

This is a self-archived version of the original publication.

The self-archived version is a publisher's pdf of the original publication.

To cite this, use the original publication:

Saari, S. 2020. Matkailuala elää kohtalon hetkiä – miten Suomessa eteenpäin? Talk-verkkolehti, Yrittäjyys / Entrepreneurship 11.12.2020.

Link to the original publication: [URL](#)

All material supplied via Turku UAS self-archived publications collection in Theseus repository is protected by copyright laws. Use of all or part of any of the repository collections is permitted only for personal non-commercial, research or educational purposes in digital and print form. You must obtain permission for any other use.

Matkailuala elää kohtalon hetkiä – Miten Suomessa eteenpäin?

11.12.2020

Kirjoittajat

Susanna Saari lehtori, Turun ammattikorkeakoulu

Marraskuinen pimeys on vallannut maan ja mielen. Onko tästä ulospääsyä pitkään aikaan? Siis ihan oikeasti siihen normaaliin elämään, jolloin sai liikkua vapaasti ihmisten ilmoilla, kokoontua porukalla pikkujouluihin ja haaveilla lomamatkoista? Jos näin ajattelee kuluttaja, mitähän mahtaa liikkua matkailualan ammattilaisten mielessä?

Vuosi 2020 oli monessa mielessä toivoa täynnä. Vielä uutena vuotena toivoteltiin iloista 20-lukua ja esimerkiksi Turussa oli hotellien varauskirjoissa ennakkovarauksia ennätysmäärä. Sitten iski Covid-19. Matkailuala syöksyi kasvukäyriltä nollamatkustukseen muutamassa viikossa.

Nyt, puoli vuotta myöhemmin, on jo valoa tunnelin päässä. Rokotteestakin puhutaan, mutta vielä siihen on aikaa. On hyvä pohtia, mitä tästä on jäänyt toistaiseksi käteen ja miten tästä eteenpäin.

Nopean muutoksen ensimmäinen näkyvä asia liittyy terveysturvallisuuteen. Tällä tarkoitetaan muun muassa testaus- ja karanteenikäytänteitä, joita matkustajille asetetaan Suomeen saavuttaessa. Tuntuu kuitenkin, että hallituksella on ollut vaikeuksia määritellä näitä riittävän selvästi ja varsinkin niin, että niiden varaan voisi rakentaa, niin nopeasti ovat säännöt koronan aikana muuttuneet.

Matkailuyrityksille tämä tarkoittaa sitä, ettei tulevista raja-arvoista ole mitään varmuutta, ja isoja peruutuksia on jo saatu esimerkiksi joulusesonkiin. Pientä lohtua ehkä tuo tieto, että monesta meille keskeisestä kohdemaasta, kuten Englannista, Venäjältä ja Keski-Euroopasta ei matkailijoita nyt olisi tulossakaan – he kun monessa paikassa ovat uudestaan totaalisessa liikkumiskiellossa.



Varsinkin Lapin matkailu elää nyt kohtalon hetkiä, eikä muuallakaan Suomessa tuleva talvisesonki näytä lupaavalta. Hieman iloa toi tieto, että kesäsesonki sai kotimaan matkailijat liikenteeseen, ja normaali, noin yhden miljardin euron kotimaan matkailutulo, nousi lähes kolminkertaiseksi ja oli noin 2,7 miljoonaa euroa (TAK Research, 2020). Tämä ei silti riitä pelastamaan monia ympärivuotisia toimijoita, joiden kassat ovat ehtymässä.

Matkailuala on aina kehunut olevansa muutosjoustava, ja tämä tuli nyt todistettua.

Suomessa jo valmiiksi hyvä puhtaus- ja hygieniataso on noussut huomattavasti, turvavälien pitäminenkin on onnistunut esimerkiksi ravintoloissa, joissa asiakaspaikkoja on vähennetty ja jonotukseen on mietitty uusia käytänteitä.

Monen iloksi myös meille tyypillinen itsepalvelu on useasti korvattu pöytiintarjoilulla tai aamiaisbuffet huoneeseen toimitetulla aamiaisella. Turun ammattikorkeakoulussa valmistumassa olevan opinnäytteen mukaan alueemme yritykset myös näyttivät panostavan kriisiviestintään ja pitivät asiakkaansa ajan tasalla uusista käytänteistä toimintoihinsa ja palveluihinsa liittyen varsin hyvin.

Kun pahimmasta shokista päästiin, alkoi innovointi. Näimme hyvin nopeasti erilaisten take-away -palvelujen yleistymisen, kun lounaita kuljetettiin koteihinsa linnoittautuneille etätyöläisille. Ruokakaupat ja ravintolat löysivät myös nopeasti toisensa, ja nyt hyllyt pursuilevat ravintolatasoisia ruoka-annoksia kotiin ja jatkossa sinne töihinkin vietäväksi.

Innovaatiot ovat kohdistuneet myös uusien asiakassegmenttien määrittelyyn, liiketoimintakonseptien luomiseen ja vaihtoehtoisten tulovirtojen etsimiseen. Tämä kaikki tulee jatkossa hyödyttämään matkustajia ja kuluttajia yleisimminkin.

Nostan Suomen matkailun näkökulmasta esille kaksi keskeistä asiaa, joita ilman emme tule jatkossa pärjäämään. Ensimmäinen on digitaalisuus, jossa on nyt tehty loikka.

Tämä ei vielä kuitenkaan riitä, sillä Suomi on edelleen täynnä pieniä ja suurempiakin matkailuyrityksiä, joiden tuotteita ja palveluita ei pysty ostamaan verkon kautta.

Matkailijat myös odottavat yhä enemmän persoonallisia ja räätälöityjä ratkaisuja omiin tarpeisiinsa. Tekoäly (AI, artificial intelligence) ja virtuaalitodellisuus (VR, virtual reality) voivat olla apuna tässä. Esimerkiksi usein toistuviin kysymyksiin tai pikaisiin tietotarpeisiin vastaava botti, joka myös osaa tekoälynsä luottaen ehdottaa ostettavaa tai vaikkapa tehdä tarvittavan pöytävarauksen hotellin ravintolaan, on toivottavasti pian todellisuutta monella toimijalla.

Asioiden internet (IoT, Internet of Things), älykkäät kaupungit ja matkaketjut, biometrinen tunnistautuminen ja 5G ovat myös listallani. Kaikkia näitä tarvitaan jatkossa.

Nyt talven pimeydessä pitää markkinoinnissa panostaa matkailijan haaveiluvaiheeseen ja varmistaa, että ostovaiheessa digitaalinen ostokanava toimii nopeasti ja helposti.

Toinen ”must” on vastuullinen matkailu. Covid-19 toimi tässäkin katalysaattorina. Matkailusektorilla odotetaan esimerkiksi kotimaan- ja lähimatkailun lisääntyvän; niin sanottu ”staycation” eli lähiloma vaikkapa omassa kotikaupungissa toimii riittävänä irtiottona arjesta.

Myös liikkuminen tulee muuttumaan. Lentoliikenne on ollut suurissa vaikeuksissa, eikä sen odoteta toipuvan vielä vuosiin. Sillä aikaa, kun odotamme lentoteknologian kehittymistä ja sähköisiä lentokoneita, on raideliikenteellä alkamassa renessanssi. Omasta nuoruudestani tuttu ”Interrail” tekee kovaa paluuta ilman ikärajoja ja Euroopan yöjunaverkostoa ollaan palauttamassa. (Ikkunapaikkalehti, 2020). Näköpiirissä on myös ryhmämatkailun lisääntyminen esimerkiksi bussilla liikkuen.

Suomi on jo nyt tiedostavan ja vastuullisesta matkailusta kiinnostuneen matkailijan kohdelistalla. Meillä on kaikkea, mitä post-korona matkailija kaipaa: puhdasta luontoa ja ilmaa, tilaa liikkua, tasalaatuisia matkailupalveluita ja lähellä tuotettua ruokaa.

On hienoa, että [Visit Finland](#) lanseerasi **”Sustainable Travel Finland” -kehittämisohjelmansa** jo ennen korona-aikaa. Yrityksillä on nyt ollut mahdollisuus kehittyä oikeaan suuntaan ohjatusti.

Ensimmäinen vastuullinen matkailukohde Suomessa on Posio, jossa yli 51 prosenttia kansainvälisiä matkailijoita palvelevista matkailuyrittäjistä on kesäkuussa 2020 saanut STF -merkin.

Turun alueellakin ollaan hyvässä vauhdissa [Visit Turun](#) ja [Turku Business Regionin](#) yhdessä vetämänä. Ensimmäiset SFT-merkit saaneet yritykset alueellamme ovat melonta-aktiviteettejä tarjoava [Aavameri](#) ja monelle tuttu [Herrankukkar](#) Rymättylässä. He myös toivat kotiin kaksoisvoiton Itämeren alueella järjestetyssä [Sustainable Tourism Awards](#) -kilpailussa, matkailuyritysten sarjassa (TEM, 2020).

Joulu ja joulupukin vierailu ovat lähestymässä. Nyt onkin hyvä hetki unohtaa tavaratilaus Kiinasta ja sen sijaan muistaa lähipiiriä kotimaisilla elämyksillä ja tuotteilla. Voit ostaa monia matkailu-, ravintola-, elämys- ja hyvinvointipalveluja lahjakorttina kätevästi kotisohvaltasi käsin. Pakettiin voi sujauttaa myös oman alueen lähiruokaa tai muuta mieltä ilahduttavaa.

Näin pidämme omat pyörämme pyörimässä kestävästi ja paikallista hyvinvointia tukien.

Saaristokuva: Visit Turku, Kim Allen Merish

Joulupukkikuva: Visit Turku, Arvo Malmi