

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Matala, S. & Piironen, I. (2023) Virtuaalimatkaillen kehittämishankkeen tuloksia ja pohdintaa. TAMK-blogi, 3.10.2023.

URL: <https://blogs.tuni.fi/tamkblogi/tutkimus/virtuaalimatkaillen-kehittamishankkeen-tuloksia-ja-pohdintaa/>

# Virtuaalimatkailun kehittämishankkeen tuloksia ja pohdintaa

3.10.2023 — Liisa Marttila



TAMK:n VIRMA-hanke päättyi elokuun lopussa. Hanke sparrasi kymmeniä yrityksiä ja kohtasi satoja matkailualalla työskenteleviä. Voidaan todeta, että hanke onnistui jopa yli odotusten ja antoi siihen osallistuneille arvokasta tietoa sekä kokemusta virtuaalimatkailusta ja sen parissa työskentelystä.

Virtuaalimatkailu-hankkeessa (VIRMA) paneuduttiin auttamaan Pirkanmaan alueen matkailuyrityksiä virtuaalisten matkailutuotteiden innovoinnissa, suunnittelussa ja lanseerauksessa. Hankkeen aikana saatiin tuloksena muutama kaupallistettu tuote markkinoille ja kehitettiin useita aihioita, joista voidaan jatkossa kehittää myytäviä tuotteita.

Kaikki palautekyselyihin vastanneet kokivat hankkeen onnistuneena. Erityisesti kehitettiin hankkeen luomia verkostoitumismahdollisuuksia ja tapahtumia alueen matkailualan toimijoiden, VR-palveluja tarjoavien yritysten ja oppilaitosten välillä. Lisäksi hyväksi koettiin tietämyksen lisääntyminen VR-tuotteista, niiden mahdollisuuksista ja rajoitteista. Muutamien matkailualan yrittäjien olivat saaneet konkreettisen tuotteen hankkeen ansiosta tai ainakin ideoita sellaista varten.

Myös hankkeen synnyttämä malli virtuaalimatkailun suunnittelusta ja toteutuksesta koettiin ymmärrettäväksi ja hyödylliseksi matkailuyrittäjien tarpeisiin. Malli on julkaistu elokuussa

2023 Visit Tampereen verkkosivuilla (<https://visittampere.fi/yrityksille/tietoa-ja-osaamista-yrityksille/>).

## Haastavalle markkinalle uutta näkökulmaa

Osallistajat kokivat VR-matkailussa haasteina kilpailua perinteisen matkailun kanssa sekä liiketoiminnan kannalta järkevän ansaintamallin luomista. Erityisesti koronasulun päätyttyä aikaa tai tarvetta VR-tuotteelle on ollut vaikea löytää, koska perinteinen matkailu on lähtenyt heti voimakkaaseen nousuun. Eräs palautteen antaja tiivistä asian virtuaaliopastuksen suhteen: ”se on ihan hyvä tuote, mutta yksin sillä ei toistaiseksi elä ja on vaikea kuvitella, miten sillä eläisi jatkossakaan.” Usein VR-matkailutuote nähdään markkinointivälineenä, tutustumisena varsinaiseen kohteeseen ennen fyysistä matkaa sinne.

Asennoituminen VR-matkailutuotteeseen vaatii vielä kehittymistä ja ehkäpä kohderyhmien tarkempaa pohtimista ja rajaamista. Fyysistä matkailua ei tarvitse eikä voikaan korvata täysin virtuaaliympäristöllä. Tähän vaikuttavat tällä hetkellä eniten kokonaisvaltaisen aisti-elämyksen rajoitteet suhteessa reaali maailmaan. Aina ei kuitenkaan ole mahdollista tai edes tarvetta liikkua fyysisesti. On olemassa erityisiä potentiaalisia asiakasryhmiä, esimerkiksi koululaiset, joille voidaan tuotteistaa mielekkäitä virtuaalisia tuotteita ja samalla säästää siirtymisiin liittyviä kuluja ja aikaa.

## Hankeyhteistyö kannattaa ja VR-matkailun tulevaisuudessa on mahdollisuuksia

Hankkeen osallistajat kokivat hyötyvänsä jatkossakin oppilaitosyhteistyöstä ja sen verkostoitumismahdollisuuksista. Kaikkea ei tarvitse eikä kannata tehdä itse. Teknologian kehittyessä ja uusien ideoiden myötä voivat VR- ja etämatkailu hyvinkin muuttua itsenäisesti kannattaviksi tuotteiksi. VR-matkailun tulevaisuuden kehityssuunta jää nähtäväksi. On tosiasia, että fyysisen matkailun resurssit ja ympäristö ovat nykyään uhattuina mm. ilmastonmuutoksen aiheuttamien vakavien seurausten vuoksi. On todella mielenkiintoista seurata matkailualan kehittymistä kokonaisuudessaan: miten matkaillaan 10 vuoden päästä?

**Kirjoittajat:** Sari Matala, VIRMA-hanketiimin jäsen, lehtori, Liiketalous ja media, TAMK ja Ilkka Piironen, VIRMA-hanketiimin jäsen, lehtori, Sosiaali- ja terveys, TAMK.

**Kuva:** Ilkka Piironen, TAMK.