa keino. Kaikki meni kuitenkin hyvin ja kun pääsimme takaisin hotellille, olo oli huikea! Nyt säteily hieman mietityttää.

Tapasimme alueella joitakin katastrofimatkailijoita. Muita matkailijoita siellä ei ollutkaan, ei edes venäläisiä, joita aikaisemmin on kuulemma ollut runsaasti. Paikan läheisyydessä hääräsi ainoastaan viranomaisia, jotka yrittivät estää katastrofia leviämästä. Lisäksi siellä oli erinäisten järjestöjen edustajia.

Outoa, että onnettomuus on sattunut ihan nurkan takana. Vaikka tämä on kiehtova harrastus, niin oli ihana palata taas kotiin. Tämä saa kyllä kotikonnut tuntumaan lintukodolta. Sain mahtavia kuvia!”

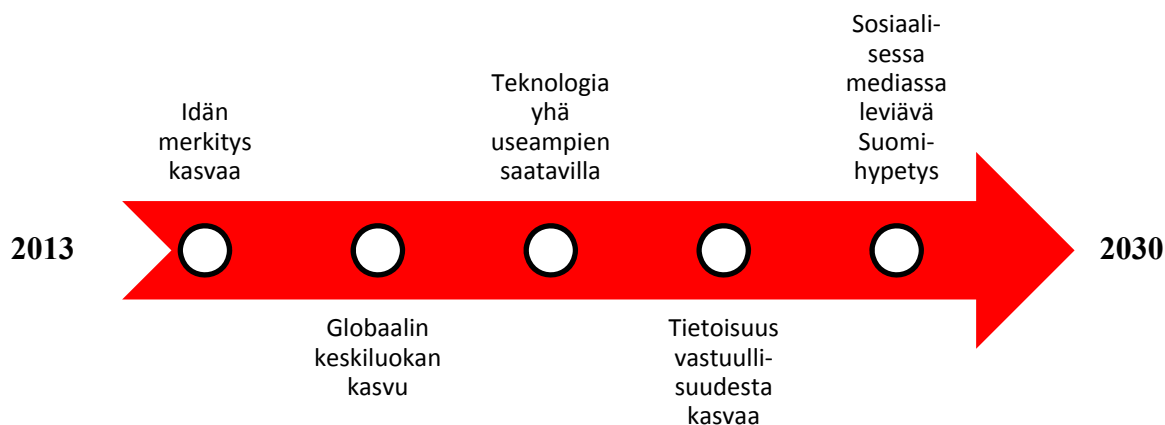
HELLE – megamatkailu

Maailman taloudellinen painopiste on siirtynyt lännestä itään, Kiinan ollessa johtava talousmahti. Vaikka EU:n talous on elpynyt, on alueen talouden kasvu hidastunut. Kehittyvien talousalueiden (kuten BRICS-maiden) vaurastuminen ja sen myötä uuden keskiluokan muodostuminen edistää hyvinvoinnin jakaantumista maailmanlaajuisesti.

Teknologia koetaan mahdollisuutena. Älysovellukset, mobiilipalvelut, laajennettu todellisuus ja uudet energiaratkaisut, kuten uusiutuvan energiankäytön lisääminen, ovat osa ihmisten arkea. Suhde ympäristöön ja kuluttamiseen on monimutkaistunut. Globaalilla tasolla kulutus kasvaa, mutta samaan aikaan pyritään löytämään keinoja ilmastonmuutoksen hillitsemiseen. Kuluttajat, yrittäjät ja päätöksentekijät joutuvat yhä enemmän huomioimaan omassa toiminnassaan, mikä on heidän vastuunsa kuluttamisen toteuttamisessa ja kulutuksen vaikutuksista tulevaisuuteen. Matkailijamäärät kasvavat niin kansainvälisesti kuin kansallisella tasollakin.

Suomi puolestaan elää erityisiä aikoja. Suomen imago turvallisenä ja puhtaana matkakohteena on kasvanut erityisesti ennen näkemätön sosiaalisessa mediassa syntyneen Suomihypetyksen ansiosta. Ilmiön kehittymisen ennakointi on haastavaa.

Suomi nähdään parhaana mahdollisena matkakohteena ja asuinpaikkana. Muuttoliike kasvaa huomattavasti, mikä puolestaan johtaa siihen, että väkiluku nousee ja varsinkin harvaan asutut alueet muuttuvat jälleen elinvoimaisiksi ja alkavat täyttyä. Matkailussa majoituskapasiteetti on poikkeuksetta riittämätön. Tulijoiden määrä haastaa myös muun infrastruktuurin sekä palvelut.



”Hei! Iso osa teistä blogini lukijoista on varmaan käynyt Suomessa, kaikkihan sinne nykyisin matkustavat. Ainakin sain valtavasti vastauksia, kun pari viikkoa takaperin kyselin vinkkejä lomalle talviseen Suomeen, kiitos niistä! Joka puolelta tulvivan Suomi-mainonnan innoittamina päätimme lähteä viikoksi katsomaan tätä ihmeellisen puhtaaksi, kauniiksi ja autenttiseksi ylistettyä maata. Tuhannet twiittaukset ja facebook-päivitykset vahvistivat nopean matkapääätöksen syntymistä. On pakko todeta, että korkealle asetetut odotuksemme eivät kaikilta osin täyttyneet.

Mieheni ja lastemme lisäksi matkalle lähtivät iäkäs äitini sekä veljeni ja hänen poikaystävänsä. Kerrytimme muuten matkakassaa on-line matkatilillä, jonne olemme kaikki vuoden ajan pyytäneet esimerkiksi syntymäpäivälahjat rahana. Varasimme matkat dreamfinland.comista, jonka mukaan Suomi on jokaisen rauhallisuutta ja puhtautta arvostavan unelmien täyttymys. Mieheni kävi ennen matkaa vilkaisemassa suomalaisten yritysten nettisivuja; aika vaikuttavaa, miten rehellisesti yrittäjät kertovat tuotteiden alkuperästä.

Lentokoneessa katselin uteliaana ympärilleni, sillä kone oli viimeistä penkkiä myöten täynnä aasialaisen näköisiä matkustajia. Saavuttuamme Helsingin lentokentälle luulin ensin saapuneeni Moskovaan, kun joka puolella kuului venäjää ja kaikissa valotauluissa vilkkui venäjänkielistä infoa. Tarkemmin katsottuani huomasin infon vaihtelevan venäläisistä kirjaimista vuoroin kiinalaisiin, arabialaisiin ja länsimaisiin, riippuen kuka joka puolella vellovasta väentungoksesta kulloinkin pääsi puhelimensa kanssa valotaulun eteen. Mieheni koetti saada ranskaksi tietoa meitä kiinnostavista tuotteista, mutta ei päässyt lähellekään infotauluja. Sel-laista tungosta näkee harvoin Pariisin lentokentällä. Helsingin kentän tungoksen nähtyäni en enää ihmetellyt, miksi lennot olivat täynnä. Jatkoimmekin matkaa junalla. Hotellia Suomesta oli oikeastaan turha koettaa varata, sillä varaus olisi pitänyt tehdä vähintään puoli vuotta aiemmin. Me olimme varanneet majoituksen kodinvaihto-sivuston kautta. Yksityishenkilöt näyttävät vuokraavan kotejaan paljon.

Olimme etukäteen miettineet meitä kiinnostavaa tekemistä, erityisesti sähkökelkkasafarit, revontulituotteet sekä ”päivä suomalaisena” olisivat kiinnostaneet. Huomasimme kuitenkin, että varaukset olisi pitänyt tehdä etukäteen, missään ei ollut enää tilaa meille kaikille. Äitiäni harmitti, kun kaikki senioreille suunnatut retket olivat aivan täynnä. Hän pääsi parhaimmillaan varasijalle 10, mutta peruutuksia ei tullut. Minä ja poikamme mahduimme onneksi sähkökelkkasafarille. Safari oli kyllä hieno, kelkat olivat lähes äänettämiä ja maisemat upeita. Ikävä kyllä jouduimme pysähtymään lähes jatkuvasti, sillä reiteillä oli niin paljon ruuhkaa. (Ei tuntunut lainkaan erämaalta..)

Veljeni kuuli turisteja pursuavassa kulttuuripubissa, että suomalaiset eivät enää aina suhtaudu matkailijoihin positiivisesti. Turisteja alkaa yksinkertaisesti olla liikaa. Pitääköhän tämä paikkaansa? Meille jäi kuitenkin muista pettymyksistä huolimatta mielikuva, että Suomi on turvallinen myös matkailijoille.”

7 Skenaarioiden merkitys Suomen matkailualalle

Edellä on esitetty seitsemän erilaista skenaariota eli tulevaisuuden kuvaa maailman ja Suomen muutoksista vuoteen 2030 asti, sekä näiden muutosten tuomia uusia tarpeita ja haasteita matkailuun. Yksi näistä skenaarioista, *Leuto*, kuvaa yleisen maailman tilan ja matkailun tulevaisuutta maailmassa, joka kehittyy parissakymmenessä vuodessa nykyisten oletusten ja kehityssuuntien mukaisesti (ns. BAU-skenaario). Muut skenaariot ovat erilaisia maailmoja tapauksissa, joissa ihmisten asenne teknologiaa kohtaan muuttuu tai taloustilanne vaihtelee laidasta toiseen. Lisäksi kahden skenaarion avulla kuvataan mahdollisen odottamattoman tapahtuman vaikutusta matkailuun.

On hyvä huomata, että vaikka nämä seitsemän skenaariota pitävätkin sisällään yhden nykyisiin ennusteisiin perustuvan *Leuto*-skenaarion, ei voida olettaa, että mikään skenaario toteutuisi sellaisenaan tulevaisuudessa. Todennäköisesti tulevaisuus on näiden eri skenaarioiden hybridi tai sisältää jotain aivan muuta yllättävää, sillä kukaan ei pysty ennustamaan tulevaisuutta.

Skenaarioilla on kuitenkin tärkeä merkitys matkailualan tulevaisuuden hahmottamisessa. Ne ovat työkalu, jonka avulla matkailutoimijat voivat suunnistaa kohti epävarmaa tulevaisuutta. Skenaariot

- auttavat pohtimaan erilaisia tulevaisuuden vaihtoehtoja ja varautumaan niihin sekä
- auttavat innovoimaan uudenlaisia tuotteita pohtimalla erilaisia tulevaisuuksia ja niissä esiintyviä uusia kuluttajatarpeita.

Skenaarioiden tarkoituksena on siis ennen kaikkea tuoda uusia ajatuksia tulevaisuuden etenemispoluista. Niiden avulla on mahdollista testata omaa toimintastrategiaansa ja sen kestävyyttä erilaisissa tulevaisuuden tilanteissa. Lisäksi voidaan pohtia etukäteen sitä, miten erilaisiin tulevaisuuden muutoksiin tulisi varautua ja mitkä ennakkomerkit voisivat indikoida sitä, että tulevaisuus kääntyy jonkin skenaarion suuntaan. Elina Hiltunen (2012) on esittänyt kaksi taulukkoa, joista ensimmäisen (taulukko 7) avulla voi testata oman strategian toimivuutta raportissa esitetyissä eri skenaarioissa. Toinen taulukko (taulukko 8) toimii apuna, kun skenaarioiden avulla innovoidaan uusia tuotteita yritykselle.

Taulukko 7. Työkalu strategian testaamiseen eri skenaarioissa.

	Skenaario 1	Skenaario 2	Skenaario 3	Skenaario 4	BAU skenaario
Yritykseni strategian toimivat elementit					
Yritykseni strategian heikot elementit					
Ennakkovaroitus-signaalit siitä, että kehitys on menossa tietyn skenaarion suuntaan					
Jos tulevaisuus menee tätä skenaariota kohden, ensimmäiset toimenpiteet, jota yritykseni valitulle strategialle tulee tehdä					

Taulukko 8. Skenaariot uusien tuotteiden ja palveluiden innovoinnissa.

	Skenaario 1	Skenaario 2	Skenaario 3	Skenaario 4	BAU skenaario
Millaisia uusia kuluttajatarpeita tässä skenaariossa esiintyy?					
Millaisille matkailupalveluille olisi tarvetta tässä skenaariossa?					
Voisiko oma yrityksesi tarjota kyseistä palvelua tai sen jotain elementtejä asiakkaille jo tänä päivänä? Löytyisikö tällaiselle tuotteelle kysyntää?					

LÄHTEET

- Hietasaari, K. 2013a. Henkilökohtainen tiedonanto.
- Hietasaari, K. 2013b. Esitys matkailualan ajankohtaisseminaarissa 11.12.2013. Tampere.
- Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Talentum: Helsinki.
- Lehtonen, J. 2013. Matkailusta tuli Suomen rahasampo – Vientitulot jo 4,2 miljardia euroa.
<http://www.mek.fi/news/matkailusta-tuli-suomen-rahampo/>
- MEK (Matkailun edistämiskeskus) 2013a. Arvio perustuen Tilastokeskuksen ja Suomen pankin tilastoihin.
http://www.experiencebusiness.fi/media/matkailuluvut/oske_infograafi_0913_web.pdf
- MEK: FCB (Matkailun edistämiskeskus: Finland Convention Bureau).
<http://www.mek.fi/tutkimukset-ja-tilastot/kongressitilastot/>
- MEK (Matkailun edistämiskeskus) 2013. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020. Tuotekehityksen painopisteet vuosille 2014-2020.
http://www.tem.fi/files/36878/Teemat_ja_tuotekehityksen_painopisteet_2014-2020.pdf
- OKM (Opetus- ja kulttuuriministeriö) 2012. Koulutus ja tutkimus vuosina 2011–2016. Kehittämissuunnitelma. Opetus- ja kulttuuriministeriön julkaisuja 2012:1.
<http://www.okm.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2012/liitteet/okm01.pdf?lang=fi>
- TEM (Työ- ja elinkeinoministeriö) 2010. Suomen matkailustrategia 2020, 4 hyvää syytä edistää matkailutoimialojen kehitystä.
http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf
- TEM (Työ- ja elinkeinoministeriö) 2013. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020. Vuosien 2010-2012 toteuma.
http://www.tem.fi/files/36637/Suomen_matkailustrategia_toteuma_2010_2012.pdf
- TEM Vesterinen, N. 2013. Henkilökohtainen tiedonanto. Perustietoa Suomeen suuntautuvasta matkailusta ja siihen liittyvästä elinkeinotoiminnasta. Julkaisematon.
- Tilastokeskus. <https://www.tilastokeskus.fi/>
- Tilastokeskus: Majoitustilasto 2013. <http://www.stat.fi/til/matk/tie.html>
- Tilastokeskus: Rajahaastattelututkimus 2013.
[http://mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/56bfae31a4322c7ac2257b7a003ca93d/\\$FILE/2013%20A173%20Raja_2012.pdf](http://mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/56bfae31a4322c7ac2257b7a003ca93d/$FILE/2013%20A173%20Raja_2012.pdf)
- UNWTO (World Tourism Organization). Tourism Highlights 2013.
http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf
- VM (Valtiovarainministeriö) 2013. Eurooppa 2020 –strategia. Valtiovarainministeriön julkaisuja 10a/2013. http://www.tem.fi/files/36995/Eurooppa_2020.pdf
- Vesterinen, N. & Hakkarainen, M. 2013. Matkailualan koulutuksen ja tutkimuksen ohjaus Suomessa. Teoksessa Haanpää, M., Hakkarainen, M. & Kaihua, H. (toim.) Oppiva matkailu Puheenvuoroja matkailualan koulutuksen kehittämisestä. Lapin yliopistokustannus: Rovaniemi.
- Vesterinen, P-L. 2012. Y-sukupolvi. Kohtaamiset oppilaitoksissa ja työelämässä. Esitys 15.11.2012 Matkailun tutkimus- ja koulutusinstituutti. Rovaniemi.
- World Economic Forum 2013. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Blanke, J. & Chiesa, T. (toim.)
http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf

TAUSTAMATERIAALINA KÄYTETTY MUUN MUASSA MYÖS:

- Castells, M. & Himanen, P. 2013. Kestävän kasvun malli. Globaali näkökulma. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 22/2013.
- Forum for the Future 2009. Tourism 2023.
<http://www.forumforthefuture.org/sites/default/files/project/downloads/tourism2023fullreportwebversion.pdf>
- Hietanen, O. 2010. Matkailun ja elämystuotannon tulevaisuus. Loppuraportti matkailun ja elämystuotannon toimialan visiot ja ennakointi-ohjelmasta 2008-2010. OSKE Matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma.
<http://www.experiencebusiness.fi/media/materiaalit/julkaisut/matkailun-ja-el-84mystuotannon-tulevaisuus.pdf>
- Komu, H. & Kivelä-Pelkonen, L. 2012. Lumen ja jään maa.
http://www.tem.fi/files/32251/Lumenjajaanmaa2012_interakt.pdf
- Liikenne- ja viestintäministeriö 2013. Lentoliikennestrategia. Väli­raportti. 17.12.2013.
- Linturi, R., Kuusi, O. & Ahlqvist, T. 2013. Suomen sata uutta mahdollisuutta: Radikaalit teknologiset ratkaisut. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 6/2013
<http://web.eduskunta.fi/dman/Document.phx?documentId=ie27613151734377&cmd=download>
- Matkailu.org. Matkailualan tutkimustiedon verkkopalvelu. <http://www.matkailu.org/>
- Puhakka, R. 2011. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä.
http://www.lamk.fi/tuleva/esittely/Documents/Tuleva_trendit_2030_FINAL.pdf
- Rannisto, A. 2012. Modernin humanistin matkassa – kohderyhmän kvalitatiivinen analyysi. Tutkimusraportti. <http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2013/04/2012-MoHu-kvalitatiivinen.pdf>
- Sitra trendilista 2013. http://www.slideshare.net/SitraFund/sitran-trendilista-20132014?from_search=1
- Suomen turvallisuus- ja puolustuspolitiikka 2012. Valtioneuvoston selonteko. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 5/2012. <http://vnk.fi/julkaisukansio/2012/j05-suomen-turvallisuus-j06-finlands-sakerhet/PDF/fi.pdf>
- TAK (Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy) 2013. Venäläiset vapaa-ajan asukkaina Suomessa 2030. Työ- ja elinkeinoministeriön raportteja 20/2013.
http://www.tem.fi/files/36722/TEMrap_20_2013_web_22052013.pdf
- TEM (Työ- ja elinkeinoministeriö) 2013. Matkailun merkitys Suomen kansantaloudelle.
https://www.tem.fi/yritykset/matkailu/matkailun_merkitys_suomen_kansantaloudelle
- Tuottaja 2020 hankkeen julkaisut. Metropolia-ammattikorkeakoulu.
<http://tuottaja2020.metropolia.fi/index.php?id=5>
- Valtioneuvoston kanslia (2013). Valtioneuvoston tulevaisuusselonteko: kestäväällä kasvulla hyvinvointia. Valtioneuvoston julkaisusarja 18/2013.
<http://vnk.fi/julkaisukansio/2013/j18-vn-tuse-fi-19-sv-20-en/PDF/fi.pdf>

Liite 1 Heikkoja signaaleja

Seuraavassa taulukossa on listattu 21 heikkoa signaalia liittyen matkailuun tai aihealueisiin, joilla voi olla merkitystä matkailulle. Taulukossa esitetyt heikot signaalit ovat esimerkkejä uusista innovaatioista. Yhdistämällä näitä innovaatioita, voidaan löytää tulevaisuuden nousevia, matkailuun mahdollisesti vaikuttavia trendejä. Heikkoja signaaleja voi käyttää myös inspiraationa suunniteltaessa uudenlaisia matkailupalveluja.

Heikko signaali	Maa	Lähde
Ravintola, jossa matkapuhelimen sulkemalla saa 50 % ruuasta alennusta.	Israel	http://apnews.myway.com/article/20131120/DAA6HGCO0.html
Smuggler business puku estää matkapuhelimien signaalit ja niiden haitat ihmisen keholle.	Ranska	http://www.ubergizmo.com/2013/03/smuggler-suit-blocks-electromagnetic-waves-from-mobile-phones/
Optimeyes-systeemi analysoi ulkomainosten katsojat kasvontunnistushjelmalla. Tiedon perusteella mainontaa voidaan paremmin kohdentaa yleisölle.	Englanti	http://www.amscreen.eu/en/optimeyes-real-time-insight-for-digital-media-advertising
Ravintolat, joissa voi maksaa ruuasta haluamansa hinnan.	Monissa maissa	http://abcnews.go.com/blogs/business/2013/03/pay-what-you-want-pricing-trend/ http://www.dailymail.co.uk/news/article-2342230/The-restaurant-chain-lets-YOU-choose-pay-eat-believes-businesses-same.html
Bike butler -palvelu järjestää hotellin asukkaille pyöräilyretkiä lähiympäristön kiinnostaviin kohteisiin.	Kanada	http://www.fairmont.com/pacific-rim-vancouver/press-room/bike-butler-tea-sommelier-fish-valet/
Ilmainen salaatti pyörällä saapuville ravintolan asiakkaille	Brasilia	http://www.trendhunter.com/trends/eco-cafe
23andme.com palvelun avulla voi määrittää oman DNA profiilin ja löytää uusia sukulaisia geenitiedon perusteella.	USA	www.23andme.com
Waterbench on puistonpenkki, joka kerää sateella vettä. Tätä vettä voi käyttää kuivana kautena kasteluun.	Intia, USA	http://waterbench.com
Travelersbox on automaatti, johon matkustajat voivat laittaa matkalta jääneet paikalliset valuutat ja saada vastikkeeksi esimerkiksi Bitcoinseja.	Gibraltar, Turkki	http://www.travelersbox.com
Airport Chatter on mobiilipalvelu lentokenttien palveluiden tietojen jakamiseen.		http://airportchatter.com
Misstravel on some palvelu, joka yhdistää rikkaat ja hyvännäköiset ihmiset matkakumppaneiksi. Rikkaat maksavat hyvännäköisten matkustuksen.		http://www.misstravel.com
Step Jockey -palvelulla voi laskea minkä tahansa rakennuksen portaitten kulkemiseen kulutetun kalorimäärän ja printata lapun tiedoksi tästä paikan päälle.		https://www.stepjockey.com/how-it-works
Naisten matkatoimisto, joka järjestää ryhmämatkoja naisille.		http://www.women-traveling.com
MyTab on on-line matkalahjakortti, jonne voi säästää matkaa varten ja pyytää kavereilta lahjoituksia.		http://mytab.co/how-it-works
Matkabidee Panasonicilta	Japani	http://www.ubergizmo.com/2012/09/panasonic-dl-p200-travel-bidet/
3D printattu Pizza	USA	http://www.ubergizmo.com/2013/10/3d-printed-pizza-shown-off-at-sxsw-eco-and-it-looks-delicious/

Heikko signaali	Maa	Lähde
Harlequin creature tarjoaa kirjoituskone-workshoppeja, joissa kirjoitetaan oikeilla kirjoituskoneilla parhaalle paperilaadulle.	USA	http://www.harlequincreature.org/#!/works-hops/c24hy
Ice cream travelguide on matkaopas jäätelöfaneille. (Kirja sai Kickstarter rahoituksen.)		http://www.icecreamtravelguide.com
Trackdot-laite paikallistaa matkalaukun lähettämällä siitä paikkatietoja matkapuhelimeen.		http://www.trakdot.com/TrakDot/index.jsp
Tatuointidiskriminointia Japanissa. (Esimerkiksi kylpylät eivät ota vastaan tatuoituja asiakkaita.)	Japani	http://www.japantrends.com/omotenashi-ends-with-your-tattoo/
Riang Ria -muslimimatkoimisto		http://www.tourworld.com.my/index.php?option=com_content&task=section&id=89&Itemid=327