

ASIAKKAAN TURVALLISUUDENTUNTEEN ENNAKOINTI

Heikkojen signaalien tulkinta tulevaisuuspyörän avulla

Arhipoff Janina
Strand Laura

Opinnäytetyö

Restonomikoulutus
Restonomi (AMK)

2022

Restonomikoulutus
Restonomi (AMK)

Tekijät	Janina Arhipoff, Laura Strand	Vuosi 2022
Ohjaaja	Mervi Angeria	
Toimeksiantaja	Lapin Ammattikorkeakoulu	
Työn nimi	Asiakkaan turvallisuudentunteen ennakointi – Heikkojen signaalien tulkinta tulevaisuuspyörän avulla	
Sivu- ja liitesivumäärä	36	

Opinnäytetyön aiheena oli asiakkaan turvallisuudentunteen ennakointi. Toimeksiantajana oli Lapin ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyön tehtävänä oli kuvata turvallisuudentunteen merkitystä asiakaskäyttäytymiseen ja kuinka heikot signaalit voivat siihen vaikuttaa. Tavoitteena oli esittää ennakointia helpottava työkalu, tulevaisuuspyörä, joiden teemoiksi valikoituivat kuusi eri ilmiötä tai asiaa, jotka voivat olla tulevaisuudessa merkityksellisiä matkailualalla.

Opinnäytetyön tietoperustana ja aineistona käytettiin suomen- ja englanninkielistä kirjallisuutta asiakaskäyttäytymisestä, historiasta, ennakoinnista ja turvallisuudesta sekä on myös hyödynnetty ajankohtaisia uutisia, Suomen virallisten tahojen sivustoja ja erilaisia tutkielmia niin suomeksi kuin englanniksi. Opinnäytetyö oli luonteeltaan kehittävä ja toteutukseen käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, tapaustutkimusta sekä ennakointimenetelmää. Aineiston keräämiseen hyödynnettiin olemassa olevia tutkimuksia ja kirjallisuutta. Opinnäytetyö on tutkimuksellinen opinnäytetyö ja sen tarkoituksena on edistää ennakoinnin merkitystä ja esitellä tulevaisuuspyörä ennakointi- ja varautumismenetelmäksi yrityksille, opiskelijoille ja oppilaitoksille.

Menetelmien ja aineistojen kautta saadut tulokset osoittivat, että asiakkaan käytös muuttuu turvallisuudentunteen vaihteluissa. Johtopäätöksenä oli heikkojen signaalien tulkinnan ja ennakoinnin tärkeys. Opinnäytetyön keskeinen tulos oli tulevaisuuspyörän soveltaminen niin menetelmänä kuin käytännössä. Tuotoksessa on sovellettu tulevaisuuspyörämenetelmää, jossa aiheina heikot signaalit ja niiden ennakointi asiakaskäyttäytymisessä. Opinnäytetyön tuloksista ja tuotoksista voivat hyötyä matkailualan yritykset, instituutiot sekä alaa opiskelevat, jotka tarvitsevat uudenlaisia menetelmiä ennakointiin.

Avainsanat Turvallisuus, ennakointi, asiakaskäyttäytyminen, tulevaisuuspyörä, matkailu

Bachelor of Hospitality Management
Degree

Authors	Janina Arhipoff, Laura Strand	Year	2022
Supervisor	Mervi Angeria		
Commissioned by	Lapin Ammattikorkeakoulu		
Subject of thesis	Anticipating the customer's sense of security – interpretation of weak signals using the future wheel		
Number of pages	36		

The subject of thesis was the importance of a sense of security in customer behavior – weak signals and their effect on Lapland's tourism industry. The commissioner was Lapland University of Applied sciences. The purpose of thesis was to describe the importance of the feeling of security in customer behavior. The goal was to introduce a tool called future wheel to ease anticipation methods for companies. Themes of future wheel were topical issues or phenomenon's that could be groundbreaking in the future.

The material used on this thesis was literature in Finnish and English languages, websites of Finnish officials and various treatises and theses in both Finnish and English. The thesis was research-oriented development thesis and anticipation methods were used on it. Its purpose was to promote the meaning of anticipation and introduce future wheel as preparation method for companies, institutes and students.

The results obtained through the methods and materials showed that the customer's behavior changes when the sense of security changes. The conclusion was that interpretation of weak signals and anticipation can be important for companies. The key result of this thesis was to introduce future wheel as a method and in practice. The results and outputs of the thesis can benefit companies, institutes and students in the tourism industry who need new methods for anticipation.

Key words	Safety, forethinking, customer behavior, future wheel, tourism industry
Special remarks	The thesis includes a multimedia presentation in Sway that can be viewed on mobile device

1	JOHDANTO	5
2	MATKAILUALAN TURVALLISUUS	6
2.1	Yleiskatsaus Lapin matkailuun	7
2.2	Turvallisuus matkailun laatutekijänä	8
2.3	Turvallisuus vaikuttavana megatrendinä	9
2.4	Turvallisuuden tekijät	9
3	TURVALLISUUDENTUNTEEN MERKITYS ASIAKASKÄYTTÄYTYMISESSÄ	10
3.1	Asiakaskäyttäytyminen.....	11
3.2	Turvattomuuden seurauksia matkailualalla	13
3.3	Turvallisuudentunteen merkitys asiakaspolulla	14
4	HEIKOT SIGNAALIT MERKITTÄVÄNÄ OSANA ENNAKOINTIA	15
4.1	Heikkojen signaalien tunnistaminen ja hyödyntäminen Lapin matkailussa	16
4.2	Ennakointi & varautuminen	17
4.3	Tulevaisuuspyörän hyödyntäminen ennakoinnissa	18
5	TULEVAISUUSPYÖRÄN SOVELTAMINEN TYÖKALUNA.....	20
5.1	Tulevaisuuspyörä 1. Tasa-arvo	21
5.2	Tulevaisuuspyörä 2. Yhteiskunta ja väkivalta	22
5.3	Tulevaisuuspyörä 3. Digitalisaatio	24
5.4	Tulevaisuuspyörä 4. Apinakorona	26
5.5	Tulevaisuuspyörä 5. Ilmastonmuutos	27
5.6	Tulevaisuuspyörä 6. Sota	29
5.7	Turvallisuudentunteen ymmärtämisen ja heikkojen signaalien tulkinnan merkitys matkailualalla.....	30
6	TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISMENETELMÄT	31
7	POHDINTA	33

1 JOHDANTO

Venäjän hyökättyä Ukrainaan 24.2.2022 uutiset sekä sosiaalinen media täyttyivät sodasta kertovista kuvista ja videoista. Eurooppaa järisytti uudenlainen tilanne, joka vaikutti kaikkien kansalaisten turvallisuudentunteeseen. Sodan jatkuessa spekuloidaan kolmannesta maailmansodasta ja seuraavista mahdollisista hyökkäyksen kohteista. Pian uutisissa kirjoitettiin matkailijoiden huolestuneen turvallisuudesta. Myös Suomi mainittiin, sillä jaammehan 1300 kilometrin mittaisen rajan sekä sotaan historian Venäjän kanssa.

Päätimme valita opinnäytetyön aiheeksi asiakkaan turvallisuudentunteen ennakkoinnin ja heikkojen signaalien tulkinnan tulevaisuuspyörän avulla. Ennakoinnin merkitys ja heikkojen signaalien tunnistamisen ja tulkitsemisen tärkeys ovat matkailualalla kasvaneet, etenkin koronapandemian vuoksi. Yllätyksiin on osattava varautua, vaikka ne tuntuisivat kaukaisilta ajatuksilta ja niihin tulisi voida reagoida mahdollisimman tehokkaasti. On myös hyödyllistä oppia ajattelemaan laatikon ulkopuolelta, sillä matkailualaa ovat viime vuosina kurittaneet niin SARS, sikainfluenssa, korona ja viimeisimpänä Ukrainan sota.

Opinnäytetyössämme pohdimme, kuinka tällaiset tekijät vaikuttavat asiakaskäyttäytymiseen, ja mihin turvallisuudentunteen puuttuminen voi pahimmillaan johtaa matkailualalla. Turvattomuutta kokeva asiakas voi pahimmillaan perua matkansa ja kun näin toimii useampi yksilö, voi se pahimmillaan johtaa esimerkiksi työpaikkojen menetykseen ja yritysten konkurssiin.

Lopullisena tavoitteenamme on soveltaa tulevaisuuspyörämenetelmää, jotta se on hyödyllinen ja ennakkointia helpottava työkalu. Siitä voi olla etua niin matkailualan ammattilaisille, kuin uusille tulokkaille. Tulevaisuuspyörässä käsittelemme heikkoja signaaleja, jotka ovat tällä hetkellä näkyvissä, sekä niistä mahdollisesti johtavia vaikutuksia. Työkaluna tulevaisuuspyörä on monipuolinen, yksityiskohmainen sekä helposti muokattava ja se soveltuu erityisen hyvin heikkojen signaalien analysointiin ja ennakkointiin.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Lapin ammattikorkeakoulu, joka kuuluu osaksi Lapin korkeakoulukonsernia. “Lapin korkeakoulukonserni on kansallisesti ja kansainvälisesti johtava arktisen tutkimuksen ja osaamisen toimija ja edelläkävijä” (LUC 2022A). Korkeakoulukonsernia edustavat yhdessä Lapin yliopisto ja Lapin Yhteisön erikoisosaaminen suuntautuu muun muassa kestävään matkailuun ja vastuullisuuteen arktisessa globaalissa ympäristössä. (LUC 2022A.)

Turvallisuuden ja asiakaskäyttämiseen perehtyvistä opinnäytetyöistä voivat hyötyä niin matkailualan yritykset ja toimijat, työntekijät sekä opiskelijat. Toimeksiantajamme Lapin ammattikorkeakoulu voi hyötyä opinnäytetyöstämme tuottaessaan uutta tietoa tai päivittäessään vanhaa tietoa, sillä Lapin ammattikorkeakoulun arvoihin kuuluvat osaamisen ja tiedon kehittäminen. Lapin ammattikorkeakoulu ja Lapin yliopisto tutkivat myös pohjoista osaamista sekä muutosta (LUC 2022B), minkä vuoksi turvallisuuden ennakoinnin merkityksen tulisi korostua oppilaitosten strategiassa.

2.1 Yleiskatsaus Lapin matkailuun

Modernin Lapinmatkailun juuret juontavat lähes sadan vuoden päähän, kun Jäämerentien ja reittilentoyhteyksien avulla ensimmäiset turistit saapuivat Petsamoon (Aho, 2007). Matkailu laajeni ja kiinnostus ja ihannoiti Lappia kohtaan alkoi näkyä erityisesti 1930-luvun tienoilla, jolloin Rovaniemelle rakennettiin loistokas Hotelli Pohjanhovi vuonna 1936 (Hautajärvi, 2014, 69, 135). Lapinsota alkoi vuonna 1944 ja saksalaisten poltetun maan taktiikan vuoksi lähes kaikki, mitä Lapin matkailun eteen oli rakennettu, tuhottiin, mukaan lukien Hotelli Pohjanhovi (Hautajärvi, 2014, 193). Silloinen suosittu matkakohde Petsamo menetettiin Venäjälle ja uusi turistitie ohjattiin Kilpisjärvelle. Vuosia matkakohteet pysyivät hyvin vaatimattomina ja Lapin matkailu toipui sodista vasta 1960-luvun tienoilla. (Hautajärvi, 2014, 191.) Varsinaiseen nousukiitoon Lapin matkailu lähti 1990-luvun aikana, kun alueelle alettiin järjestää elämysmatkoja. Matkailutoiminta alkoi erilaisin luontosafarein ja alueen hallitsevaksi teemaksi nousi Joulumaa. (Aho, 2007.)

Nyt, vuosikymmeniä myöhemmin, marraskuun 2021 ja huhtikuun 2022 välisenä aikana Lapissa kirjattiin kaksi miljoonaa yöpymistä. Näistä rekisteröidyistä yöpyjistä 55 % oli ulkomaalaisia eikä tilastoihin kuulu yksityishenkilöiden tarjoamat majoitusvaihtoehdot (House of Lapland 2022a). Eniten Lappiin matkustetaan talvisin Euroopan alueelta. Suurimmat matkailijaryhmät ovat britit, ranskalaiset ja saksalaiset. Kuitenkin Aasiasta saapuva matkustus kasvaa koko ajan ja esimerkiksi vuonna 2019 kiinalaiset olivat viidenneksi suurin Lapissa vierailevista matkailijaryhmistä. Kotimaan matkailijat keskittävät matkansa keväälle tai syksyn ruska-ajalle. (House of Lapland 2022b.)

Nykyään Lappi on Suomen toiseksi kansainvälisin matkailukohde (Lapin Liitto 2022) ja Lapin markkinaosuus koko Suomen matkailusta on 22,5 % (House of Lapland 2019). Lapin kasvava matkailu parantaa alueen taloutta ja infrastruktuuria. Vuonna 2019 matkailuala työllisti 8000 henkilöä Lapissa ja Lapin lentokentille on tehty suuria investointeja yhteyksien ja palveluiden parantamiseksi. Palveluiden ja talouden paraneminen hyödyttävät myös paikallisia asukkaita. (House of Lapland 2022b.)

Lapin matkailun vetovoimatekijöitä ovat revontulet, koskematon luonto, keskiyön aurinko, kansallispuistot sekä hiljaisuus (Kantar TNS Oy 2020). Myös erilaiset aktiviteetit, kuten poro- ja koiravaljakkoajelut kiinnostavat matkailijoita (Green Key 2022). Lappia pidetään yleisesti turvallisena matkakohteena ja turvallisuus on yksi Lapin matkailun kilpailuvalteista. Lappiin on vuosien ajan rakennettu kattavaa turvallisuusverkostoa, johon kuuluvat erilaisia matkailualan ja sitä tukevia yrityksiä. Lisäksi verkostoon kuuluu eri organisaatioita, korkeakouluja sekä tutkimuslaitoksia. (Arctic Smartness, 2022.)

2.2 Turvallisuus matkailun laatutekijänä

“Matkailu ja turvallisuus ovat käsitteitä, jotka kuuluvat yhteen” (Iivari 2012, 11). Turvallisuudentunne toimintaympäristössä on yksi kulmakivistä, jotta matkailua on mahdollista kehittää. Matkailua voidaankin pitää vahvistavana tekijänä, kun puhutaan turvallisuudesta niin yksilötasolla kuin valtioiden välillä. Lapissa matkailu on korvaamaton toimiala ja sen turvallisuutta on kehitetty verkostoyhteistyönä vuodesta 2009 koko Lapin alueella (Oksanen 2017). Sen tuotto vastasi jo ennen vuotta 2012 yli 10 % Euroopan unionin bruttokansantuotteesta ja työllisti noin 12 %. Ennen vuotta 2019 tuotto nousi Suomessa vuosittain noin 2–3 % sekä työllisyys kasvoi vuosi vuodelta (Business Finland 2019). Näitä lukuja tarkastessa on aiheellista mainita jatkuvasta elinkeinosta ja siinä yhteydessä laadusta, kestävästä liiketoiminnasta sekä turvallisuudesta. Matkailuelinkeinon tulisikin nostaa esille turvallisuuden vaikutus merkittävänä laatutekijänä sekä toiminnan mahdollistajana, jotta se voi palvella häiriöttä. Matkailuelinkeino käsitteenä on laaja ja siihen luetaan kuuluvaksi muun muassa majoitus- ja ravitsemistoiminta, elämys- ja ohjelmapalvelut sekä kuljetuspalvelut. (Iivari 2012, 11–12.)

Suurinta osaa matkailijoista vetää puoleensa ennemmin turvallinen matkakohde, kuin turvaton (Veijola 2013, 129). Nykypäivänä elämme maailmassa, jossa informaatio kulkee sekunneissa eri puolille maapalloa. Poliittinen, teknologinen, taloudellinen sekä sosiaalinen muutos on jatkuvasti ajan tasalla ja matkailun toimintaympäristö muuttuu sen mukaan. Mahdolliset katastrofit vaikuttavat välittömästi ihmisten matkustus mieltymyksiin sekä liikkumiseen, nopea informaationkulku mahdollistaa tietojen saamisen välittömästi ja sillä on vaikutusta sen hetken mat-

kustuspäätöksiin. Kuluttajien nopean reagoinnin vaikutuksen voi nähdä matkailuelinkeinossa paikallisesti, alueellisesti sekä kansallisesti. Tällä hetkellä elämme riski- ja kriisiyhteiskunnassa, jossa ennakkoinnin ja huolellisuuden merkitys on kasvanut. (Iivari 2012, 12.) Iivarin sanoin ”turbulenttius merkitsee tulevaisuuden ennakkoinnin vaikeutumista, mutta samalla ennakkointitarpeen kasvamista” (Iivari 2012, 12).

2.3 Turvallisuus vaikuttavana megatrendinä

Yksi matkailun megatrendeistä ympäristöystävällisyyden sekä yksilöllisyyden korostamisen rinnalla on turvallisuus. Turvallisuuteen panostaminen on noussut yhtä tärkeäksi asiakaspalvelun ja laadun lisäksi ja sitä pidetään yhtenä kilpailuetuna. (Oksanen 2017.) Tulevaisuutta ajatellen on tärkeää miettiä asiakasprofiilia ja sitä millainen tulevaisuuden matkailija on. Tulevaisuudennäkymällä voidaan hahmottaa tulevaisuuden asiakasprofiilia, kehittää uusia palveluita sekä luoda uusia näkökulmia matkailuelinkeinon jatkuvuudelle. (Iivari, 12, 2012.) Tulevaisuuskartta tai tulevaisuuspyörä voivat olla yksi menetelmä millä tulevaisuudennäkymää voidaan hahmottaa. (Ojasalo ym. 2015, 155).

Turvallisuus on UNWTO:n (United Nations World Tourism Organisation) mukaan osa perustarpeita, joita ihminen vaatii, tämän vuoksi turvallisuus täytyy sisällyttää osana kestävä matkailun strategiaa. Suomi on ainoana Pohjoismaana ylläpitänyt usean vuoden ajan turvallisuuslomaketta UNWTO:n sivustolla. (Iivari 2012, 13.) Tähän mennessä ei ole löytynyt tälle päivitettyä tietoa, onko Suomi edelleen ainoita maita, joka ylläpitää turvallisuuslomaketta. Covid-19 jälkeen matkailunturvallisuus on noussut jokaisen huulille ja monet blogit sekä mielipidekirjoitukset ovat vakuuttaneita siitä, että tulevaisuuden megatrendinä on turvallisuus. Hirveän pitkälle tulevaisuuteen ei kuitenkaan tarvitse mennä, koska turvallisuuden merkitys on noussut jo nyt ajankohtaiseksi.

2.4 Turvallisuuden tekijät

Turvallisuus voidaan tiivistää ytimekkäästi kolmeen V-alkuiseen sanaan: verkostoituminen, varautuminen sekä viestintä (LUC). Turvallisuustekijät auttavat hahmottamaan tekijöitä, joita suurin osa matkailijoista vaativat matkustaessa. Hah-

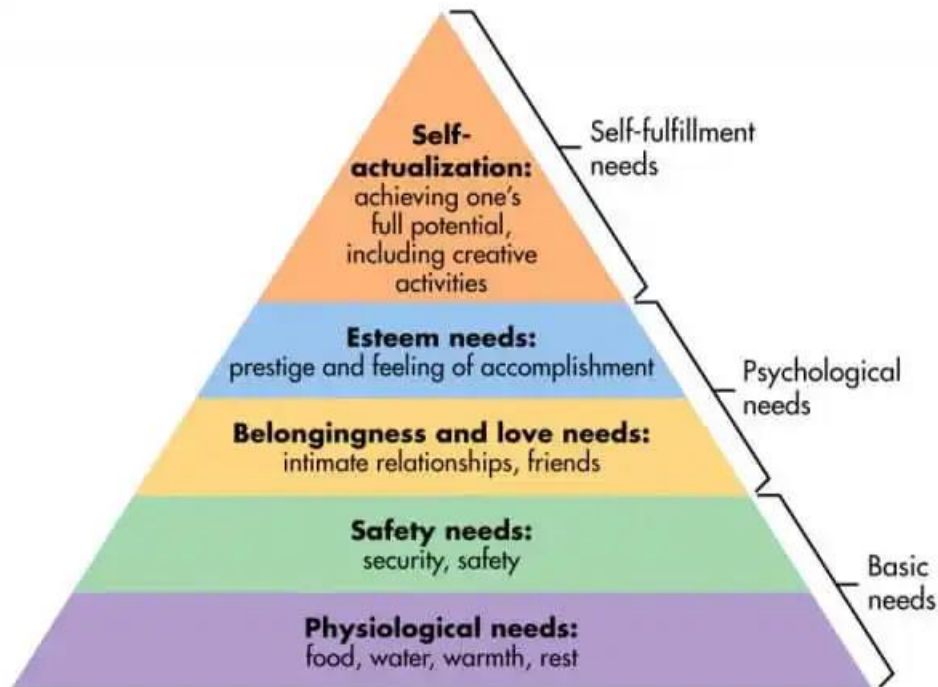
mottamiseen käytetään riskienhallintaa. Organisaatiot sekä yritykset voivat minimoida sisäisiä vahinkoja, kun he kykenevät käytännössä takaamaan turvallisuutta asiakkailleen sekä ovat sitoutuneita ja luottamuksellisia. Asiakkaiden mielipiteiden kuunteleminen ja kunnioittaminen antavat molemminpuolista arvostusta ja on osa avaintekijöitä. (Hellon 2020.)

Matkailualan yritykset riskienhallinnalla eivät voi yksin vaikuttaa turvallisuustekijöihin. Matkailija itse tulee myös olla sitoutunut omaan ja muiden turvallisuuteen käyttämällä harkintakykyä sekä olemalla ajan tasalla maan ja sen eri alueiden mahdollisissa rajoituksissa tai kehoituksissa. Asiakkaiden itse osallistuessa turvallisuuden vaalimiseen lisää se turvallisuudentunnetta sekä minimoi mahdollisia riskejä. (Iivari 2012, 143.) Turvallisuudelle on eri näkökulmat, kun katsotaan asiakkaan, työntekijän tai yrityksen johtajan perspektiivistä. Asiakkaalle on tärkeää, että hän voi ilman vahingoittumisen vaaraa tai pelkoa nauttia elämyksistä, työntekijälle työympäristö sekä riskien minimointi on osa turvallisuustekijöitä. Yrityksen johtaja taas kokee turvallisuuden yhtenä menestystekijänä. Se toimii yhtenä kulmakivenä yrityksen maineeseen ja siihen, että yritys voi jatkaa toimintaansa. (Veijola 2013, 132.)

3 TURVALLISUUDENTUNTEEN MERKITYS ASIAKASKÄYTTÄYTYMISESSÄ

Turvallisuudentunne on yksi ihmisten luonteenpiirteistä sekä perustarve, jota jokainen vaatii. Tämän vaikutuksen voi nähdä niin fyysisessä kuin psyykkisessä hyvinvoinnissa. (HEL 2021.) Ihmispsykologin perustaja Abraham Maslow on ke-

hittänyt tarvehierarkian, joka pohjautuu ihmisten perustarpeisiin ja niiden vaikutuksiin hyvinvoinnin kannalta. Hän järjesti nämä perustarpeet ihmisten tarpeiden mukaan tärkeimmästä, vähemmän tärkeään ja havainnollisti oman teoriansa tunnettuna Maslow'n pyramidina (Kuvio 1). Maslow myös kehitti teorian siitä, että kaikki toiminta, joka vaikuttaa omien tarpeidemme täyttämiseen tulee motivaatiosta. (Mielenihmeet 2022a).



Kuvio 1. Maslow'n tarvehierarkiasta voi huomata, että turvallisuus ja sen tunteminen on jokaisen perustarve. Turvallisuus onkin yksin Lapin matkailun valttikortteista. (Mielenihmeet 2022a)

3.1 Asiakaskäyttäytyminen

Asiakaskäyttäytyminen tarkoittaa ennen kaikkea sitä, mitä, miten, mistä ja miksi asiakas ostaa tietyn palvelun tai tuotteen. Asiakaskäyttäytyminen ilmenee myös erilaisina valintoina ja tapoina, eli siinä, kuinka asiakas käyttäytyy markkinoilla ja mitkä tekijät heitä ohjaavat; mitä ostetaan, milloin, kuinka usein ja kuinka paljon rahaa kulutetaan ovat tärkeitä tekijöitä asiakaskäyttäytymisen ymmärtämisessä. Myös asiakkaan oma suhtautuminen kuluttamiseen sekä markkinoihin ovat vaikuttavia elementtejä. (Bergström & Leppänen 2015, 92).

Asiakaskäyttäytymiseen vaikuttaa useampi eri tekijä. Ulkopuolisia tekijöitä ovat niin asiakkaan elinympäristö, maailman tilanne ja yhteiskunta. Myös yksilön sosiaaliset ominaisuudet vaikuttavat asiakaskäyttäytymiseen. Näitä ominaisuuksia ovat muun muassa ikä, sukupuoli, uskonto, perhesuhteet, asuinpaikka, varallisuus, ammatti sekä koulutustausta. (Bergström & Leppänen 2015, 94.) Näillä yksilön henkilökohtaisilla ominaisuuksilla on suuri merkitys asiakaskäyttäytymisessä. Eri ikäisten ja eri elämänvaiheissa olevien ihmisten tarpeet, motiivit sekä resurssit voivat erota huomattavasti toisistaan. (Bergström & Leppänen 2015, 94.) Tästä eräänä esimerkkinä ovat lapsiperheet ja eläkeläiset, jotka lähtökohtaisesti suosivat erilaisia tuotteita erilaisten tarpeiden ja resurssien vuoksi. Eläkeläinen ei tarvitse tai osta lastenruokaa, toisin kuin lapsiperhe, mutta hänellä voi olla enemmän aikaa käytettävissä palvelulle.

Asiakaskäyttäytymiseen vaikuttavat myös psykologiset tekijät. Nämä tekijät ovat yksilön sisäisiä tekijöitä, eivätkä ne ole niin helposti mitattavissa, kuin aiemmin mainitut sosiaaliset tekijät. Psykologisia tekijöitä ovat yksilöllisiä, henkilökohtaisia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat ostokäyttäytymiseen. Nämä tekijät ovat esimerkiksi persoonallisuus ja elämäntyyli, arvot ja asenteet, oppiminen, tarpeet ja tunteet. (Bergström & Leppänen 2015, 96.)

Asiakaskäyttäytymistä ohjaavat tarpeet ja tunteet. Perustarpeilla tarkoitetaan välttämättömiä tarpeita kuten syömistä, juomista ja lepoa. Lisätarpeita ovat puolestaan tarpeet, jotka lisäävät elämän mielekkyyttä. Tällaisia tarpeita ovat esimerkiksi hauskanpito, virkistäytyminen sekä onnistuminen. (Bergström & Leppänen 2015, 96–97.)

Matkailu ei ole perustarve, vaan elämään virikettä sekä mielekkyyttä tuova lisätarve. Matkailu vaatii asiakkaalta niin aikaa kuin rahaakin. Ostoprosessi alkaa siitä, että asiakas havaitsee tyydyttämättömän tarpeen, joka täytyy ratkaista (Bergström & Leppänen 2015, 122). Tässä tapauksessa tyydyttämätön tarve on matkustaminen. Seuraavaksi asiakas kerää tarvitsemastaan palvelusta tietoa niin omien kokemustensa perusteella, perheeltä, ystäviltään tai yhteisöistään tai internetistä, jonka jälkeen hän vertailee vaihtoehtojaan. Tarpeen tiedostamisen ja tiedonkeruun jälkeinen vaihe on vaihtoehtojen vertailu. Vertailun tarkoituksena

on päätyä hyviin päätöksiin esimerkiksi matkakohteesta, mutta ostoon voi sisältyä riskejä, kuten laaturiskejä, taloudellisia, sosiaalisia, ajallisia sekä terveydellisiä tai turvallisuusriskejä. (Bergström & Leppänen 2015, 123.)

3.2 Turvattomuuden seurauksia matkailualalla

Nopean informaation vuoksi riskit sekä tekijät, jotka vaikuttavat turvallisuuteen, vaikuttavat matkailijoiden päätöksiin matkailukohdetta valitessa. Tietyt valtiot ja niiden alueet, esimerkiksi Venäjä ja Israel, ovat jo piirtäneet mielikuvia matkailijoiden mieliin ja ovat syynä miksi turismia ei näy niin laajasti näissä maissa. "Käsitys näiden alueiden turvattomuudesta perustuu usein tiedotusvälineistä muodostettuun mielikuvaan, joka on vaikeasti korjattavissa paikkasidonnaisesti ajattelevien matkailijoiden keskuudessa" (Iivari 2012, 144). Tiedotusvälineiden lisäksi merkittävänä vaikutuksena pidetään tuttavapiirin mielipiteitä matkakohteista (Iivari 2012, 144.)

Matkailijan turvallisuudenhakuisuuteen on monia syitä, esimerkiksi terrori-iskut ja onnettomuudet asiakkaiden suosimissa matkakohteissa ovat osa syitä miksi matkailijat reagoivat nopeasti ja vaihtavat luultavimmin kohdetta. Esimerkkinä Pohjois-Afrikka ja siellä sijaitseva Egypti, jossa matkailu pieneni vuonna 2011 kolmanneksella siellä koettujen vallankumousten sekä yhteiskunnallisten liikkeiden vuoksi. Myös tunnetuimpia katastrofeja, jotka vaikuttivat silloiseen matkailuun, sekä turvallisuudentunteeseen ovat vuonna 2004 Thaimaahan iskenyt tsunami sekä terrori-iskut New Yorkin, World Trade Centeriin vuonna 2001. (Iivari 2012, 13.) New Yorkin terrori-iskut vaikuttivat todella laajasti matkustamiseen. Tämän tragedian seurauksena esimerkiksi lentokentille saavutaan entistä aiemmin, jotta turvatarkastukset voidaan suorittaa perusteellisesti ja se on lisännyt myös lentokentillä ylimääräistä oleskelua huomattavasti. (Artal-Tur, Kozak, Kozak 2019, 96.)

Myös Lapin matkailu on aikoinaan kärsinyt ihmisten aiheuttamasta kriisistä, jolla on ollut merkittävä vaikutus matkailuun. Vuonna 1939 Suomen Matkailu -lehden pääkirjoituksessa povattiin kotimaan matkailun kasvua muun Euroopan ollessa sodassa. Samana vuonna Neuvostoliitto kuitenkin hyökkäsi Suomeen ja alkoi talvisota. Suomalaiset joutuivat polttamaan omaa maataan, jotta neuvostoarmeija ei hyötyisi siitä. Välirohassa Suomi joutui luopumaan tärkeistä matkailukohteista Sallan ja Kuusamon erämaa-alueilta. (Hautajärvi, 2014, 192.)

Jälleenrakennus alkoi vuonna 1940 ja suhtautuminen matkailun uuteen nousuun oli optimistista vuonna 1941 käynnistyneestä jatkosodasta huolimatta. Optimismi oli kuitenkin turhaa, vuonna 1944 Neuvostoliitto vaati aiemman välirauhan lisäksi itselleen myös silloisen tärkeän matkailukohteen, Petsamon, minne johti myös silloin kansainvälinen matkailuvaltti Jäämerentie. (Hautajärvi 2014, 192–193.)

Vuonna 1944 alkoi Lapin sota, joka johti myös Rovaniemen täydelliseen tuhoon. Saksan armeija poltti mennessään kaiken. Vain Aavasaksan, Kilpisjärven ja Pyhänturin majat säästyivät. (Hautajärvi 2014, 192–193.) Hotelli Pohjanhovia ei pelkästään poltettu, vaan se myös räjäytettiin (Aho 2007).

Lappi ei ollut ollut vuosien turvallinen matkakohde, edes kotimaan matkailulle, eikä Lapin sodan jäljeltä siellä ollut enää mitään, mihin matkustaa. Kaikki matkailuun liittyvä infrastruktuuri oli tuhottu ja jäljellä oli vain raunioita ja miinoitettu maa. Käytännössä matkailu loppui Lapista kokonaan ja jälleenrakennus kesti vuosia. Vasta vuonna 1960 majoituspaikkamäärä oli sama, kuin vuonna 1930. (Hautajärvi 2014, 192–193.)

Luonnonkatastrofien ja ihmisten aiheuttamien turvallisuushäiriöiden lisäksi myös erilaiset epidemiat ja pandemiat vaikuttavat turvallisuudentunteeseen. SARS, sikainfluenssa ja myöhemmin vuosina koronavirus ovat horjuttaneet kansainvälistä matkailua. (Garg 2015, 1.)

3.3 Turvallisuudentunteen merkitys asiakaspolulla

Asiakaspolkua voidaan lähteä muodostamaan, kun ymmärretään tavoiteasiakkaiden käyttäytymismallia sekä niiden tarpeita. Aihetta on hyvä lähteä avaamaan apukysymyksillä, esimerkiksi miten kerätä tietoa asiakkaan kokemuksista tai millä teoilla pystytään vaikuttamaan, että asiakkaan kokemus on sellaista mitä hän odottaa saavansa. (Rissanen 2022). Matkailuala on erityisen altis kriiseille. Matkustajan nopea reaktio mihin tahansa kriisiin tai uhkaan voi olla koko varauksen peruminen. Kun matkoja perutaan, voi se johtaa matkakohteessa esimerkiksi väliaikaiseen tulojen ja jopa työpaikkojen menetykseen. (Garg 2015, 1.) Vaikka turvallisuus on merkittävä tekijä, on siitä huolimatta matkailijoiden todettu olevan alttiimpia riskeille ja ottavan enemmän riskejä matkansa aikana kuin kotimaassaan. (Garg 2015, 2).

Tutkimukset osoittavat turvallisuuden vaikuttavan matkustajan päätöksentekoon. Turvallisuudentunteen kokemus ja sen vaikutus eroavat eri ihmisten välillä, esimerkiksi sukupuoli ja ikä ovat vaikuttavia tekijöitä näissä eroavaisuuksissa. Naiset ja iäkkäämmät turistit peruvat matkasuunnitelmansa heikentyneen turvallisuustilanteen vuoksi herkemmin kuin miehet ja nuoret matkailijat. Myös varallisuus, koulutustausta ja perhesuhteet vaikuttavat olevan ratkaisevia faktoreita. Perheelliset ja hyvätuloiset peruvat matkansa todennäköisemmin kuin perheettömät ja pienituloiset. (Garg 2015, 2.) Korkeakoulutetut henkilöt ovat yleisesti vähemmän huolissaan turvallisuudesta (Mustalahti, 2018, 90).

Viime vuosien epävarmuutta aiheuttaneet tapahtumat, kuten koronapandemia, Ukrainan sota ja siitä seurannut energiakriisi ja hintojen nousu ovat vaikuttaneet asiakaskäytökseen. (Löppönen, 2022.) Koronapandemia aiheutti epävarmuuden tunnetta 54 % suomalaisista ja 51 % koki, että matkustus ulkomaille voi olla suuri riski. Suomalaisista matkailijoista varovaisimpia olivat yli 65-vuotiaat (Haaga-Helja 2020, 24). Koronan ja sodan kaltaiset tapahtumat näkyvät epävarmuutena ja matkan ostoa harkitaan pidempään ja matkan varausta pitkitetään. Kuitenkin kahden vuoden kotona oleskelun jälkeen matkaajat haluavat panostaa lomiinsa ja lomamatkat kestävät pidempään ja sinne saatetaan lähteä koko perheen voimin. (Löppönen, 2022.)

4 HEIKOT SIGNAALIT MERKITTÄVÄNÄ OSANA ENNAKOINTIA

Heikot signaalit tarkoittavat ensimmäisiä, heikkoja merkkejä asioista tai muutoksista, jotka voivat olla merkittäviä tulevaisuudessa. (Dufva & Rowley 2022, 8). Tällä tarkoitetaan tapahtumia, jotka eivät ole olleet olemassa tai ovat olleet vain niin merkityksettömiä, jolloin niiden olemassaoloa ei ole havainnointu (Mannermaa 2004, 113). Heikot signaalit ovat nimensä mukaisesti heikkoja sen vuoksi, että niiden tulkinta on hankalaa ja ne ovat usein riippuvaista tulkitsijan näkökulmasta. (Dufva & Rowley 2022, 8.) Onkin hyvä huomioda se tosi asia, että samanlainen tapahtuma toiselle tekijälle voi olla heikko signaali ja toiselle jo trendi, ellei jopa megatrendi. (Mannermaa 2004, 121).

Heikkojen signaalien tulkinnanvaraisuutta lisäävät usein myös outous ja yllätyksellisyys, mutta myös kysymykset, kuten kuinka hyvin heikko signaali sopii tä-

mänhetkiseen maailmankuvaan. (Dufva & Rowley 2022, 8). Kuitenkin juuri yllätyksellisten piirteiden vuoksi heikot signaalit voivat auttaa tunnistamaan omia oletuksiaan ja ajatuksiaan maailmasta nyt ja tulevaisuudessa. Parhaimmillaan heikot signaalit auttavat myös haastamaan rutinoituneita ajatuksia, avartamaan käsityksiä, ymmärtämään erilaisia näkökulmia sekä tunnistamaan uusia mahdollisuuksia ja ennakoimaan tulevaisuutta. (Dufva & Rowley 2022, 8–9.)

Yksi tunnetuimpia heikkoja signaaleja on internet. Vuosina 1993–1995 internet oli heikko signaali, josta kasvoi megatrendi. Tämä on yksi hyvistä esimerkeistä, ettei heikko signaali tarkoita aina negatiivista ilmiötä. Internetin vaikutus on kiistatonta ja se on muuttanut radikaalisti meidän kaikkien yksityis- sekä työelämää. (Mannermaa 2004, 45.) Mannermaan sanoin “Megaluokan heikon signaalin ja tavanomaisemman sellaisen välisenä erona voidaankin pitää juuri tätä: kykeneekö yhteiskunta- ja talousjärjestelmämme hallitsemaan heikon signaalin tuottaman kehityksen vai aiheuttaako se systeemiromahduksia tai muuten rajuja rakenteellisia murroksia” (Mannermaa 2004, 45).

4.1 Heikkojen signaalien tunnistaminen ja hyödyntäminen Lapin matkailussa

Lapin kasvanut matkailu on myös ollut aikanaan heikko signaali. Jotta matkailuyritykset voivat ennakoida tulevaa, on heidän hyvä osata tunnistaa ja hyödyntää myös heikkoja signaaleita.

Tulevaisuudessa asiakaskäyttäytyminen muuttuu. Tulevaisuuden asiakas käyttää yhä enemmän digitaalisia palveluita, vaalii ekologisuutta ja eettisyyttä ja on kiinnostunut mielensä ja kehonsa hyvinvoinnista. Kuluttajien tarpeiden kasvaessa luodaan jatkuvasti uusia markkinoita niihin vastaamaan ja asiakkaat voidaan jaotella yhä pienempiin ryhmiin. (YIT, 2018.)

Asiakkaiden tarpeiden ja asiakaskäyttäytymisen kehittyessä tulisikin Lapin matkailuyritysten panostaa heikkojen signaalien tulkitsemiseen sekä ennakkoinnin avulla tulevaisuuden asiakaskäyttäytymisen ymmärtämiseen ja siten turvallisuudentunteen kehittämiseen. Esimerkiksi digitalisaation myötä on syntynyt uudenlaisia kyberuhkia. Tulevaisuuden kuluttaja voi olla altis erilaisille huijauksille ja

identiteettivarkauksille. Tällaiset uhat ovat myös täysin mahdollisia tavallisen hotellivaruksen yhteydessä. Myös erilaisten aktiviteettien lisääntyessä tulisi huomioida mahdolliset tarpeet niiden turvallisuussaralla. Esimerkiksi aikuisten leikki on tällä hetkellä merkittävä trendi. Pakohuoneiden yleistymisen lisäksi aikuisille järjestetään erilaisia seikkailu- ja tyynysotatapahtumia (YIT, 2018.) Leikkimieliset palvelut ja tapahtumat niin lapsille kuin aikuisille sopivat myös Lapin matkailun imagoon, sillä jouluteemainen loma ja erilaiset talviaktiviteetit ovat suosittuja perheiden keskuudessa. Tällaisia palveluita on jo jonkin verran saatavilla Lapin matkailukeskuksissa. Kittilän Levillä järjestetään vuosittain Arctic Challenge niminen estejuoksupahtuma arktisissa maisemissa (Arctic Challenge 2022).

Arctic Challenge kaltaisten palveluiden yleistyessä on matkailuyrityksiltä tärkeää laatia huolitellut turvallisuussuunnitelmat. Uusien palveluiden lisääntyessä voivat myös asiakaskäyttäytyminen ja turvallisuuteen liittyvät tarpeet muuttua ja moninaistua.

Digitalisaation myötä matkailuyritykset voivat joutua pohtimaan, kuinka he turvaavat asiakasta mahdollisilta kyberhyökkäyksiltä tai huijauksilta. Mutta myös yrityksen omaa sisäistä turvallisuutta pitäisi vaalia esimerkiksi tietovuotojen varalta. Asiakkaiden tarpeiden ja kysynnän muuttuessa ja digitalisaation yleistyessä myös turvallisuustuntemuksen tarve lisääntyy ja tarvitaan yhä laaja-alaisempaa turvallisuusosaamista. Heikkojen signaalien tulkitseminen ja ennakoiminen tulevat varmasti olemaan yhä merkittävämmissä rooleissa tulevaisuudessa.

4.2 Ennakointi & varautuminen

Heikot signaalit ja niiden havainnointi ovat osana ennakointia. Ennakointi on pääsijassa, kun lähdetään suunnittelemaan strategiaa sekä toimintamallia yrityksille ja organisaatioille (Kettunen & Meristö 2010, 16). Viime vuosien kriisit, inflaatio ja nopea maailman muuttuminen auttavat ymmärtämään ennakoinnin merkityksen (Pouru, Minkkinen, & Neuvonen 2020). Ennakoinnin ensisijaisena tavoitteena on kehittää uudistumiskyvykkyyttä yrityksissä ja sen avulla voidaan kartoittaa mahdolliset muuttujat sekä heikot signaalit (Kettunen & Meristö 2010, 16).

Ennakointi itsessään ei tarkoita, että tulevaisuutta pitäisi ennustaa, vaan sen avulla voidaan havaita vaihtoehtoisia kehityskulkuja, joita tulevaisuudessa voidaan huomioida (VNK 2022). Kriisin tullessa ennakoinnin tärkeys korostuu entisestään. Tällöin huomataan viimeistään, että kriisitilanteiden ennakointi antaa mahdollisuuden toimia nopeasti ja parhaassa tapauksessa, jopa estää kriisin kehityksen. (Pouru ym. 2020.) Suunnitelmallisessa ennakoinnissa tuleekin havaita heikkoja signaaleja sekä ennakointimenetelmien hyödyntämistä. (Turvallisuuskomitea 2022.)

Ennakoinnin kanssa käsikädessä kulkee varautuminen. Varautuminen on ennakoinnin toteuttamista käytännön tasolla. Koulutukset, valmiussuunnittelu, etukäteisvalmistelut sekä valmiusharjoitukset ovat osa varautumistoimenpiteitä. Pääsääntöisesti näiden tarkoituksena on ehkäistä tulevia tilanteita, jotka aiheuttavat häiriötä tai onnettomuuksia sekä auttaa valmistautumaan mahdolliseen toimintaan, jos uhkatilanne on todellinen. (Turvallisuuskomitea 2022.)

Varautuminen on tullut ajankohtaiseksi Ukrainan sodan aiheuttamien vaikutusten takia niin työpaikoilla kuin kotiolosuhteissa. Esimerkiksi yhteiskuntaa on ohjeistettu tulevien sähkökatkosten varalta, niin että tulisi varata vettä sekä ruokaa varautumissuosituksen, 72 tunnin ajaksi sekä oman talouden hallitsemiseksi on hyvä pitää käteistä sen verran, että on mahdollista hankkia elintarvikkeita ainakin viikon ajaksi. (Löyttyniemi & Veikkolainen 2022.)

4.3 Tulevaisuuspyörän hyödyntäminen ennakoinnissa

Tulevaisuuspyörä on menetelmä, jonka avulla voidaan kohdentaa näkemyksiä ja niiden vaikutuksia täsmällisemmin. (Ojasalo ym. 2015, 155.). Tulevaisuuspyörän keksijä Jerome C. Glenn on tulevaisuudentutkija ja Millennium projektin perustaja, jolla on yli 40 vuoden kokemus tulevaisuuteen suuntautuneista aiheista sekä heikoista signaaleista. Hän on työskennellyt kansainvälisille järjestöille, hallituksille sekä yksityisille aloille. Glenn on julkaissut yli 100 tulevaisuuteen liittyvää artikkelia sekä puhunut tulevaisuuteen liittyvistä aiheista konferensseissa ympäri maailmaa. Hän on myös kehittänyt 1970-luvulla uuden opetussuunnitelman, tulevaisuuspyörän, joka on nykypäivänä tunnettu kehittämismenetelmä. (The Mil-

lennium Project 2022). Tulevaisuuspyörä on erinomainen apuväline organisaatioille, jotka haluavat tavoittaa ja edetä tiettyä suuntaa, sekä hahmottaa mahdollisia heikkoja signaaleja (Ojasalo ym. 2015, 155).

Tulevaisuuspyörä on yksi aivoriihissä käytetyistä käytännönmenetelmistä, kun halutaan pureutua aiheeseen syvemmin ja etsiä ratkaisuja sekä analysoida vaikutuksia eri osatekijöihin (Nurmi 2022). Tulevaisuuspyörää hyödynnettäessä käytetään mind map- menetelmää, jossa itse aihe puretaan osiin ja arvioidaan sekä analysoidaan mahdolliset muuttuvat tekijät. Myös tässä menetelmässä voidaan huomata, että mitä enemmän henkilöitä osallistuu, sitä enemmän voi tästä saada irti (Laakso 2016). Yksityiskohtaisen menetelmän ansiosta pystytään saavuttamaan paras mahdollinen lopputulos sekä löytää uusia tapoja työskennellä, ennakoita sekä oppia havainnoimaan ympäristöä heikkojen signaalien varalta niin työ- kuin vapaa-ajalla.

Tulevaisuuspyörän laatimisessa on olennaista aktiivinen keskustelu, osallistuminen ja omien mielipiteiden tuominen julki. Näillä asioilla voit edes auttaa löytämään uusia näkökulmia aiheeseen, johon halutaan pureutua. Näiden keskusteluiden kautta tulleet aiheet ja teemat kirjoitetaan ylös, jolloin tulevaisuuspyörä alkaa muodostua. Jokaisen mielipiteet sekä näkökulmat huomioidaan, jotta tulevaisuuspyörästä tulee mahdollisimman laaja. Hyvä asia tässä menetelmässä on se, että ei ole väärää tai oikeita vastauksia. Tämän vuoksi voidaan saada intensiivisempää keskustelua sekä mahdollista kyseenalaistamista, jolloin aiheeseen saadaan täysin uusia näkökulmia ja havaintoja. (Laakso 2016.)

5 TULEVAISUUSPYÖRÄN SOVELTAMINEN TYÖKALUNA

Tulevaisuuspyörää on mahdollista käyttää myös työkaluna monipuolisesti, sen muokattavuuden ja yksilöllisyyden vuoksi. Mahdolliset uudet skenaariot tai jo näkyvillä olevat vaikutukset on helppo lisätä tulevaisuuspyörään ja sen täydentäminen ajankohtaiseksi on vaivatonta. Ennakointiin on monia eri tapoja työskennellä ja meidän mielestämme juuri tämä menetelmä sopi meidän opinnäytetyöllemme, sen visuaalisuuden, yksinkertaisuuden ja muokattavuuden vuoksi.

Olemme havainnoineet sekä keskustelleet mahdollisista tapahtumista, joita tulevaisuus saattaa tuoda tullessaan. Valitsimme tulevaisuuspyöriimme aiheet, jotka ovat olleet ajankohtaisia uutisissa sekä näkyviä heikkoja signaaleja monia vuosia, jopa vuosikymmeniä. Tasa-arvo on ajankohtainen aihe niin Suomessa kuin maailmalla ja sen eteen tehdään vieläkin töitä. Toisen tulevaisuuspyörämme aihe on yhteiskunnassa tapahtuva väkivalta ja jengiytyminen, joka valikoitui aiheeksemme Ruotista kantautuvien uutisten vuoksi. Kolmannen tulevaisuuspyörän aihe on digitalisaatio ja siitä seuranneiden palveluiden nopea muutosvirta ja asiakkaiden mukautuminen niihin. Neljännessä tulevaisuuspyörässä käsittelemme uudenlaista virusperäistä pandemiaa. Koronapandemian jälkeen uutisiin on noussut apinarokko ja satunnaisesti muiden virusperäisten tautien tartuntoja. Va-

litsimme uuden pandemian, apinakoronan, yhdeksi aiheeksemme, sillä sen toteutuminen on täysin mahdollista ja sen seuraukset matkailulle voivat olla vakavat. Viides aiheemme tulevaisuuspyörään on ilmastonmuutos ja sen mukanaan tuomat ääriolosuhteet säähän ja niiden vaikutus asiakkaan turvallisuudentunteeseen. Sota on yksi tulevaisuuspyöriemme vakavimmista aiheista ja viimeinen aihe. Valitsimme sodan yhdeksi aiheeksi, sillä Euroopassa käydään sotaa Venäjän hyökättyä Ukrainaun helmikuussa 2022 ja sodan pelätään laajenevan.

Näistä keskusteluista ja havainnoinneista olemme tehneet tulevaisuuspyörästä erilaisia pohjia, joissa jokaisessa on eri heikko signaali. Toivommeekin, että nämä mindmap -menetelmällä tehdyt tulevaisuuspyörät ovat hyödynnettävissä sekä muokattavissa omaan yritykseen tai tilanteeseen sopivaksi. Itse aloitus on aina haastava, mistä lähteä liikkeelle, mutta nämä valmiina olevat pohjat voivat olla mahdollisesti apuna juuri sinulle. Ensimmäisenä käsittelemme tasa-arvoa ja sen mahdollisia vaikutuksia matkailuun ja asiakaskäyttäytymiseen.

5.1 Tulevaisuuspyörä 1. Tasa-arvo

Suomea voidaan pitää yhtenä edelläkävijöistä tasa-arvon suhteen ja kehitys jatkuu yhä (Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimuskeskus 2022). Vuonna 1971 homoseksuaalisuus dekriminisoitiin, vuonna 2011 transvestismi poistettiin tautiluokituksesta ja vuonna 2015 sukupuolivähemmistöjen syrjäntäsuoja kirjattiin tasa-arvolakiin (Terveystieteiden ja hyvinvoinnin tutkimuskeskus 2022a). Vuonna 2022 Suomi uudisti translakinsa ja listattiin maailman 19. turvallisimmaksi maaksi matkustaa seksuaalivähemmistöille (Asher & Lyric 2022). Valitsimme tasa-arvon yhdeksi tulevaisuuspyörämme aiheiksi, sillä sukupuoli- ja seksuaalivähemmistöt ja heidän oikeutensa ovat aiheena ajankohtainen sekä mahdollisesti tulevaisuuden megatrendi myös matkailun saralla (Kuva 1). Vuonna 2019

Helsinki Pride -yhteisö on perustettu jo vuonna 1990 (entinen HeSeta), joka on sukupuolen sekä seksuaalisen suuntautumisen moninaisuuden puolestapuhuja. Yhteisön tarkoituksena on tarjota tukea, apua, tietoa sekä antaa mahdollisuuden vaikuttaa ihmisoikeuksien edistämiseen. (HelsinkiPride 2022.) Myös matkailijoissa on tähän vähemmistö ryhmään kuuluvia henkilöitä ja myös heillä on oikeus

turvalliseen ja tasa-arvoiseen matkailuun sukupuolesta ja seksuaalisesta suuntautumisesta riippumatta. Tässä tulevaisuuspyörässä käsittelemme seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin kuuluvia matkailijoita ja sitä, kuinka matkakohde voi ennakoida ja antaa kuvan turvallisesta matkustusympäristöstä jokaiselle.

Matkailijan ja yritysten kannalta tämä tulevaisuuspyörä osoittaa positiivisia tuloksia. Tasa-arvoinen ympäristö takaa matkailijalle turvallisen matkan ja aktiviteetit, joihin matkailija myös kuluttaa rahaa. Yritysten kannalta tällainen positiivinen tulos parantaa alueen elinkeinoa, tuo uusia asiakkaita ja kasvattaa kilpailua.



Kuva 1. Tulevaisuuspyörä tasa-arvosta on positiivinen. Tasa-arvoinen maa on turvallinen matkakohde ja parhaimmillaan nostaa matkailun volyymia.

5.2 Tulevaisuuspyörä 2. Yhteiskunta ja väkivalta

Länsinaapurimme Ruotsi on ollut uutisissa viime aikoina rikollisjengeistä ja niihin liittyvistä väkivallan teoista. Tukholmassa olevat rikollisjengit ovat alkaneet levittää heidän toimintaansa kohti pohjoista. Pääasiassa heidän toimintansa liittyy huumeisiin sekä huumekauppaan ja uhkana on Haaparannan ja Tornion välinen raja, jolloin Suomen puolelle siirtyminen on helpompaa. (Alentola 2022.)

Tälläkin hetkellä huumeita liikkuu Suomen puolelle, joka on merkki Ruotsin jengirikollisuudesta. Valitettava tosiasia on, että mitä tapahtuu naapurimaassamme

Ruotsissa, tulee se myös myöhemmin ajankohtaiseksi meille Suomessa. (Alentola 2022.) Tämä heikko signaali on seuraava tulevaisuuspyörässämme käsiteltävä aihe, jossa jaamme meidän näkemyksemme Lapin matkailuun liittyen.

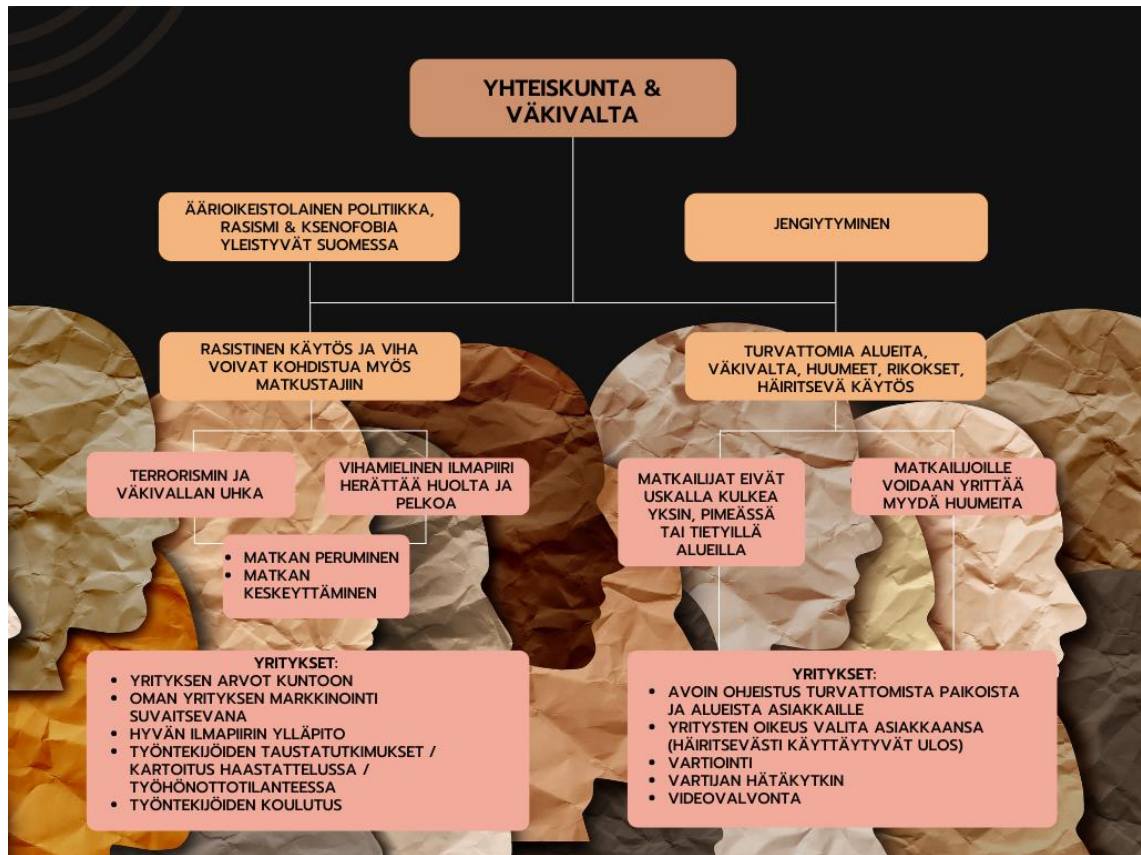
Äärioikeistolainen politiikka on yleistynyt länsimaissa ja myös Suomessa. Sen ideologioihin kuuluvat rasismi, antisemitismi sekä ksenofobia, eli muukalaisviha. Äärimmillään äärioikeistolainen ideologia hyväksyy myös väkivallan. (Suojelupoliisi 2022a.) Suomessa äärioikeiston liikehdintä näkyy pääasiassa väkivaltana, kuten pahoinpitelyinä ja mellakointina. Äärioikeistolaisen terrorismin uhka on lisääntynyt myös Suomessa. (Suojelupoliisi 2022b.)

Myös rasismia esiintyy Suomessa. Terveystieteiden tutkimuskeskuksen FinMonik 2020 -kyselytutkimuksen mukaan 40 % Suomessa asuvista ulkomaalaistaustaisista henkilöistä oli kokenut syrjintää kuluneen vuoden aikana. (Kuusio, Seppänen, Jokela, Somersalo & Lilja (toim.), 92, 2020). Matkailijan näkökulmasta jengiytymisen, rasismin ja väkivallan lisääntyminen on huolestuttavaa. Matkailijat voivat joutua esimerkiksi rasististen hyökkäysten kohteiksi tai terrori-iskujen uhreiksi.

Tulevaisuuspyörässämme (Kuva 2) kuvaamme kuinka äärioikeistolaisen ideologian, rasismin ja jengiytymisen yleistymisen vaikuttavat asiakkaan turvallisuudentunteeseen ja kuinka yritys voi niihin reagoida. Asiakas voi tuntea olonsa turvattomaksi rasismin ja väkivallan uhan vuoksi, etenkin jos kyseessä ei ole valkoihoinen matkaja. Tietyt alueet voivat olla levottomia ja vaarallisia, ja matkailija voi kokea epävarmuutta niiden lähistöllä. Iltaisin yksin liikkuminen pelottaa matkustajaa ja etenkin naispuoliset ja perheelliset matkajat saattavat perua matkansa tai keskeyttää sen.

Yritys voi ennakoita asiakkaan turvallisuudentunteen kokemukseen avoimella ja rehellisellä tiedotuksella turvattomista alueista. Yrityksellä on myös oikeus valita asiakkaansa ja poistaa häiritsevästi käyttäytyvät asiakkaat. Myös yrityksen sisätiloja ja rakennuksia voi turvata tekemällä sopimuksen vartiointiyrityksen kanssa ja hankkimalla hätäpainikkeen vartijan kutsumiseksi. Yritys voi panostaa turvallisuuteen ja omaisuuden suojelemiseksi hankkimalla videovalvontajärjestelmän.

Sisäistä turvallisuutta yritys voi parantaa seulomalla työntekijöitä ja tarkastamalla heidän taustansa ja sitä voidaan ylläpitää työntekijöiden koulutuksilla.



Kuva 2. Tulevaisuuspyörä rasismista ja jengiytymisestä, jotka tekevät matkakohdeesta turvattoman.

5.3 Tulevaisuuspyörä 3. Digitalisaatio

Digitalisaatiolla tarkoitetaan tietotekniikan käytön yleistymistä yhä useammassa yhteiskunnan arkisissa toiminnoissa. Digitalisaatio on muutos, jossa maailmaan syntyy uusia toimintamalleja ja palveluja niin logistiikan, tuotekehityksen ja asiakaspalvelun alueilla. (Neittaanmäki, Lehto & Savonen 2021, 11.) Tavalliselle kansalaiselle digitalisaatio näkyy esimerkiksi erilaisina elektronisina palveluina sekä yleistyneinä itsepalvelutoimintoina kaupoissa ja pankeissa. Myös tieto, raha ja viestintä kulkevat digitaalisessa muodossa. (Neittaanmäki ym. 2021, 13.)

Digitalisaatio on maailmanlaajuinen ilmiö ja sen kehittyessä ja yleistyessä koko ajan, valitsimme sen yhden tulevaisuuspyörämme aiheeksi (Kuva 3). Tulevaisuuspyörässämme kuvaamme digitalisaation yleistymisen hankaluutena etenkin

vanhemmalle sukupolvelle, joka voi kohdata vaikeuksia palveluiden ostotilanteesta lähtien. Digitalisaatio on mahdollistanut myös kyberrikollisuuden ja asiakkaat voivat joutua esimerkiksi huijausten uhreiksi. Yrityksille digitalisaatio voi aiheuttaa myös ongelmia tietomurtojen ja -vuotojen osalta. Digitaalisiin palveluihin liittyvät uhat yleistyvät tulevaisuudessa ja vaikuttavat asiakkaan turvallisuudentunteen kokemiseen.

Asiakkaan turvallisuudentunteen kokemisen yksi vaikuttava tekijä on digitaalinen kuilu. Digitaalinen kuilu tarkoittaa kuilua niiden ihmisten välillä, jotka osaavat käyttää ja joilla on pääsy tieto- ja viestintätekniikkaan ja niiden välillä, jotka eivät osaa tai eivät pääse sitä käyttämään (Mielenihmeet 2022b). Digitaalisen kokemattomuuden ja osaamattomuuden vuoksi asiakas voi olla hyvinkin epävarma omasta osaamisestaan verkossa. Jo pelkkä matkan varaaminen voi aiheuttaa epävarmuutta ja pelkoa siitä, onnistuiko varaus vai katosivatko varat vain tililtä. Yleistynyt rikollisuus verkossa voi myös uhata asiakasta jo ennen matkaa esimerkiksi huijausviestein hotellin tai palvelun nimissä. Digitaalisiin palveluihin tottumaton asiakas voi jättää palveluita käyttämättä sen vuoksi, ettei osaa tai uskalla niitä varata. Huijauksen kohteeksi joutuessaan uhkaa asiakasta tulojen menetys.

Yritykset voivat ennakoida yleistynyttä kyberrikollisuutta rekrytoimalla kyberasiantuntijan, huolehtimalla tietosuojastaan sekä laatimalla tarkat ohjeet työntekijöille tietoturvasta ja esimerkiksi sosiaalisen median säännöistä. Yritys voi parantaa asiakaskokemusta myös varauspalveluihin liittyvällä livechat -palvelulla tai palvelunumerolla, jonka kautta asiakas voi saada apua tarvittaessa.



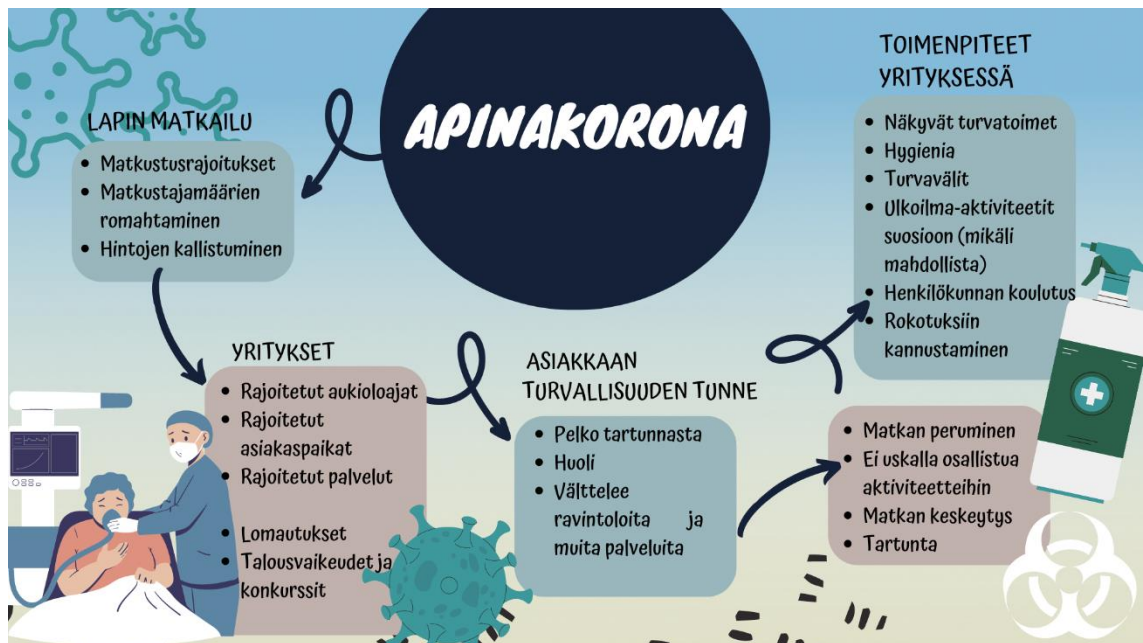
Kuva 3. Tulevaisuuspyörä kuvaa digitalisaatiota mitä se tuo tullessaan, mm. uudenlaisia uhkia ja tarpeen uudentyyppiselle osaamiselle. Se myös aiheuttaa epävarmuutta tietyissä asiakkaissa.

5.4 Tulevaisuuspyörä 4. Apinakorona

Vuosia sitten virustutkijat yrittivät varoittaa maailmaa eläinperäisten virusten leviämisestä ihmiseen. Tämä oli koronaviruksen heikko signaali. (Aalto yliopisto 2020). Koronaviruksen jälkeen on alettu uutisoida apinakorona, joka on tunnettu jo 1970-luvulla, mutta alkanut levitä erityisesti kuluneen vuoden aikana ihmisillä, jotka eivät ole matkustaneet taudin yleisimmillä esiintymisalueilla, kuten Afrikassa (Terveyden ja hyvinvoinninlaitos 2022b).

Tulevaisuuspyörässämme (Kuva 4) kuvaamme uudenlaisen viruksen leviämistä pandemiaksi ja kuinka se tulee vaikuttamaan matkustamiseen ja asiakkaiden turvallisuudentunteeseen. Pohdimme tulevaisuuspyörässä mahdollisia vaikutuksia asiakkaan turvallisuudentunteeseen sekä elinkeinoelämän kantokykyyn. Tulevaisuuspyörässä uusi vaarallinen pandemia, apinakorona, on levinnyt maailmanlaajuisesti ja uhkaa jälleen matkailualaa.

Tässä skenaariossa uusi pandemia on aiheuttanut matkustusmäärien romahduksen ja sen myötä palveluiden hintojen nousun. Yrityksissä pandemia näkyy uusina säännöksinä aukioloajoissa ja asiakaspaikkojen määrissä, mikä johtaa talousvaikeuksiin ja työpaikkojen menetyksiin. Asiakkaalla puolestaan on huoli omasta terveydestään ja hän saattaa vältellä aktiviteetteja ja palveluita, joissa voi altistua virukselle. Huoli terveydestä voi johtaa matkan perumiseen tai keskeyttämiseen. Yritys voi parantaa asiakkaan turvallisuudentunnetta näkyvillä turvatoimilla, kuten saatavilla olevilla kasvomaskeilla ja käsidesillä, suosimalla ulkoilma-aktiviteetteja ja kouluttamalla henkilökuntaansa.



Kuva 4. Apinakoronan seurauksia kuvaavassa tulevaisuuspyörässä asiakkaat ovat huolestuneita ja välttelevät palveluita, yrityksen vastuulla on järjestää asiakkaille mahdollisimman turvalliset puitteet loman viettoon.

5.5 Tulevaisuuspyörä 5. Ilmastonmuutos

Ilmastonmuutos tapahtuu parhaillaan. Lapin luonto ja eläimistö ovat sen vaikutuksille alttiita. Tulevaisuuden talvista ennustetaan leudompia. Lumisen ajan enteillään Suomessa lyhenevän, mutta samalla lumen määrän lisääntyvän Lapissa. Tämä tarkoittaa sitä, että lunta sataa lyhyessä ajassa enemmän. (Talliainen 12, 2019.)

Tulevaisuuspyörässämme esitämme skenaarioita ilmastonmuutoksen aiheuttamista ääriolosuhteista, kuten lumimyrskyistä, pimeydestä ja kylmyydestä ja niiden vaikutuksista asiakkaiden turvallisuudentunteeseen (Kuva 5). Ilmastonmuutoksen aiheuttamat sääilmiöt voivat vaikuttaa asiakkaan kokemukseen turvallisuudesta. Kokemattomuus arktisista olosuhteista voi lisätä pelon tunteita. Lumimyrskyt ja pakkaset voivat pelottaa ja samalla pelkkä kävelykin voi aiheuttaa hankaluuksia liukkauden vuoksi. Esimerkiksi pilkkireissulla asiakas voi pelätä jään olevan liian ohutta. Pahimmillaan asiakas voi olla niin huolissaan turvallisuudestaan sään vuoksi, että peruu aktiviteetit. Tyytymätön asiakas voi jättää myös huonoa palautetta yritykselle.

Yrityksen keinot turvallisuudentunteen parantamiseksi ovat asiakkaan riittävä ja asiantunteva opastus ja tarvittaessa asiaankuuluvien välineiden tarjoaminen. Yrityksen sisällä turvallisuutta parantavat ajantasainen turvallisuusosaaminen, koulutus ja ymmärrys siitä, milloin aktiviteettia ei kannata järjestää.



Kuva 5. Tulevaisuuspyörä ilmastonmuutoksesta, joka tuo tullessaan epävakaamat säät ja lisää riskejä Lapin matkailuun.

5.6 Tulevaisuuspyörä 6. Sota

Aiemmin käsittelimme Lapin sotaa ja siitä aiheutuneita vaikutuksia Lapin matkailuun. Tämä on yksi valitsemamme aihe, jota halusimme käsitellä tulevaisuuspyörän kautta ja hahmottaa mahdollista ennakointia matkailussa (Kuva 6). 24.2.2022 Venäjä hyökkäsi Ukrainaan ja edelleenkin päivittäin uutisissa on uutta tietoa sodan tilanteesta ja vaikutuksista, jotka näkyvät myös Suomessa. Tulevaisuuspyörässämme käsittelemme kuvitteellista skenaariota, jossa sota Euroopassa on laajentunut ja Suomi on hybridi-iskujen kohteena (Kuva 7). Kuitenkin fyysisiä iskuja ei ole vielä tullut.

Tulevaisuuspyörässämme historia toistaa itseään. Aivan kuten toisen maailmansodan alettua Euroopassa vuonna 1931, Suomen matkailualalla ajatellaan sodasta huolimatta jälleen positiivisesti ja panostetaan toiveikkaina kotimaan matkailuun ulkomaan matkailun ollessa käytännössä mahdotonta. (Hautajärvi, 192, 2014.) Kuitenkin hintojen nousu ja lama vaikeuttavat matkustamista entisestään ja matkustamisesta voi tulla eräänlainen luksustuote, johon vain varakkailla on varaa. Matkailu ei ole ihmisen perustarve, joten se on yksi ensimmäisistä asioista, josta ihminen luopuu kriisin edessä. Matkailua rajoittavat nousseiden hintojen lisäksi pelko jättää kotinsa, huoli itsestään ja perheestään. Miehet ja korkeakoulutetut ottavat korkeampia riskejä matkalle lähtiessään, eivätkä ole yhtä halukkaita perumaan matkaansa, kuin perheelliset. Yritykset voivat yrittää ennakoida sodan aiheuttamia tapahtumaketjuja panostamalla kotimaanmatkailuun ja kohdentaa markkinointia todennäköisimmin matkaaviin ryhmiin.



Kuva 6. Viimeinen tulevaisuuspyörämme kuvaa, kuinka sodan vallitessa Euroopassa matkailuyritykset panevat toivonsa kotimaanmatkailuun. Matkailijamäärät pienenevät ja yritykset joutuvat tekemään vaikeita päätöksiä.

5.7 Turvallisuudentunteen ymmärtämisen ja heikkojen signaalien tulkinnan merkitys matkailualalla

Näistä tulevaisuuspyöristä voi päätellä, että erilaiset heikot signaalit ja niistä aiheutuvat johdannaisvaikutukset vaikuttavat eri tavoin eri matkailijatyyppeihin. Asiakkaan turvallisuudentunteen ennakointi on tärkeää, koska ennakkoinnin ja sitä johtavien konkreettisten toimenpiteiden avulla yritys voi taata asiakkaalle paremman ja turvallisemman kokemuksen matkan aikana. Asiakkaan turvallisuudentunteen ennakkoinnilla ja parantamisella on myös positiivinen vaikutus yrityksen liiketoimintaan. Tyytyväinen asiakas palaa todennäköisemmin ostamaan uusia palveluita, suosittelee yritystä muille ja antaa hyvää palautetta myös näkyvästi. Toisaalta tyytymätön asiakas ei palaa helposti ja voi antaa yritykselle huonoa, näkyvää palautetta esimerkiksi yrityksen Google -arvosteluissa tai sosiaalisessa mediassa. (Takala 2017, 8–9.)

Kun yritys tunnistaa tekijät, jotka voivat vaikuttaa asiakkaan turvallisuudentunteen kokemukseen, voi yritys parantaa toimintaansa ja tehdä konkreettisia tekoja turvallisuudentunteen parantamiseksi. On hyödyllistä tunnistaa, kuinka turvallisuudentunne vaihtelee eri ihmistyyppien välillä ja miten esimerkiksi demografiset

tekijät voivat vaikuttaa turvallisuudentunteeseen ja sen järkkymisen reagoitintaan. Konkreettisia toimenpiteitä, joita matkailualan yritys voi tehdä asiakkaan turvallisuudentunteen parantamiseksi olivat turvallisuuspyörissämme esimerkiksi henkilöstön koulutus ja turvallisuusosaaminen, avoin viestintä sekä ajantasaiset turvallisuussuunnitelmat. Yritys voi parantaa toimintaansa myös muokkaamalla palveluidensa konsepteja asiakasryhmiin mukautuen. Myös asiakkaan kuunteleminen ja neuvominen olivat tärkeitä pääpiirteitä asiakkaan turvallisuudentunteen parantamisessa.

Heikkojen signaalien tulkinta on yritykselle hyödyllistä koska sen avulla yritys voi parantaa ennakointia yrityksen liiketoiminnassa. Avoin keskustelu ja katsaus tulevaisuuteen voi olla erittäin hyödyllistä ja tuoda esiin uusia skenaarioita, joihin yritys voi tulevaisuuspyörää hyödyntäen varautua. Yritys voi soveltaa tulevaisuuspyörää omien tarpeidensa ja intressiensä mukaan. Sitä voi hyödyntää yritystoiminnan kehittämiseksi, ennakointimenetelmäksi sekä tulevaisuuden visualisoinniksi. Parhaimmillaan asiakkaan turvallisuudentunteen ennakointi ja heikkojen signaalien tunnistaminen voivat parantaa liiketoimintaa ja nostaa yrityksen arvoa.

Opinnäytetyömme on tutkimuksellinen opinnäytetyö, mikä tarkoittaa sitä, että perehdyimme rajattuun aihepiiriin - tässä tapauksessa turvallisuudentunteen merkityksen asiakaskäyttäytymiseen – ja analysoimme sitä. Tutkimukselliseen opinnäytetyöhön voi liittyä muun muassa haastatteluja ja mittauksia, mutta käytimme myös jo olemassa olevia kansainvälisiä mittauksia ja tutkimustuloksia aiheesta, sillä aihe Suomessa on uusi, eikä sitä ole vielä paljoa tutkittu. Vaikka pystyimme tutustumaan tällä hetkellä olemassa oleviin kävijätilastoihin ja matkailijoiden turvallisuudentunteeseen Lapissa, eivät ne vielä kuvaa nykytilannetta tai mahdollista tulevaa. Aloitimmekin opinnäytetyön tutustumalla luotettavaan tietoon matkailualan turvallisuudesta ja asiakaskäyttäytymisestä. Tutkimme määrällisiä ja laadullisia tutkimustuloksia vastaavanlaisista tilanteista. Käytimme myös esimerkiksi jo sodan kokeneiden maiden olemassa olevia kävijätilastotutkimuksia ja etsimme tietoa niin asiakaskäyttäytymisestä kuin matkailijoiden syistä valita tai välttää matkakohteita ja kuinka tärkeää turvallisuudentunne on matkakohteen valinnassa.

Hyödynsimme opinnäytetyössämme kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää sekä tutkimusstrategiaa eli tapaustutkimusta. Kvalitatiivinen tutkimus keskittyy tyypillisesti tulevaisuuteen ja sen tarkoituksena on kehittää, uudistaa tai parantaa tutkittavaa kohdetta. Tämä tutkimusmenetelmä on kokonaisuus, jossa aineiston keruun lisäksi on tarkasteltava miten sitä tullaan analysoimaan (Pitkäranta 2014, 9). Aiheen päättely lähtee laadullisessa tutkimuksessa johtoajatuksista, joka lähtee etenemään eri suuntiin, mutta palaa kuitenkin takaisin itse ytimeen (Pitkäranta 2014, 13). Teoriaa voidaan kerätä jo valmiista aineistoista tai esimerkiksi haastatteluista. Tätä menetelmää voidaan toteuttaa myös luomalla uutta teoriaa aiheesta. (Pitkäranta 2014, 22.)

Tapaustutkimuksen tavoitteena on tutkia ja tuottaa ilmiökokonaisuudesta tai muutamasta kohteesta syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa. Tätä tapaa voidaan toteuttaa monta eri analyysimenetelmää hyödyntäen. Tutkimuksessa voidaan puhua tapauksista, joilla viitataan satunnaisiin tutkimuskohteisiin. Yhdessä nämä muodostavat tutkimuksen tärkeimpien pointtien joukon. (Koppa 2015.) Työmme aiheen ollessa asiakkaan turvallisuudentunteen ennakointi ja heikot signaalit, koemme tämän menetelmän olevan meille hyödyllisin. Tälläkin hetkellä on monia

ilmiöitä, joilla on vaikutusta turvallisuudentunteeseen ja halusimme avata intensiivisemmin muutamaa niistä.

Opinnäytetyössämme käyttämäämme menetelmään kuului myös ennakointi. Ennakointimenetelmän tarkoituksena on käsitellä tulevaisuuden kehittämisalueita, joiden avulla voidaan hyötyä laajasti. Tämä menetelmä vaatiikin järjestelmällisyyttä, mutta antaa mahdollisuuksia erilaisiin tapoihin kerätä tietoa. (Oppariapu 2016). Ennakointimenetelmän avulla voidaan varautua ennakoimattomiin tai vaikeasti ennakoitaviin tilanteisiin tai tapahtumiin, sekä sitä voidaan pitää esimerkiksi sidosryhmien viestinnän kulmakivenä. Ennakoinnin avulla voidaan myös perehtyä tulevaisuuden trendeihin.

Ennakoinnin tarkoituksena on luoda tulevaisuustietoa yrityksen näkökulmasta sekä ennakoida mitkä asiat ovat tulevaisuudessa mahdollisia, vältettäviä tai oletettavia. Ennakointimenetelmällä voidaan luoda ongelmalle useampia eri ratkaisuja, jotka antavat päätöksenteolle useampia mahdollisuuksia. (Ojasalo, Moilanen, & Ritalahti 2015, 91–92.) Edellä mainittujen tekijöiden vuoksi koimme, että hyödyimme ennakointimenetelmästä. Käytännössä pyrimme ennakoimaan, kuinka asiakaskäyttäytyminen muuttuu turvallisuustilanteen muutoksien mukana.

Käyttämiamme ennakointimenetelmiä olivat tulevaisuuspyörä, tulevaisuusvers-tas sekä heikot signaalit. Käytimme myös yhteisöllistä menetelmää, aivoriihtä, jonka tarkoituksena oli löytää uutta tietoa ja ideoita lyhyessä ajassa. Aivoriihessä tarkoituksena on, että mitä enemmän ajatuksia syntyy, sen todennäköisempää on, että niissä on mukana myös hyödyllisiä ideoita. (Innokylä 2022.) Tämä menetelmä toimi meille, sillä se on luova ja mahdollistaa uusien ajatusten syntymisen nopealla tahdilla. Näiden menetelmien avulla tarkoituksemme oli löytää paljon uutta tietoa ja ymmärrystä aiheesta ja pyrkiä rajaamaan se siten, että se hyödyttää opinnäytetyön lukijaa.

Opinnäytetyömme aihe muuttui hieman alkuperäisestä suunnitelmastamme. Ensimmäisenä ajatuksenamme oli tehdä työ pääsääntöisesti sodan aiheuttamista vaikutuksista matkailuun ja asiakaskäyttäytymiseen. Paljon on kuitenkin tapahtunut ja tulee tapahtumaan sodasta tulleen lumipalloefektin vuoksi, joten päätimme laajentaa aiheemme heikkoihin signaaleihin. Saimme opinnäytetyöstämme laajemman sekä monipuolisemman, entistä ajankohtaisemman ja hyödyllisemmän sekä ennen kaikkea ennakoivan.

Henkilökohtaisina tavoitteinamme oli tehdä hyödyllinen ja johdonmukainen opinnäytetyö, joka vastaa Lapin ammattikorkeakoulun tavoitteita ja josta voimme olla ylpeitä. Pyrimme tekemään opinnäytetyömme siten, että työ on looginen ja selkeästi rajattu. Tämän vuoksi myös löytämämme tiedon soveltaminen ja hyödyntäminen järkevästi oli meille ensiarvoista. Myös käsitteiden määrittely ja asiantunteva käyttö olivat tärkeitä elementtejä. Opinnäytetyömme oli myös eettisesti toteutettu, jonka vuoksi tarkastelimme työtämme ja lähteitä kriittisesti. Halusimme opinnäytetyömme lopputuloksen olevan johdonmukainen, luotettava sekä hyödyllinen niin matkailualan yrityksille, toimeksiantajallemme sekä meille itsellemme. Tavoitteemme oli myös pysyä aikataulussa, mutta kuitenkin ajanhallinta sekä yhteisen ajan löytäminen olivat suurimpia haasteita opinnäytetyössämme.

Onnistuimme toteamaan turvallisuudentunteen vaikuttavan asiakkaan käytökseen, mutta myös demografisten tekijöiden vaikuttavan turvallisuudentunteen kokemiseen. Laajensimme aiheemme näkökulman heikkoihin signaaleihin ja niiden tulkitsemiseen ja ennakoinnin helpottamiseen. Lopputulemana loimme kuusi visuaalista tulevaisuuspyörää, joissa kuvasimme erilaisia ilmiöitä ja tapahtumia ja niiden vaikutuksista asiakkaan turvallisuudentunteeseen ja käytökseen.

Tulevaisuuspyörien avulla yritykset voivat helpottaa ennakointia ja esimerkiksi kriiseihin varautumista. Niiden avulla voi kuvitella ja visualisoida erilaisia vaihtoehtoja ja laajentaa näkemyksiään. Tulevaisuuspyöriä voi käyttää laaja-alaisesti ja niiden fokuksen yritys voi päättää itse omien intressiensä perusteella. Vääriä vastauksia tulevaisuuspyörissä ei ole, joten niiden luomiseen voi osallistua kuka tahansa yrityksessä.

Opinnäytetyömme aikataulutus sekä työnjako pysyi melkein suunnitelmassa. Työvuoromme menivät koko syksyn aika lailla ristiin, milloin toinen oli aamuvuorossa, oli toinen iltavuorossa. Sekä vapaat eivät menneet kuin kerran samalle päivälle. Myös tämänhetkinen työllisyystilanne matkailualalla on heikko, joten työvuorot olivat pääsääntöisesti koko päivävuoroja, esimerkiksi 11–21. Kuitenkin pyrimme olemaan iltaisin Teamsin kautta yhteydessä muutaman kerran viikossa sekä melkein päivittäin WhatsAppin kautta. Huomattuamme, ettemme saa sovittua aikatauluja yhteen jaoimme kappaleet mitä kirjoitamme ja sen jälkeen luimme toistemme työt ja muokkasimme ja yhdistimme ne johdonmukaisesti.

Suunnitelmamme ei mennyt niin kuin olimme suunnitelleet, mutta paremmin mitä osasimme odottaa. Opinnäytetyön kirjoittamisen aloitettuamme totesimme melkein heti, että miten saamme lisää tunteja vuorokauteen ja kuinka mahdutamme näin laajan työn, omien töiden, harrastusten sekä muun vapaa-ajan lisäksi. Epätoivon jälkeen mahdutimme sekä organisoimme kalentereihin opinnäytetyöhön käytettävän ajan ja teimme parhaamme. Loppujen lopuksi organisointi kannatti, kun opinnäytetyö on vihdoin valmis ajallaan.

Loppu hyvin, kaikki hyvin. Vaikka alku takelteli jo aihevalinnan kanssa ja aikataulut takkusivat, on yhteistyömme aina ollut saumatonta ja näkemyksemme samantyyppiset. Ymmärrämme helposti toisiamme ja tämän vuoksi olemme olleet aina loistava työskentelypari. Koemme saaneemme aikaan kattavan työn, joka kuvastaa nykyajan trendejä, mutta myös mahdollisia tulevaisuudenkuvia. Opinnäytetyömme ansiosta opimme paljon uutta etenkin asiakaskäyttäytymiseen vaikuttavista tekijöistä sekä ennakkoinnista. Myös se, kuinka altis matkailuala on kriiseille, oli melkoinen opetus ja sai arvostamaan ennakkoinnin merkitystä yhä enemmän. Tulevaisuuspyörä tuli työkaluna meille tutuksi ja toivomme voivamme hyödyntää sitä vielä tulevaisuuden tehtävissä. Työn tekeminen oli myös mielekästä ja erilaiset tulevaisuuskuvitelmat avarsivat ajatteluamme. Kaikkinensa voimme sanoa oppineemme opinnäytetyöprosessimme aikana paljon uusia asioita, joista on myös meille itsellemme hyötyä tulevaisuudessa.

LÄHTEET

Aalto yliopisto 2020. Heikot signaalit tuovat viestejä tulevaisuudesta. Viitattu 5.11.2022 <https://www.aalto.fi/fi/uutiset/heikot-signaalit-tuovat-viesteja-tulevaisuudesta>.

- Aho, S. 2007. Lapin matkailun nousukiito. Kide -lehti.
<https://www.ulapland.fi/loader.aspx?id=e3325559-83b1-490b-baf5-9bf23b31417f>.
- Alentola, A. 2022. Pohjoisen poliisi huolissaan: Ruotsin jengirikollisuus liikkuu kohti Suomea. Viitattu 4.11.2022
<https://www.iltalehti.fi/ulkomaat/a/135d2295-0ba6-4840-aa5b-6bc713361675>.
- Arctic Smartness 2022. Arktinen turvallisuus. Viitattu 3.11.2022
<https://arcticsmartness.fi/arktinen-turvallisuus/>.
- Artal-Tur, A., Kozak, M., Kozak N. 2019. Trends in tourist behavior: new products and experiences from Europe. Springare.
- Asher & Lyric 2022. The 203 Worst (& Safest) Countries for LGBTQ+ Travel in 2022. Viitattu 6.11.2022
<https://www.asherfergusson.com/lgbtq-travel-safety/>.
- Bergström, S., Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Publishing Oy.
- Business Finland 2019. Matkailutilinpito. Viitattu 6.10.2022
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/matkailutilinpito>.
- Garg, A 2015. Travel Risks vs Tourist Decision Making: A Tourist Perspective. International Journal of Hospitality & Tourism Systems Volume 8 Issue 1. Viitattu 20.10.2022 https://www.researchgate.net/publication/279012375_Travel_Risks_vs_Tourist_Decision_Making_A_Tourist_Perspective.
- Green Key 2022. Maailman ensimmäisten matkailuporojen hyvinvointikriteeristä julkaistu. Viitattu 10.10.2022 <https://greenkey.fi/maailman-ensimmainen-matkailuporojen-hyvinvointikriteeristo-julkaistu/>.
- Haaga-Helia 2020. Koronaepidemian vaikutus suomalaiseen matkailuun – Kansainvälinen kyselytutkimus kuluttajille Suomen maaraportti. Viitattu 17.11.2022 https://www.haaga-helia.fi/sites/default/files/file/2020-10/koronaepidemian_vaiutus_suomalaisten_matkailuun_5_2020_0.pdf.
- Hautajärvi, H. 2014. Autiotuvista lomakaupunkeihin – Lapin matkailun arkkitehtuurihistoria. Helsinki: Unigrafia.
- Hel 2021. Turvallisuus ja turvattomuus. Viitattu 25.10.2022
<https://www.hel.fi/sote/perheentuki-fi/koululaiset/koulu/turvallisuus/>.
- Hellon 2020. Miten varmistat asiakkaiden turvallisuuskokemuksen matkailualalla. Viitattu 10.10.2022
<https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/matkailu-feel-safe-korj.pdf>.
- HelsinkiPride -Yhteisö 2022. Pride historiaa. Viitattu 04.11.2022
<https://pride.fi/meista/pride-historiaa/>.

House of Lapland 2022a. Infograafi: 10 faktaa Lapin matkailusta 2021–2022. Viitattu 6.10.2022 <https://www.lapland.fi/fi/business/infograafi-10-faktaa-lapin-talvimatkailusta-2021-2022/>.

House of Lapland 2019. Lapin matkailustrategia 2020–2023. Matkailun tilannekuva-analyysi. Viitattu 6.10.2022 https://arcticsmartness.eu/wp-content/uploads/Matkailu_tilannekuvaraportti_web.pdf.

House of Lapland 2022b. Toimialafaktaa: Matkailu Lapissa. Viitattu 6.10.2022 <https://www.lapland.fi/fi/business/matkailu-lapissa/>.

livari, P. 2012. Matkailun turvallisuus, Globaalit muutokset – paikalliset vaikutukset. Rovaniemi: Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

Innokylä 2022. Aivoriihi. Viitattu 4.9.2022 <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/aivoriihi>.

Kantar TNS Oy. Markkina- ja kuluttajatutkimus 2021 2020. Viitattu 10.10.2022 https://www.lapland.fi/uploads/2021/02/c063fa5a-matkailun-markkina-ja-kuluttajatutkimus_syksy2020.pdf.

Kettunen, J. & Meristö, T. 2010. Seitsemän tarinaa innovaatiosta. Teknologiateollisuus ry.

Koppa 2015. Tapaustutkimus. Viitattu 17.11.2022 <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/tapaustutkimus>.

Kuusio, H., Seppänen, A, Jokela, S., Somersalo, L. & Lilja, E. (toim.). Ulkomaalaistaustaisten terveys ja hyvinvointi Suomessa FinMonik-tutkimus 2018–2019. Viitattu 6.11.2022 https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/139210/URN_ISBN_978-952-343-034-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Laakso, A. 2016. Tulevaisuutta tekemään. Viitattu 27.10.2022 <https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2018/07/N%C3%84KY-k%C3%A4sitteit%C3%A4-ja-metodeja.pdf>

Lapin Ammattikorkeakoulu 2021A. Lapin korkeakoulukonserni LUC. Viitattu 29.8.2021 <https://www.lapinamk.fi/fi/Esittely/LUC>.

Lapin Ammattikorkeakoulu 2022B. Strategia. Viitattu 20.9.2022 <https://www.lapinamk.fi/fi/Esittely/Strategia>.

Lapin Liitto 2022. Lapin matkailu – yhteistyöllä kansainväliseen menestykseen. Viitattu 6.10.2022 <https://www.lapinliitto.fi/edunajaminen/matkailu/>.

LUC 2022. Turvallisuus käsitteenä. Viitattu 25.10.2022 <http://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=f9658aa3-6e6a-4041-842e-61d4a04f352b>.

Löppönen, P. Matkakauppaa on alkanut leimata ostajien varovaisuus – etelänloman varaamista harkitaan nyt pitkään. YLE uutiset. Viitattu 4.11.2022 <https://yle.fi/uutiset/3-12643164>.

Löyttyniemi, R. & Veikkolainen, S. 2022. Varautumisen ABC - nämä asiat on hyvä tarkistaa poikkeustilanteiden varalta. Viitattu 27.10.2022 <https://yle.fi/aihe/a/20-10002676>.

Mannermaa, M. 2004. Heikoista signaaleista vahva tulevaisuus. WSOY. 2. painos.

Mielenihmeet 2022a. Maslow'n tarvehierarkia. Viitattu 26.10.2022 <https://mielenihmeet.fi/maslown-tarvehierarkia/>.

Mielenihmeet 2022b. Mikä on digitaalinen kuilu? Viitattu 15.11.2022 <https://mielenihmeet.fi/mika-on-digitaalinen-kuilu/>.

Mustalahti, J. 2018 Turvallisuushkien vaikutus matkailijavirtoihin Lapin lentoliikenteen näkökulmasta. Viitattu 28.10.2022 <https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63557/Mustalahti.Jussi-Pekka.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Neittaanmäki, P., Lehto, M. & Savonen M. 2021. Yhteiskunnan digimurros. Jyväskylän yliopisto. Yliopistopaino: Jyväskylä. Viitattu 5.11.2022 <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/75328/Yhteiskunnan%20digimurros.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Nurmi, T. 2022. Tulevaisuuspyörä verstastyöskentelyssä. Viitattu 26.10.2022. <https://tulevaisuus.fi/metodit/skenaariotyoskentelyn-sovelluksia/osallistavat-metodit/tulevaisuuspyora-verstastyoskentelyssa/>

Ojasalo, K., Moilanen, T & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmä, Helsinki: Sanoma Pro Oy. 3.–4. painos. E-kirja.

Oppariapu 2016. Ennakointimenetelmät. Viitattu 4.9.2022. [https://oppariapu.wordpress.com/ennakointimenetelmät/..](https://oppariapu.wordpress.com/ennakointimenetelmät/)

Oksanen, M. Tukes: Tiedote 2017. Turvallisuus kilpailuvaltti Lapin matkailussa. Viitattu 20.10.2022 <https://tukes.fi/-/turvallisuus-kilpailuvaltti-lapin-matkailussa>.

Pitkäranta, A. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä: työkirja ammattikorkeakouluun, e-Oppi Oy. E-kirja.

Pouru, L., Minkkinen, M. & Neuvonen, A. 2020. Monipuolinen ennakointi auttaa tulevaisuuden yllätysten kohtaamisessa. Viitattu 20.10.2023 <https://tietokayttoon.fi/ajankohtaista/blogi/-/blogs/monipuolinen-ennakointi-auttaa-tulevaisuuden-yllatysten-kohtaamisessa>.

Rissanen, M. 2022. Asiakaspolulla oivalluksia tuotteistamiseen. Viitattu 01.11.2022 <https://arcticideas.fi/miksi-asiakkaasi-ostaa-sinulta/>.

Sosiaali- ja terveysministeriö. 2022. Suomi on sukupuolten tasa-arvon edelläkävijä. Viitattu 6.11.2022 <https://stm.fi/suomi-on-sukupuolten-tasa-arvon-edellakavija>.

Suojelupoliisi. 2022a. Äärioikeistolainen ideologia terrorismin näkökulmasta. Viitattu 6.11.2022 <https://supo.fi/aarioikeistolainen-ideologia>.

Suojelupoliisi. 2022b. Äärioikeistolaisen terrorismin uhka on yleistynyt Suomessa. Viitattu 6.11.2022 <https://supo.fi/aarioikeistolainen-terrorismi>.

Takala, R 2017. Asiakastyytyväisyyden tutkiminen ja kehittäminen. Opinnäytetyö. SeAMK. Liiketalouden tutkinto-ohjelma. Viitattu 20.11.2022 <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/139076/Roope%20Takala.pdf?sequence=1>.

Talliainen, P. 2019. Ilmastonmuutoksen vaikutus Suomen luontoon esimerkkiympäristöissä. WWF. Viitattu 5.11.2022 https://wwf.fi/app/uploads/e/e/8/nemcd2ojf64v9qtqt7rrii/ilmastonmuutos_ja_suomen_luonto.pdf.

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2022b. Apinarokko. Viitattu 5.11.2022 <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/taudit-ja-torjunta/taudit-ja-taudinaiheuttajat-a-o/apinarokko>.

Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2022a. Sukupuolten tasa-arvo. Viitattu 6.11.2022 <https://thl.fi/fi/web/sukupuolten-tasa-arvo/lait-ja-politiikka/tasa-arvon-edistysaskeleita>.

The Millennium Project 2022. Jerome C. Glenn, executive director. Viitattu 26.10.2022 <https://www.millennium-project.org/about-us/planning-committee/jerome-glenn/>.

Turvallisuuskomitea 2022. Ennakointi ja varautuminen. Viitattu 20.10.2023 <https://turvallisuuskomitea.fi/yhteiskunnan-turvallisuusstrategia/ennakointi-ja-varautuminen/>.

Valtioneuvoston Kanslia 2022. Tulevaisuustyö ja ennakointi. Viitattu 20.10.2023 <https://vnk.fi/tulevaisuus>.

Veijola, S. 2013. Matkailututkimuksen lukukirja. Lapin yliopistokustannus.