



ETELÄ-SAVON MATKAILUN TULEVAISUUSTARKASTELU 2030 -RAPORTTI

Tulevaisuuskuvia vuoteen 2030



Tässä tulevaisuustarkastelussa tarkastellaan 10 vuoden aikajänteellä, miltä Etelä-Savon matkailu näyttää vuonna 2030? Tulevaisuustarkastelun tarkoituksena on ollut rakentaa kolme tulevaisuuskuvaa, jotka kuvaavat Etelä-Savon matkailun ihanteellisinta, vähiten ihanteellisinta, sekä todennäköisintä tulevaisuuden tilaa vuonna 2030. Tulevaisuustarkastelu on ollut osa alueellista matkailustrategian laatimista, ja sen on toteuttanut Esavoennakoi 360° - Etelä-Savon ennakointihanke (ESR).



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

1.	Johdanto	2
1.1.	Matkailu Etelä-Savossa	2
1.2.	Taustana käytettyjä matkailun tulevaisuuden trendejä.....	3
2.	Prosessi.....	6
2.1.	Työtapa	6
2.2.	Menetelmä.....	6
3.	Tärkeäksi koetut asiat	8
3.1.	Ennakkotehtävien pohjalta nousseet teemat	8
3.2.	Muuttujien rajaaminen	9
3.3.	Lopulliset muuttujat.....	12
3.4.	Muuttujien ympärillä käyty keskustelu	12
4.	Tulevaisuustaulukon muuttujat ja arvot.....	14
4.1.	Saavutettavuus	14
4.2.	Matkailun tuotteistaminen – kysyntäpuoli	15
4.3.	Teknologia osana matkailupalveluita	15
4.4.	Matkailun vastuullisuus	16
4.5.	Matkailijan ostovoima.....	16
4.6.	Matkailijan elämys – tarjontapuoli	17
5.	Tulevaisuustaulukko	18
6.	Tulevaisuuskuvat	20
6.1.	Eldorado (ihanteellinen)	20
6.2.	Ryysyranta (vähiten ihanteellinen)	21
6.3.	Saimaa-ilmiö (todennäköinen).....	22
7.	Johtopäätökset	23
7.1.	Todennäköinen vs. ihanteellinen	23
7.2.	Pohjana alueelliselle matkailustrategialle.....	23

1. Johdanto

Matkailun tulevaisuustarkastelun tarkoituksena on ollut tuottaa 3 tulevaisuuskuvaa siitä, miltä Etelä-Savon matkailu näyttää vuonna 2030. Tulevaisuuskuvista ihannetilän tarkoituksena on kuvata sitä tilannetta, missä haluamme olla vuonna 2030; vähiten ihanteellisen tilän tarkoituksena kuvata tilaa, missä emme halua olla vuonna 2030; sekä todennäköisimmän kuvan tarkoituksena kuvata sitä tilaa, missä todennäköisimmin olemme vuonna 2030.

Tulevaisuustarkastelu on osa alueellista matkailustrategian laatimista, ja sen on toteuttanut Esavoennakoi 360° - Etelä-Savon ennakoitihanke (ESR). Tulevaisuustarkastelu on toteutettu sähköisin menetelmin hyödyntäen eDelphi.org -alustaa, sekä Teams – tapaamisia. Tulevaisuustarkastelun laatimiseen on eri prosessin vaiheissa osallistunut 38 henkilöä, joista aktiivisesti mukaan on osallistunut n. 25 henkilöä.

1.1. Matkailu Etelä-Savossa

- Matkailun osuus bkt:sta on Etelä-Savossa 3,6 %, kun koko maan vastaava luku on 2,5 %.
- Vuonna 2019 78 % matkailijoista oli suomalaisia, 22 % ulkomaalaisia.
- Pitkäjänteinen imagomarkkinointi alkaa tuottaa tulosta ja kansainvälisten matkailijoiden määrät mm. Aasiasta, Venäjältä ja Keski-Euroopasta ovat kasvussa.
- Etelä-Savon matkailun ominaispiirre on toiminnan monimuotoisuus. Suurten matkailukeskusten sijaan maakunnassa on paljon esimerkiksi maaseutumatkailu- ja mökkivuokraustoimintaa. Tilastokeskuksen yöpymisvuorokaudet eivät anna täydellistä kuvaa maakunnan matkailun kokonaisuudesta, sillä majoitustilastoihin rekisteröityvät vain suuremmat, yli 20 vuodepaikan yksiköt.

Korona-epidemia on vaikuttanut erilaisten rajoitusten muodossa talouteen maailmanlaajuisesti. Matkailussa epidemian vaikutukset näkyvät mm. yöpymisten vähenemisellä, jotka Tilastokeskuksen¹

¹ Suomen virallinen tilasto (SVT): Majoitustilasto [verkkojulkaisu]. ISSN=1799-6309. Huhtikuu 2020, Liitetaulukko 2.1. Yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä, huhtikuu 2020. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 12.6.2020].

Saantitapa: http://www.stat.fi/til/matk/2020/04/matk_2020_04_2020-05-28_tau_003.fi.html

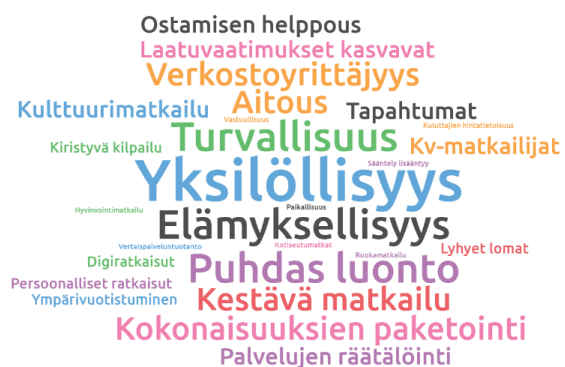
huhtikuun majoitustilastojen mukaan ovat vähentyneet Etelä-Savon alueella 82,5 prosenttia viime vuodesta.

Vuonna 2017 Etelä-Savon maakuntaliiton tuottama trendikysely nosti esiin matkailun kannalta seuraavia trendejä (kuva 1):

Matkailutoimialalla korostuvia trendejä

Lähde: Matkailun toimialakysely / Etelä-Savon maakuntaliitto 2017

Miten uskot matkailun muuttuvan tulevaisuudessa?



Kuva 1: [Matkailutoimialalla korostuvia trendejä](#)

1.2. Taustana käytettyjä matkailun tulevaisuuden trendejä

Matkailutoimiala on suuren murroksen äärellä ja siihen vaikuttavat erilaiset kansainväliset ja kansalliset ilmiöt. Sosiaaliset tekijät, kuten väestön ikääntyminen ja matkajien kuluttajatottumusten muutokset muuttavat matkailupalveluiden luonnetta. Ympäristötietoisuuden lisääntyminen vaikuttaa sekä palveluiden saavutettavuuteen että yritysten viestintään. Teknologian nopea kehitys taas luo matkailulle uusia mahdollisuuksia, mutta myös kilpailua olemassa olevien palveluiden rinnalle. Lisäksi meneillään oleva Korona-pandemian vaikutus on laaja-alainen koko maailmantalouden näkökulmasta.

Työ- ja elinkeinoministeriön Matkailun toimialaraportti² listaa 7 matkailuyrityksiin vaikuttavaa megatrendiä ja trendiä:

1. Ympäristötietoisuus: Ympäristön huomioiminen korostuu tulevaisuudessa ja siitä tulee matkailun perusedellytys.
2. Luonto ja hyvinvointi: Hyvinvointilomat painottavat terveelliseen elämäntapaan ja matkailijan fyysiseen ja henkiseen hyvinvointiin.
3. Nousevat kohderyhmät: mm. Yksinhuoltajaperheet ja yli 65-vuotiaat nousevat kohderyhminä tuoden mukanaan uusia matkatottumuksia.

² [Matkailun toimialaraportti \(2019\). Jänkälä, Susanna. Työ- ja elinkeinoministeriö. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:3. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-390-0>](#)

4. Pienimmät matkakohteet: Pienemät, koskemattomat matkakohteet kasvattavat suosiotaan.
5. Esteetön matkailu on kasvussa maailmalla: Esteettömyyden huomioimisesta voi muodostua matkailussa kilpailuetu.
6. Paikallinen ruoka, juomat ja niihin liittyvät elämykset: Paikallisen ruuan kiinnostus on kasvussa ja se näkyy mm. ruokaelämysten jakona sosiaalisessa mediassa.
7. Markkinointiviestinnän keinot monipuolistuvat koko ajan: Matkaajien tavoittelu Suomeen esimerkiksi elokuva- ja av-tuotantojen kautta tai SOME-vaikuttajien viestinnän kautta ovat tehokkaita tapoja.

Digitalisaation ja automaation kasvu vaikuttaa läheisesti myös matkailualaan. Nordregion³ arvion mukaan jopa 35 % Suomessa olevista työpaikoista ovat niin sanottuja korkean riskin automaation työpaikkoja, joskin Suomen ja Pohjoismaiden luvut ovat kuitenkin hyvät verrattaessa muuhun Eurooppaan. Robotiikan ja tekoälyn kehitys taas tuovat uusia mahdollisuuksia mm. työtehtävien automatisointiin, sekä asiakaskokemuksen laajempaan räätälöintiin.

³ [State of the Nordic Region 2020. The Nordic Labour Markets in 2040. https://pub.norden.org/nord2020-001/#18470](https://pub.norden.org/nord2020-001/#18470)

OECD Tourism Trends and Policies -raportti⁴ listaa 6 tulevaisuuden matkailua ajavaa digitaalista trendiä:

1. Mobiiliteknologia/Pilvipalvelut: Erilaiset pilvipalvelut mahdollistavat yritystoiminnan hallinnoinnin paikasta riippumatta. Erilaiset matkailun mobiilisovellukset ja kansainväliset puhelinliittymät taas mahdollistavat reaaliaikaisemmat matkailupalvelut.
2. Data-analyysit: Mahdollistavat asiakasmieltymysten ja ostotottumusten seurannan.
3. Tekoäly (AI): Tekoäly mahdollistaa entistä personoidumman palvelun tarjoamisen asiakkaalle mm. älyhuoneiden, digitaalisten check-in palveluiden, sekä chattirobottien muodossa.
4. Esineiden internet (IoT): Mahdollistaa kävijäkokemuksen ja resurssien tehokkuuden parantumisen, sekä ympäristövaikutusten alentamisen erilaisten sensoreiden, datan ja automaattisten reaaliaikaisen tiedon kautta.

⁴ [OECD \(2020\), OECD Tourism Trends and Policies 2020, OECD Publishing, Paris, https://doi.org/10.1787/6b47b985-en.](https://doi.org/10.1787/6b47b985-en)

5. Lisätty todellisuus/Virtuaalitodellisuus (AR/VR): Mahdollistaa matkailualalla entistä laajemman pelillistämisen, markkinointimateriaalejen ja ohjeiden digitalisaation, sekä matkailun digitaaliset neuvontapalvelut.
6. Lohkoketjut: Mahdollistavat käyttäjäystävällisten sovellusten muotoilun eri kokoisille matkailutoimijoille.

2. Prosessi

2.1. Työtapa

Tulevaisuustarkastelun laatiminen on toteutettu sähköisellä e-Delphi alustalla, sekä Teams -tapaamisilla. *Sähköisen alustan* tarkoituksena on ollut tuottaa materiaalia erilaisten osallistavien tehtävien avulla, sekä tehdä äänestyksiä valituista muuttujista, arvoista ja tulevaisuuskuvista. Lisäksi sähköisellä alustalla osallistujat ovat jatkuvasti saaneet anonyymisti kommentoida prosessin eri vaiheita ja esittää täydennyksiä.

Teams -tapaamisten tehtävänä taas on ollut käsitellä sähköisellä alustalla syntyneitä tuloksia ja keskustella niiden sisällöstä.

Aikataulullisesti prosessin eri osiot on toteutettu seuraavasti:

1. Ennakkotehtävä	20.4. – 26.4.
2. Ensimmäinen Teams tapaaminen	5.5.
3. Sähköinen alusta Osio 1	7.5. – 13.5.
4. Toinen Teams tapaaminen	15.5.
5. Sähköinen alusta Osio 2	19.5. – 25.5.
6. Kolmas Teams tapaaminen	27.5.

7. Sähköinen alusta Osio 3

29.5. – 5.6.

2.2. Menetelmä

Menetelmänä on sovellettu tulevaisuustaulukkomenetelmää (ks. kuva 2), jossa ensiksi on keskitytty **(1)** tärkeiden muutostekijöiden kartoittamiseen ja valintaan.

Tärkeiden muutostekijöiden valinnan jälkeen niille on pyritty rakentamaan erilaisia **(2)** vaihtoehtoisia tulevaisuuden suuntia vuoteen 2030.

Tärkeät muuttajat ja niiden arvot on koottu **(3)** tulevaisuustaulukoksi, joka kuvaa kaikkien muuttajien osalta erilaisia vaihtoehtoisia tulevaisuuden ilmenemismuotoja vuonna 2030.

Viimeisessä vaiheessa tulevaisuustarkasteluun osallistuvat ovat äänestäneet tulevaisuustaulukosta jokaiselle muuttujalle mielestään **(4)** ihanteellisimman, vähiten ihanteellisen, sekä todennäköisimmän Etelä-Savon matkailun tulevaisuuden ilmenemismuodon vuonna 2030. Tämän raportin lopussa olevat tulevaisuuskuvat on valittu sen mukaan, mitkä arvot ovat saaneet osallistujilta eniten ääniä.

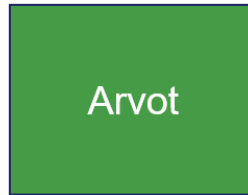
Ensimmäinen tapaaminen



Tärkeitä muutostekijät

1. Taustana ennakkotehtävien materiaali
2. **Ensimmäisen Teams** tapaamisen keskustelu
3. eDelphissä toteutettu muuttujien valinta (I. Osio)

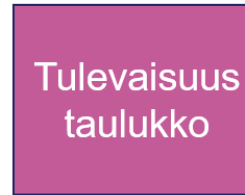
Toinen tapaaminen



Muutostekijöiden suunnat

1. Taustana eDelphissä tehty muuttujien valinta
2. **Toisen Teams** tapaamisen keskustelu
3. eDelphissä toteutettu arvojen valinta (II. Osio)

Kolmas tapaaminen



Yleiskuva mahdollisista tulevaisuuden tiloista

1. Taustana eDelphissä tehty äänestys arvoista
2. **Kolmannen Teams** tapaamisen keskustelu



Etelä-Savon matkailu vuonna 2030

1. eDelphissä toteutettu tulevaisuuskuvioiden äänestys (III. Osio)
 - Ihannetila
 - Vähiten ihanteellinen tila
 - Todennäköisin tila

Kuva 2: Matkailun tulevaisuustarkastelun prosessikuvaus

3. Tärkeäksi koetut asiat

Tässä osiossa on pyritty nostamaan jäsenetysti tulevaisuustarkastelussa käytyä keskustelua prosessin eri vaiheissa. Keskustelua on käyty eDelphi alustan kommenttikentissä, jossa osallistujat ovat saaneet jättää anonymisti kommentteja koko prosessin ajan. Lisäksi Teams -tapaamisissa osallistujat ovat kommentoineet ja täydentäneet sähköisen alustan tuloksia.

Keskusteluissa on huomioitu koronakriisi ja ilmastonmuutos isoina teemoina. Muuttujien muodostamista ei kuitenkaan ole haluttu rajata näiden kahden teeman ympärille, vaan nämä isot vaikuttajat elävät muuttujien taustalla.

3.1. Ennakkotehtävien pohjalta nousseet teemat

Ennakkotehtävissä tulevaisuustarkastelun osallistujilta on kysytty 3 merkittävintä muutostekijää Etelä-Savon matkailun kannalta seuraavan 10 vuoden aikajänteellä. Ennakkotehtävien perusteella muutostekijät (kuva 3) on listattu seitsemän teeman alle, joita on lähdetty jatkotyöstämään Teams -tapaamisessa:

1. Ympäristö ja ekologisuus
 - Ilmastonmuutos
 - Puhdas luonto
 - Ekologisuus
 - Hiilineutraalisuus
 - Vastuullisuus
 - Kestävyys
2. Teknologia ja digitalisaatio
 - Digitaalisuus
 - Teknologia
3. Saavutettavuus ja turvallisuus
 - Saavutettavuus
 - Turvallisuus
4. Matkakohteessa (matkakohteessa tapahtuvat muutokset)
 - Lähimatkailu
 - Kansainvälisyys
 - Paikallisuus
 - Työ ja vapaa-aika
 - Yksilöllisyys
5. Brändi ja viestintä
 - Saimaa brändi
 - Aidot elämykset
 - Yhdessä tekeminen

6. Matkailijan tottumukset (sosiaaliset tekijät)

- Räätelöidyt palvelut
- Palvelunlaatu
- Hyvinvointi

7. Matkailu yhteiskunnassa (yhteiskunnallisten ilmiöiden vaikutus)

- Väestön ikääntyminen
- Kotimaisen omistuksen menetys
- Pienet matkailuyritykset
- Matkailun palautuminen



Kuva 3: Ennakkotehtävien pohjalta tärkeäksi koetut asiat

3.2. Muuttujien rajaaminen

Ensimmäisen Teams -tapaamisen keskustelujen pohjalta muutostekijät on jatkojalostettu 12 muuttujaksi, joista tulevaisuustarkastelun osallistujat ovat saaneet valita 5 mielestään merkittävintä muuttujaa vuonna 2030.

Äänestyksessä esitetyt muuttujat ja niiden äänimäärät on esitetty seuraavassa listauksessa:

1. Matkailijan ostovoima (9 ääntä)

Miten matkailijan taloudelliset valmiudet vaikuttavat matkaan?

- Esim. vapaa-ajan asuminen, laatu

2. Matkailijoiden segmentointi (7 ääntä)

Ketkä ovat tulevaisuudessa matkailun kohdesegmenttejä?

- Esim. ulkomaanmatkajat, lähimatkaajat, ikäihmiset

3. Matkailun autenttisuus (7 ääntä)

Miten kulttuuri ja luonto näyttäytyvät?

- Esim. Kulttuuristen kohteiden aitous, aidot

luontoelämykset, paikallisuus

4. **Matkailun tuotteistaminen (10 ääntä)**

Minkälaisena tuotteena matkajat kokevat matkakohteen?

- Esim. personoidut matkapaketit, massamatkailu, yksilöllistyvät asiakasryhmät

5. **Matkakohteen esteettömyys (4 ääntä)**

Miten esteettömyys huomioidaan matkakohteessa ja erilaisissa digitaalisissa palveluissa?

- Esim. ikäihmisten matkailu, verkkopalveluiden saavutettavuus

6. **Matkakohteen saavutettavuus (8 ääntä)**

Miten matkakohteeseen päästään?

- Esim. lentomatkailu, raideliikenne, bussiyhteydet

7. **Matkakohteen turvallisuus (6 ääntä)**

Onko turvallisuus vetovoimatekijä vai rajoittaako se matkajien liikkumista?

- Esim. rokotepakot virusten varalle

8. **Matkakohteessa syntyvä elämys (18 ääntä)**

Miten matkakohteessa syntyvä elämys näkyy matkajalle?

- Esim. luontoluksuus, aitous, transformatiivinen matkailu, pimeys/valo

9. **Osallisuus ja yhdessä tekeminen (7 ääntä)**

Miten alueen toimijat osallistuvat ja miten asioita tehdään yhdessä?

- Esim. matkailun kehittäminen, kansainväliset verkostot

10. **Teknologia osana matkailupalveluita (14 ääntä)**

Miten erilaiset teknologiset/digitaaliset ratkaisut näkyvät osana matkailupalveluita?

- Esim. AR ja VR, erilaiset sovellusratkaisut, vastakohtana digittömyys

11. **Vastuullinen ja kestävä matkailu (16 ääntä)**

Miten eettiset ja ekologiset tekijät huomioidaan matkailupalveluissa?

- Esim. lähiruoka, vähähiilisyys

12. Viipymän kesto (4 ääntä)

Miten pitkään matkakohteessa vietetään aikaa?

- Esim. slow travel, juna, laiva

3.3. Lopulliset muuttajat

Muuttujien äänestysten ja siitä seuranneen keskustelun pohjalta lopulliset tärkeäksi koetut muuttajat on jaettu kuuden teeman ympärille:

1. Saavutettavuus

Miten matkakohteeseen päästään ja miten matkakohteessa liikutaan?

2. Matkailun tuotteistaminen

Mitä asiakas haluaa tuotteelta/palvelulta?

3. Teknologia osana matkailupalveluita

Miten erilaiset teknologiset/digitaaliset ratkaisut näkyvät koko matkailuprosessin aikana?

4. Matkailun vastuullisuus

Onko vastuullisesti rakennetuilla palveluilla/tuotteilla kysyntää ja mitä Etelä-Savossa on asian suhteen tehty?

5. Matkailijan ostovoima

Miten matkailijan taloudelliset valmiudet vaikuttavat matkaan?

6. Matkailijan elämys

Minkälaista tarjontaa alueella on elämyksen näkökulmasta?

3.4. Muuttujien ympärillä käyty keskustelu

Lopullisesti valittujen muuttujien ympärillä käytiin arvokeskustelua muuttujien mahdollisista tulevaisuuden suunnista, sekä niihin liittyvistä erilaisista teemoista.

Saavutettavuuden osalta keskustelua käytiin Etelä-Savon saavutettavuudesta, saavutettavuudesta Etelä-Savon sisällä, yhteisöllisestä liikkumisesta, sekä digitaalisesta saavutettavuudesta.

Matkailun tuotteistamisen osalta keskustelua käytiin tuotteistamisosaamisesta ja asiakasymmärryksestä, matkailuun kohdentuvasta tuesta ja kilpailun edistämisestä, asiakkaiden segmentoinnista, sekä paketointiin liittyvistä asioista.

Teknologia osana matkailupalveluita teeman osalta keskustelua käytiin digitaalisuuden ja teknologian hyödyntämisestä osana palveluprosessia, matkailupalvelun lisäarvon tuottajana, matkakohteessa olevan palvelun ensisijaisuudesta, sekä uusista teknologisista ja digitaalisista ratkaisuista.

Vastuullisen matkailun osalta keskustelua käytiin kulttuurin roolista, esteettömästä matkailusta ja turvallisuudesta, kestävän

matkailun strategisista valinnoista, paikallisuuden tärkeydestä ja osallistamisesta, vastuullisen matkailun osaamisen kasvattamisesta, sekä yleisesti ekologisuudesta.

Matkailijan ostovoiman osalta keskustelua käytiin luksusmatkailusta, laadun ja hinnan välisestä suhteesta, vapaa-ajan asukkaiden tärkeydestä ja palveluista, sekä yleisistä taloudellista vaikutuksista.

Matkailun elämyksen osalta keskustelua käytiin elämyksen ja aitouden roolista, alueen kilpailueduista ja vahvuuksista, matkailupalveluiden ja seudun tuotteistamisesta, sekä elämyksestä osana matkailuprosessia.

Teams -tapaamisessa käydyn keskustelun pohjalta lopulliset arvot asetettiin seuraavassa kappaleessa (kappale 4) esitettyyn muotoon.

4. Tulevaisuustaulukon muuttujat ja arvot

Tulevaisuustarkastelussa tärkeiksi koettujen asioiden keskuudesta on rakennettu 6 muuttujaa, joille jokaiselle on annettu 4 vaihtoehtoista arvoa. Arvot kuvaavat kunkin muuttujan vaihtoehtoisia tulevaisuuden suuntia vuoteen 2030.

4.1. Saavutettavuus

Saavutettavuus	Arvo A:	Arvo B:	Arvo C:	Arvo D:
Miten matkakohteeseen päästään ja miten matkakohteessa liikutaan?	Etelä-Savo on saavutettava matkakohde & Saavutettavuus on kunnossa myös matkakohteessa/alueellisesti Etelä-Savo on saavutettava matkakohde sekä alueelle pääsyn näkökulmasta että alueen sisäisesti. Saavutettavuutta on parannettu mm. yhteisöllisellä liikkumisella.	Etelä-Savo ei ole saavutettava matkakohde & Saavutettavuus on kuitenkin kunnossa matkakohteessa/alueellisesti Saavutettavuuteen on panostettu alueen sisällä, mutta pääsy Etelä-Savoon ei suju ongelmitta.	Etelä-Savo on saavutettava matkakohde & Saavutettavuus ei kuitenkaan ole kunnossa matkakohteessa/alueellisesti Etelä-Savoon kyllä pääsee, mutta liikkuminen alueen sisällä on vaikeaa ilman omaa kulkuneuvoa.	Etelä-Savo ei ole saavutettava matkakohde & Saavutettavuus ei ole kunnossa matkakohteessa/alueellisesti Etelä-Savo ei ole saavutettava matkakohde alueelle pääsyn eikä alueella liikkumisen näkökulmasta. Matkustaminen tapahtuu pääosion yksityisautoiluna.

4.2. Matkailun tuotteistaminen – kysyntäpuoli

Matkailun tuotteistaminen	Arvo A:	Arvo B:	Arvo C:	Arvo D:
Mitä asiakas haluaa tuotteelta/palvelulta?	<p>Viimeisen päälle räätälöidyt palvelut/tuotteet</p> <p>Palvelut räätälöidään asiakkaan tarpeisiin sopiviksi, jolloin niissä on luksustuotteen elementtejä.</p>	<p>Palvelutarjotin</p> <p>Asiakas valikoi alueelta itselleen kiinnostavat palvelut valmiiksi laaditusta palvelulistauksesta.</p>	<p>Massatuotteet</p> <p>Asiakas haluaa samaa tuotetta/palvelua kuin muutkin asiakkaat.</p>	<p>Omatoiminen matkailu</p> <p>Asiakas ei juurikaan käytä olemassa olevia palveluita, vaan miettii matkan pääasiassa itse.</p>

4.3. Teknologia osana matkailupalveluita

Teknologia osana matkailupalveluita	Arvo A:	Arvo B:	Arvo C:	Arvo D:
Miten erilaiset teknologiset/digitaaliset ratkaisut näkyvät koko matkailuprosessin aikana?	<p>Teknologia ja digitaalisuus näkyvät kaikissa matkailun vaiheissa.</p> <p>Koko matkakokemuksen ajan. Myös mm. hyvinvointiteknologia monipaikkaisuuden näkökulmasta. Myös digitaalinen saavutettavuus kunnossa.</p>	<p>Teknologia ja digitaalisuus näkyvät vain osassa matkailuprossia.</p> <p>Teknologia ja digitaalisuus eivät näy koko matkailuprosessin aikana, vaan vain osassa prosessia.</p>	<p>Teknologiaa ja digitaalisuutta tarkastellaan varauksella, keskitytään digittömään matkailukokemukseen.</p> <p>Teknologiaa ja digitaalisuutta ei juuri ajatella, vaan halutaan luoda aito, digitön matkakokemus.</p>	<p>Teknologia ja digitaalisuus ovat siirtäneet matkailun täysin virtuaalisille alustoille.</p> <p>Fyysinen matkailu alueelle on hyvin vähäistä.</p>

4.4. Matkailun vastuullisuus

Matkailun vastuullisuus	Arvo A:	Arvo B:	Arvo C:	Arvo D:
Onko vastuullisesti rakennetuilla palveluilla/tuotteilla kysyntää ja mitä Etelä-Savossa on asian suhteen tehty?	Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla on kysyntää. Etelä-Savossa on panostettu vastuullisuuteen Säilytetään paikallinen historia ja huomioidaan alueellinen talous. Paikallisyhteisöä osallistetaan matkailutoiminnan kehittämiseen. Matkailutoimijat ovat osa yhteisöä.	Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla on kysyntää. Etelä-Savossa ei ole panostettu vastuullisuuteen Kysyntää vastuullisille palveluille löytyy, mutta alueella ei ole osattu vastata siihen.	Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla ei ole kysyntää. Etelä-Savossa on panostettu vastuullisuuteen Alueella on panostettu vastuullisuuteen, mutta sillä ei ole globaalia kysyntää.	Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla ei ole kysyntää. Etelä-Savossa ei ole panostettu vastuullisuuteen Vastuullisuudella ei ole kysyntään, myöskään alueella ei ole panostettu siihen.

4.5. Matkailijan ostovoima

Matkailijan ostovoima	Arvo A:	Arvo B:	Arvo C:	Arvo D:
Miten matkailijan taloudelliset valmiudet vaikuttavat matkaan?	Ostovoima vähenee globaalisti Ostovoima vähenee globaalisti ja matkailupalvelun tuottajan valinta on panostetaanko luksukseen, matkustajamäärään vain johonkin muuhun.	Ostovoima kasvaa globaalisti Ostovoima kasvaa globaalisti ja matkailupalvelun tuottajan valinta on panostetaanko luksukseen, matkustajamäärään vain johonkin muuhun.	Ostovoima vähenee globaalisti & Kellään ei varaa matkustaa Ostovoima vähenee maailmanlaajuisessa mittakaavassa. Oikeastaan kellään ei ole varaa matkustaa.	Globaali ostovoima pysyy ennallaan Ostovoima pysyy ennallaan suhteessa vuoteen 2020. Asiakkaista käydään kovaa kilpailua.

4.6. Matkailijan elämys – tarjontapuoli

Matkailijan elämys	Arvo A:	Arvo B:	Arvo C:	Arvo D:
Minkälaista tarjontaa alueella on elämyksen näkökulmasta?	Alueella on asiakasymmärrystä ja osataan tuottaa mahdollisuus elämyksiin Asiakkaan toiveet ymmärretään ja niihin osataan myös vastata tuottamalla mahdollisuus elämyksiin.	Alueella on asiakasymmärrystä, mutta ei osata tuottaa mahdollisuutta elämyksiin Asiakkaan toiveet ymmärretään, mutta osaamista elämyksen tuottamiseen ei löydy.	Alueelta ei löydy asiakasymmärrystä, eikä osata tuottaa mahdollisuutta elämyksiin Asiakkaan toiveita ei ymmärretä.	Alueelta ei löydy asiakasymmärrystä, vaan se tulee alueen ulkopuolelta Osaaminen ja palveluiden tuottaminen tulevat alueen ulkopuolelta.

5. Tulevaisuustaulukko

Tulevaisuustaulukossa on kootusti esitetty kaikki muuttujat, sekä muuttujien arvot. Taulukon ensimmäisessä sarakkeessa esitetään aina muuttuja, joka kuvaa Etelä-Savon matkailun kannalta tärkeää muutostekijää vuonna 2030. Taulukon loput sarakkeet (Arvot A – D, sarakkeet 2 – 5) kuvaavat muuttujien vaihtoehtoisia tulevaisuuden kehityskulkuja vuoteen 2030.

	Arvo A	Arvo B	Arvo C	Arvo D
Saavutettavuus Miten matkakohteeseen päästään ja miten matkakohteessa liikutaan?	Etelä-Savo on saavutettava matkakohde & Saavutettavuus on kunnossa myös matkakohteessa/alueellisesti.	Etelä-Savo ei ole saavutettava matkakohde & Saavutettavuus on kuitenkin kunnossa matkakohteessa/alueellisesti	Etelä-Savo on saavutettava matkakohde & Saavutettavuus ei kuitenkaan ole kunnossa matkakohteessa/alueellisesti	Etelä-Savo ei ole saavutettava matkakohde & Saavutettavuus ei ole kunnossa matkakohteessa/alueellisesti
Matkailun tuotteistaminen Mitä asiakas haluaa tuotteelta/palvelulta?	Viimeisen päälle räätälöidyt palvelut/tuotteet	Palvelutarjotin	Massatuotteet	Omatoiminen matkailu
Teknologia osana matkailupalveluita Miten erilaiset teknologiset/digitaaliset ratkaisut näkyvät koko matkailuprosessin aikana?	Teknologia ja digitaalisuus näkyvät kaikissa matkailun vaiheissa.	Teknologia ja digitaalisuus näkyvät vain osassa matkailuprossia.	Teknologiaa ja digitaalisuutta tarkastellaan varauksella, keskitytään digittömään matkailukokemukseen.	Teknologia ja digitaalisuus ovat siirtäneet matkailun täysin virtuaalisille alustoille.

<p>Matkailun vastuullisuus Onko vastuullisesti rakennetuilla palveluilla/tuotteilla kysyntää ja mitä Etelä-Savossa on asian suhteen tehty?</p>	<p>Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla on kysyntää. Etelä-Savossa on panostettu vastuullisuuteen.</p>	<p>Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla on kysyntää. Etelä-Savossa ei ole panostettu vastuullisuuteen.</p>	<p>Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla ei ole kysyntää. Etelä-Savossa on panostettu vastuullisuuteen.</p>	<p>Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla ei ole kysyntää. Etelä-Savossa ei ole panostettu vastuullisuuteen.</p>
<p>Matkailijan ostovoima Miten matkailijan taloudelliset valmiudet vaikuttavat matkaan?</p>	<p>Ostovoima vähenee globaalisti</p>	<p>Ostovoima kasvaa globaalisti</p>	<p>Ostovoima vähenee globaalisti & Kellään ei varaa matkustaa</p>	<p>Globaali ostovoima pysyy ennallaan</p>
<p>Matkailijan elämys Minkälaista tarjontaa alueella on elämyksen näkökulmasta?</p>	<p>Alueella on asiakasymmärrystä ja osataan tuottaa mahdollisuus elämyksiin.</p>	<p>Alueella on asiakasymmärrystä, mutta ei osata tuottaa mahdollisuutta elämyksiin.</p>	<p>Alueelta ei löydy asiakasymmärrystä, eikä osata tuottaa mahdollisuutta elämyksiin.</p>	<p>Alueelta ei löydy asiakasymmärrystä, vaan se tulee alueen ulkopuolelta.</p>

6. Tulevaisuuskuvat

6.1. Eldorado (ihannetila)

Saavutettavuus	Matkailun tuotteistaminen	Teknologia osana matkailupalveluita	Matkailun vastuullisuus	Matkailijan ostovoima	Matkailijan elämys
Etelä-Savo on saavutettava matkakohde & Saavutettavuus on kunnossa myös matkakohteessa/alueellisesti.	Palvelutarjotin	Teknologia ja digitaalisuus näkyvät kaikissa matkailun vaiheissa.	Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla on kysyntää. Etelä-Savossa on panostettu vastuullisuuteen.	Ostovoima kasvaa globaalisti	Alueella on asiakasymmärrystä ja osataan tuottaa mahdollisuus elämyksiin.

Vuonna 2030 Etelä-Savossa osaamme hyödyntää alueen uniikit kilpailuedut, kuten luontoluksus, aitous, neljä vuodenaikaa, pimeys ja valo, historian ja kulttuuri. Näiden elävöittämisestä syntyy asiakkaalle yksilöllinen oppimiskokemus.

Asiakas haluaa matkailupalveluilta yksilöllisiä ratkaisuja, joita hän voi valita valmiista palvelutarjottimesta. Etelä-Savon palveluita käyttävät myös paikalliset ja vapaa-ajan asukkaat.

Matkailua kehitetään yhteisvoimin paikallisten kanssa, huomioiden alueellinen talous, luontoarvot, sekä paikallinen historia. Lähiruoalla ja paikallisilla tuotteilla on kysyntää.

Teknologia ja digitaaliset sovellukset tuovat lisäarvoa koko matkailuprosessin ajan. Nämä näkyvät myös paikallisissa palveluissa, kuten hyvinvointipalveluissa ja liikkumisessa.

Etelä-Savoon ja alueen sisällä liikutaan maalla, vesiteitse ja ilmassa, käyttäen älykkäitä ja yhteisöllisiä ratkaisuja. Palvelutarjonnassa on panostettu esteettömyyteen ja turvallisuuteen.

6.2. Ryysyranta (vähiten ihanteellinen)

Saavutettavuus	Matkailun tuotteistaminen	Teknologia osana matkailupalveluita	Matkailun vastuullisuus	Matkailijan ostovoima	Matkailijan elämys
Etelä-Savo ei ole saavutettava matkakohde & Saavutettavuus ei ole kunnossa matkakohteessa/alueellisesti	Massatuotteet	Teknologia ja digitaalisuus ovat siirtäneet matkailun täysin virtuaalisille alustoille.	Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla ei ole kysyntää. Etelä-Savossa ei ole panostettu vastuullisuuteen.	Ostovoima vähenee globaalisti & Kellään ei varaa matkustaa	Alueelta ei löydy asiakasymmärrystä, eikä osata tuottaa mahdollisuutta elämyksiin.

Maailmanlaajuinen ostovoima vähenee, eikä matkailijoita Etelä-Savossa juurikaan näy. Ilmastonmuutoksella on vaikutusta lentomatkailun, yksityisautoilun, sekä matkailupalveluiden hintojen nousuun. Kysyntää olisi lähinnä edulliselle massatuotteelle.

Matkailu alueelle tapahtuu lähinnä virtuaalimatkailupalveluiden kautta. Myös muutamia satunnaisia omatoimimatkailijoita liikkuu alueella. Kokonaisuutena matkailutulo on kuitenkin vaatimatonta.

Vastuullisia palveluita ei osata tarjota, eikä niillä taloudellisen tilanteen vuoksi olekaan juuri kysyntää. Etelä-Savon uniikit kilpailuedut jäävät huonon saavutettavuuden jalkoihin.

6.3. Saimaa-ilmiö (todennäköinen)

Saavutettavuus	Matkailun tuotteistaminen	Teknologia osana matkailupalveluita	Matkailun vastuullisuus	Matkailijan ostovoima	Matkailijan elämys
Etelä-Savo on saavutettava matkakohde & Saavutettavuus ei kuitenkaan ole kunnossa matkakohteessa/alueellisesti	Palvelutarjotin	Teknologia ja digitaalisuus näkyvät vain osassa matkailuprossia.	Vastuullisilla palveluilla/tuotteilla on kysyntää. Etelä-Savossa on panostettu vastuullisuuteen.	Globaali ostovoima pysyy ennallaan	Alueella on osataan tuottaa mahdollisuus elämyksiin.

Pitkäjänteinen työ Saimaan matkailun ympärillä on tuottanut tulosta, mutta myös kehittämisen paikkoja löytyy. Alue on kohtalaisen saavutettava, mutta sisäinen liikkuminen tapahtuu yhä pääosin yksityisautoiluna, mikä on ristiriidassa ilmastotavoitteiden kanssa.

Toisaalta alueen 'piilotetut helmet' kiinnostavat matkailijoita ympäri maailman, ja niistä on osattu tuottaa kilpailukykyisiä palveluita elämyksien syntyyn. Asiakkaan palvelutarpeet on saatu tuotteistettua

palvelutarjottimeksi, josta kukin voi valita haluamansa. Vastuullisuus näkyy palvelutarjonnassa.

Teknologiaa ja digitaalisia sovelluksia hyödynnetään laaja-alaisesti, mutta ei vielä kaikessa kapasiteetissa. Teknologia ja digitaaliset sovellukset eivät välttämättä näy paikallisissa palveluissa, liikkumisessa tai koko matkailuprosessissa.

7. Johtopäätökset

7.1. Todennäköinen vs. ihanteellinen

Verrattaessa matkailun tulevaisuustarkastelussa syntyneitä ihanteellisinta (Eldorado) ja todennäköisintä (Saimaa-ilmiö) tulevaisuuden tilaa, näkyvät eroavaisuudet saavutettavuuden, teknologian hyödyntämisen, sekä matkailijan ostovoiman osalta. Näistä tekijöistä matkailun ostovoima on ulkoinen tekijä, johon sinänsä ei voi suoraan vaikuttaa. Sen sijaan ostovoiman muutoksiin voidaan kuitenkin varautua.

Saavutettavuuden osalta kehittämistarvetta on alueen sisäisessä liikkumisessa. Erityisesti yksityisautoiluun kohdistuva riippuvuus heikentää alueen sisäistä saavutettavuutta ilmastotavoitteiden vuoksi. Ratkaisuina tähän voisivat olla mm. yhteisölliset liikkumismuodot ja uudet teknologiset liikkumISRatkaisut.

Uusia teknologisia ratkaisuja tulisi ottaa käyttöön rohkeasti ja kehittää palvelutarjoajien teknologiaosaamista.

Teknologia ja erilaiset digitaaliset sovellukset täytyisi muuntaa koko matkailuprosessia kattaviksi, aina matkan valinnasta asiakaspalautteeseen. Ratkaisujen pitäisi kattaa myös alueen sisällä

olevat välilliset palvelut, joita matkailijat, paikalliset ja vapaa-ajan asukkaat voivat yhdessä hyödyntää.

7.2. Pohjana alueelliselle matkailustrategialle

Tässä tulevaisuuskatsauksessa luodut tulevaisuuskuvat on tehty alueellisen matkailustrategian laatimisen pohjaksi. Tulevaisuuskuvat kertovat 10 vuoden aikajänteellä siitä, miltä tulevaisuustarkasteluun osallistujien näkökulmasta alueen ihanteellisin, vähiten ihanteellisin, sekä todennäköisin tulevaisuus näyttää vuonna 2030.

Tulevaisuuskuvat harvoin toteutuvat sellaisinaan, jonka vuoksi tässäkin tarkastelussa on syytä vertailla erilaisia vaihtoehtoja keskenään. Luotu tulevaisuustaulukko mahdollistaakin omien tulevaisuuskuviensa luomisen, sekä valittujen muuttujien ja niihin liittyvien asiakokonaisuuksien hyödyntämisen jatkotyöstössä.

Vaikkakin ihanteellisin tila kuvaa jotain mitä haluamme saavuttaa ja vähiten ihanteellisin jotain mitä haluamme välttää, tarkoituksena ei kuitenkaan vielä ole osoittaa strategista suuntaa. Tulevaisuuskuvista korostuvat tärkeät teemat toimivat kuitenkin hyvänä pohjana alueellisen matkailustrategian luomisessa.