



# **TAMPEREEN MATKAILU- JA MAJOITUSTOIMINNAN TULEVAISUUS 10 VUODEN KULUTTUA**

Essi Eljoki

Opinnäytetyö  
Maaliskuu 2012  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma  
Tampereen ammattikorkeakoulu

TAMPEREEN AMMATTIKOPI

Tampere University of Applied Sciences

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

ELIJOKI, ESSI: Tampereen matkailu- ja majoitustoiminnan tulevaisuus  
10 vuoden kuluttua

Opinnäytetyö 46s., liitteet 2s.  
Maaliskuu 2012

---

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, millainen on Tampereen matkailu- ja majoitustoiminnan tulevaisuus 10 vuoden kuluttua. Erityisesti työssä selvitetään sitä, millaisia majoitusliikkeitä Tampereella vuonna 2021 on.

Työn tilaajana toimii Tredea Oy, joka on Tampereen kaupunkiseudun elinkeino- ja kehitysyritys. Tutkimus tehtiin viiden majoitusalan toimivan henkilön teema-haastatteluna. Haastateltavat kertoivat etukäteen määriteltyjen teemojen perusteella oman mielipiteensä Tampereen majoitustulevaisuudesta.

Teoriaosuus sisältää matkailu- ja majoitustoiminnan määrittelyä, Suomen majoitustoiminnan historiaa ja Pirkanmaan alueen majoitustoiminnan nykytilanteen. Työ sisältää myös matkailun strategioita Suomessa ja Tampereella sekä tulevaisuuden tutkimuksen teoriaa. Tutkimustuloksissa käydään läpi haastateltavien tulevaisuuden kuvauksia.

Johtopäätöksissä ilmenee, että Tampereella 10 vuoden kuluttua on enemmän majoitusliikkeitä kuin nyt ja suurin osa niistä on ketjuomistuksessa. Majoitusliikkeet edustavat keskitasoa, eikä viiden tähden majoitukselle ole tarvetta. Budjettimajoituskohteita on tulevaisuudessa kuitenkin enemmän. Majoitusliikkeet keskittyvät ympäristöystävällisyyteen ja palvelemaan erilaisten majoituspakettien avulla hyvin erilaisia asiakkaita. Erikoistuminen alalla koetaan myös tärkeäksi tulevaisuudessa ja tekniikan kehittyminen vaikuttaa alalla monissa asioissa. Vaikka tekniikka korvaa monilla aloilla työntekijät, ei sen vaaraa kuitenkaan ole majoitusalan.

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

ELIJOKI, ESSI: The future of Tampere tourism and accommodation industry in 10 years

Bachelor's Thesis 46 pages, appendices 2 pages  
March 2012

---

The aim of the study was to chart how tourism and accommodation industry in Tampere will look like in 10 years. In particular, the study focused on what kind of accommodation facilities there are in Tampere in 2021.

The study was commissioned by Tredea Oy (Tampere region economic development agency). The study was conducted as a theme interview and the interviewees were five people working in the accommodation industry. The interviewees described their opinions about the future of the accommodation industry in Tampere based on various themes.

The theory part includes the definition of tourism and the accommodation industry, the history of Finnish accommodation industry, and its current situation in Tampere region. The study also includes tourism strategies in Finland and Tampere and theory on future studies. The interviewees' future scenarios are discussed in the results.

Based on the results, there are more accommodation providers in Tampere in 10 years, and most of them are part of some hotel chain. The ratings level of the accommodation facilities is average, and there is no need for a five-star hotel in Tampere. However, in the future there are more budget accommodation facilities than nowadays. All the accommodation providers concentrate on being environmentally friendly and on offering different kinds of accommodation packages to different types of customers. Specializing is important in the accommodation industry, and the development of technology affects many things. Although technology replaces employees in many fields, there is no threat of that in the accommodation field.

---

Key words: future studies, Tampere, tourism, accommodation

1 JOHDANTO .....	5
2 MATKAILU- JA MAJOITUSTOIMINTA.....	7
3 PIRKANMAAN ALUEEN MAJOITUSTOIMINTA .....	12
3.1 Suomen matkailun historia .....	12
3.2 Tampereen majoitusalan nykytilanne .....	14
4 MATKAILUN STRATEGIAT .....	17
4.1 Suomen vahvuudet ja heikkoudet matkailumaana.....	17
4.2 Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 .....	18
4.3 Pirkanmaan matkailustrategia .....	19
5 TULEVAISUUDEN TUTKIMUS .....	20
5.1 Megatrendit ja heikot signaalit .....	21
5.2 Matkailun skenaariot .....	22
7 TUTKIMUSTULOKSET .....	28
8 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	37
LÄHTEET.....	43
LIITTEET.....	46

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni selvitän asiantuntijoita haastatteleamalla, millainen on Tampereen majoitustoiminnan tulevaisuus 10 vuoden päästä. Aihe on ajankohtainen kirjoitushetkellä, sillä Tampereelle on rakenteilla tai juuri rakennettu merkittävästi lisää majoitusliikkeitä. Erityisesti opinnäytetyössäni selvitän, millaisia majoitusliikkeitä Tampereella tulevaisuudessa on.

Valitsin opinnäytetyöni aiheeksi Tampereen majoitustulevaisuuden tutkimisen, sillä aihe kiinnostaa minua henkilökohtaisesti kovasti. Työskentelen itse työtä kirjoittaessani Tampereella hotellissa vastaanottovirkailijana ja siksin olen kiinnostunut alan tulevaisuudesta. Hotellien jatkuva laajeneminen ja uusien hotellien rakentaminen sai minut kiinnostumaan Tampereen majoitusalan kapasiteetin ylikuormittumisesta ja siksi valitsin sen opinnäytetyöni aiheeksi. Tulevaisuuden tutkimuksen tekeminen kiinnosti minua myös.

Opinnäytetyöni tilaajana on Tredea Oy, joka on Tampereen kaupunkiseudun elinkeino- ja kehitysyritys. Yhteyshenkilöni yrityksessä on Kari Saikkonen, joka toimii laatujohtajana yrityksessä. Tredea Oy:n ydintehtävinä on tarjota sijoituspalveluita, tehdä seutumarkkinointia, toimia edunvalvojana, lisätä kansainvälistä toimintaa sekä kehittää palveluja. Yrityksen omistavat kaupunkiseudun kunnat Tampere, Nokia, Ylöjärvi, Kangasala, Lempäälä, Pirkkala, Orivesi ja Vesilahti. Tredea Oy kehittää elinkeinoelämän seudullista toimintaa ja rakentaa yhteistyötä. Tredea myös auttaa yrityksiä menestymään, tarjoaa mahdollisuuden laajentaa toimintaa, ylläpitää vetovoimaisuutta kohteissa sekä ohjaa suunnittelua, päätöksentekoa ja voimavaroja. Tredea Oy:n Visit Tampere-matkailuneuvonnan tehtävä on luoda laadukkaita neuvontapalveluja ja varmistaa asiakkaiden tyytyväisyys matkansa aikana. Matkailualan merkitys on Pirkanmaalla kasvanut huomattavasti ja yhtenäisellä seutumarkkinoilla pyritään saamaan aikaan tehokasta markkinointia. Matkailumarkkinoinnin parantamiseksi Pirkanmaalla Go Tampere Oy ja Tredea yhdistyivät 1.8.2010. (Tredea Oy 2011.)

Opinnäytetyö sisältää teoriaosuuden, tutkimuksen ja sen tulokset. Viimeiseksi on yhteenveto tuloksista ja johtopäätökset. Teoriaosuudessa tarkastellaan yleisesti matkailun ja majoitustoiminnan teoriaa, Pirkanmaan alueen matkailuhistoriaa, Suomen ja Pirkanmaan matkailustrategioita sekä tulevaisuuden tutkimusta. Tutkimuksessani haastattelen viittä majoitusalaalla toimivaa henkilöä ja heidän mielipiteidensä pohjalta saatujen tulosten avulla laadin skenaarion 10 vuoden päähän.

Haastateltavien mukaan Tampereelle rakennetaan vielä tulevaisuudessa lisää majoitusliikkeitä olemassa olevien rakennusprojektien lisäksi ja ne tulevat sijaitsemaan keskustan alueella. Erityisesti budjettimatkailukohteita arveltiin Tampereelle tulevan lisää, mutta viiden tähden hotellia ei tarvita. Tulevaisuudessa majoitusliikkeet ovat hyvin ympäristöystävällisiä ja asiakkaatkin kokevat tämän tärkeäksi. Globalisoituminen vaikuttaa majoitusalaan monin eri tavoin ja henkilökunnalta vaaditaan kielitaitoa ja kulttuurien tuntemusta. Tekniikka kehittyy tulevaisuudessa nopeasti ja Internetissä tapahtuva markkinointi korostuu entisestään. Työllisyystilanne ei tule muuttumaan merkittävästi majoitusalaalla, sillä alaa ei täysin nähdä toimivan tekniikan avulla. Yksilöllistyminen on alalla tärkeää, sillä asiakkaat arvostavat erilaisuutta ja persoonallisuutta.

## 2 MATKAILU- JA MAJOITUSTOIMINTA

”Matkailu on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa.” (Suomen virallinen tilasto 2001). Matkailuelinkeino jaetaan kahteen erilaiseen matkailumuotoon, vapaa-ajanmatkailuun ja työmatkailuun. Vapaa-ajan matkailussa ihmiset matkailevat loman tai viikonloppuvapaan aikana tai eläkkeellä ollessaan. Matkustusmotiveina ovat usein virkistys, lepo tai harrastukset. Työmatkailu lisääntyy koko ajan, sillä yritysten kontaktitarpeet kotimaassa ja ulkomailla kasvaa. Työmatkailu käsittää esimerkiksi liike-, kokous- ja kongressimatkailun. Turismin ja työmatkailun raja saattaa olla välillä epämääräinen, sillä työmatkailuun voi sisältyä harrastus tai virkistysosuuksia. Esimerkiksi yritysten työntekijöilleen tarjoamat kannuste- eli insentiivimatkat, jotka toimivat palkintona mutta niihin liittyy usein opinto- tai seminaarimatkan aineksia. (Hemmi & Vuoristo 1993, 10.)

”Laissa majoitustoiminnalla tarkoitetaan ammattimaisesti tapahtuvaa kalustettujen huoneiden tai muiden majoitustilojen tarjoamista tilapäistä majoitusta tarvitseville asiakkaille”. (Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 308/2006.) Majoitusliike on lain mukaan rakennus, huoneista tai jokin muu liikepaikka, jossa majoitustoimintaa harjoitetaan. Vuonna 2007 Suomessa oli noin 1 400 erilaista majoitusliikettä ja 80 % huoneista oli hotelleissa. Kuitenkin huomattava osa matkailijoiden tekemästä yöpymisestä tapahtuu esimerkiksi sukulaisten tai ystävien luona tai vapaa-ajan viettoon hankitussa loma-asunnossa. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 22; Vuoristo & Vesterinen 2009, 97.)

Matkailu on sidoksissa aina nähtävyyksiin ja kohteisiin sekä reitteihin. Alueellisesti matkailua tarkastellaan matkailijoiden lähtöalueina ja kohdealueina, joissa on vetovoimatekijöitä. Tiivistäen matkailu onkin lähtöalueiden ja kohdealueiden välistä toimintaa. Lähtöalueiden kysyntä ja niissä olevat työntövoimatekijät kohtaavat matkailukohteiden tarjonnan eli vetovoimatekijät elinkeinon tarjoajien avulla. (Hemmi & Vuoristo 1993, 19.)

Matkailututkimuksessa perustan luo kolmen elementin viitekehys (taulukko 1). Viitekehys on pääasiassa maantieteellinen mutta myös monet muutkin lähestymistavat kuten taloudellinen, sosiologinen ja historiallinen sisältyvät siihen. Lähtöalueiden tutkimus keskittyy siihen, mitkä tekijät luovat matkailutarpeita ja tekevät matkailun alueen väestölle mahdolliseksi. Lähtöalueella valmiuksia matkailulle synnyttää fyysinen ympäristö, joita ovat ilmasto, vuodenajat, hydrografia, topografia, biogeografia ja väestöllis-yhteiskunnallinen ympäristö, joita ovat demografia, kulttuuri, talouselämä ja politiikka. Hydrografialla tarkoitetaan meri- ja rannikkoalueiden kartoitusta ja tutkimusta, biogeografialla eliömaantiedettä ja lajien levinneisyyttä ja topografialla on maaston pinnanmuotojen kuvausta. (Hemmi & Vuoristo 1993, 12; MCA 2012; Vuoristo 2002, 16–19; Åhlberg 2012.)

Kohdealueilla matkailua mahdollistavat erilaiset vetovoimatekijät eli attraktiot, joita ovat esimerkiksi nähtävyydet, näkymät, maisemat ja aktiviteetit. Matkailualueen vetovoima on monien asioiden kokonaisuus ja koostuu majoitus-, ravitsemus- ja ravitsemuspalveluista sekä niiden laadusta. Kohdealueiden valmius ottaa vastaan matkailijoita on tärkeää. Fyysinen ja kulttuurinen ympäristö saavat aikaan kysyntää, taloudellinen, yhteiskunnallinen ja poliittinen tilanne luovat yhdyskuntarakenteen ja vetovoimatekijät mahdollistavat matkailun. Lähtö- ja kohdealueiden välillä on linkki, jota voidaan tutkia esimerkiksi etäisyys-, kustannus- tai saavutettavuustekijänä. Monesti matkailua tutkittaessa käsitellään edellä mainittuja asioita samanaikaisesti sekä vuorovaikutuksessa keskenään. (Hemmi & Vuoristo 1993, 12; Vuoristo 2002, 16–19.)



TAULUKKO 1. Matkailun aluejärjestelmä: maantieteellinen viitekehikko  
(Vuoristo 2002,16)

	MATKAILU Työmatkailu ja Turismi	
"TYÖNTÖVOIMA" Kysyntärakenteet	SAAVUTETTAVUUS	"VETOVOIMA" Tarjontarakenteet
LÄHTÖALUE	MATKAILUREITIT JA KULKUMUODOT	KOHDEALUE
Lähtövalmiudet ja – edellytykset  <b>Fyysinen ympäristö</b> Ilmasto, vuodenajat, Hydrografia, topografia, Biogeografia  <b>Yhteiskunnallinen ympäristö</b> Demografia Kulttuuria Talouselämä, kehittyneisyys Poliittinen ympäristö  <b>"Lähtövalmius"</b> <b>Työntövoima</b> Motivaatio, tarpeet, edellytykset Työmatkailu Turismi	Etäisyys-kustannus-tekijät suhteessa liikenneverkostoon          <b>Matkailureitit</b> suhteessa staattiseen ja dynaamiseen matkailuun  Transit-matkailu	Vastaanottovalmiudet ja – edellytykset  <b>Fyysinen ympäristö</b> Ilmasto, vuodenajat, Hydrografia, topografia, Biogeografia  <b>Yhteiskunnallinen ympäristö</b> Demografia Kulttuuria Talouselämä, kehittyneisyys Poliittinen ympäristö  <b>"Vastaanottovalmius"</b> <b>Vetovoima/attractiot</b> Tarjonta suhteessa edellytyksiin Työmatkailu Turismi

Matkailumaaksi kehittymisen perusedellytyksiä ovat luonnon ja kulttuurin veto-voima, talouden taso, poliittinen turvallisuus, terveysolosuhteet sekä pieni todennäköisyys luonnonkatastrofeille. Kaikki nämä lisäävät kohteen vetovoimaisuutta eli attractiota. Matkailualueen vetovoima on usein monien asioiden kokonaisuus ja koostuu majoitus-, ravitsemus- ja ohjelmapalveluista sekä palvelujen laadusta ja omaleimaisuudesta. Kuitenkin eri lähtöalueilta tulevat matkailijat kokevat kohdemaan hyvin eri tavoin. Siihen vaikuttavat esimerkiksi eri väestö-, ammatti ja ikäryhmään kuulumisen. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 15–16.)

Kysynnän ja tarjonnan yhdistymisen mahdollistavat maa-, vesi- ja ilmaliikenteen monenlaiset verkostot. Tiheys, tekninen taso, yhteensopivuus ja kulkuvälineiden määrä mahdollistavat liikkumisen kysyntä- ja tarjontakohteiden välillä. Jotta Suomen saatavuus matkailijoiden näkökulmasta on hyvä, tulee etenkin yhteiskunnan perusrakenteen olla hyvässä kunnossa. Suomella on kolme naapuri-maata Ruotsi, Norja ja Venäjä ja maiden välisten tie- ja lentoyhteyksien tulee olla kunnossa, sillä monet ulkomaalaiset matkailijat haluavat tutustua Suomessa käydessään myös lähimaihin.

Suomen tieverkko on väkilukuun ja harvaan asutukseen verrattuna hyväkuntoinen ja laaja. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 87.)

Suomen saavutettavuuden parantamiseksi erilaisia sähköisiä markkinointikeinoja kannattaa käyttää, sillä niiden avulla voidaan markkinoida tehokkaasti suurelle määrälle ihmisistä suhteellisen pienillä kuluilla. Esimerkkejä edellisestä ovat yritysten kotisivut, sähköiset uutiskirjeet, hakukonemarkkinointi, sähköiset kauppapaikat, kotisivujen optimointi ja sosiaalinen media. Internetin avulla saa merkittävästi näkyvyyttä matkailukohteelleen helposti ja tehokkaasti. Internet on nykypäivänä tehokas tapa saada tietoa vaivattomasti. (Lehtonen 2011, 3; Markkanen, 2011; Vuoristo 2002, 19.)

Tarjolla on monenlaisille eri matkailijaryhmille suunnattuja majoituspalveluja, joita ovat hotellit, hostellit, kylpylät, huoneistohotellit, budjetti- tai säästöhotellit ja maatilamatkailukohteet. Hotellit voidaan jaotella koon, tason, sijainnin, omistajuuden tai kohderyhmän mukaan. Hotelli voi esimerkiksi toimia liikemieshotellina ja sijaita kaupungin keskustassa tai olla lomahotelli, joka on usein asutuskeskuksen ulkopuolella ja varustettu monenlaisilla erilaisilla virkistys- ja ohjelmapalveluilla. Hotelli on korkeat vaatimukset täyttävä majoitusliike, jonka yhteydessä on usein ravintola, kokoustiloja ja muita asiakkaan vierailua helpottavia palveluja. Usein hotelleissa on eritasoisesti varusteltuja huoneita, jotta asiakas saa halutessaan lisäpalveluja huoneeseensa. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi & Matero 2005, 11–26; Rautiainen & Siiskonen 2007, 23–33.)

Hostelleja eli retkeilymajoja on sekä kaupungeissa että maaseudulla. Hostellit ovat tarkoitettu ensisijaisesti vain yöpymispaikaksi. Niiden hinta/laatu-suhde on hyvin edullinen ja se perustuukin pitkälti asiakkaiden omatoimisuuteen ja palveluiden vähäisyyteen. Kylpylät tarjoavat hotelli-tasoista majoitusta sekä kuntoutus- tai viihdetarkoitukseen kylpyläpalveluja. Lähes kaikissa kylpylöissä on myös ravintola- ja ohjelmapalveluja. Huoneistohotellit tarjoavat ydintuotteenaan majoituksen pitkään viipyville asiakkaille esimerkiksi keikkatyöntekijöille. Huoneistohotellin hinta on edullisempi, sillä asiakkaalla ei ole paljoakaan palveluja. Budjetti- ja säästöhotelleissa on hyvä hinta/laatu-suhde. Palveluita on hyvin vähän ja joskus majoitus maksetaan ennakoon luottokortilla ja erillisellä ovikoodilla

päästään sisälle huoneeseen. Maatilamatkailukohteet sijaitsevat maaseudulla ja ne ovat usein perheyrietyksiä. Maatilan erilaisia toimia on usein edelleen nähtävissä ja tilat tarjoavatkin lukuisia ohjelmapalveluja niistä kiinnostuneille matkailijoille. (Brännare ym. 2005, 11–26 ; Rautiainen & Siiskonen 2007, 23–33.)

### 3 PIRKANMAAN ALUEEN MAJOITUSTOIMINTA

#### 3.1 Suomen matkailun historia

Ammattimaisesta majoitustoiminnasta Suomessa löytyy ensimmäisiä merkintöjä vasta toisen vuosituhannen alkupuolelta ja silloin toimintaa harjoittivat luostarilaitos, kiltalaitos ja majatalolaitos. Turku oli 1700-luvulla kulttuurin keskus ja sinne perustettiin Suomen ensimmäinen hotelli Seipelin kellari. Vuonna 1812 perustettiin Turkuun Suomen ensimmäinen seurahuone ja pian sen jälkeen niitä perustettiin muualle Suomeen. Seurahuoneet olivat oman aikansa kulttuurikeskittymiä teatteriesityksineen ja musiikkikonsertteineen. Seurahuoneet tarjosivat ravintolapalvelujensa lisäksi myös majoituspalveluja. Yhteensä seurahuoneita rakennettiin 80 kappaletta. 2000-luvulla niistä 20 on yhä toiminnassa. 1800-luvulla Tampereella vallitsi taloudellinen nousukausi, ja kaupunki kehittyi kovaa vauhtia merkittäväksi teollisuuskaupungiksi. Ensimmäisistä Tampereen teollisuuslaitoksista merkittävin oli Finlaysonin tekstiilitehdas. 1850-luvulta lähtien Tampereelle perustettiin suurteollisuutta kuten metalli-, rauta-, puunjalostus- ja nahkateollisuutta. Vuosisatojen vaihteessa Suomessa oli myös kylpylätoimintaa, jota käyttivät varakkaat suomalaiset ja venäläiset asiakkaat. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi & Matero 2005, 245–250; Matkailun historian tietokeskus 2010; Tampereen kaupunki 2010.)

Vuonna 1887 perustettiin ensimmäinen Suomen matkailijayhdistys. Sen toiminnan päämäärinä olivat Suomen matkailun perusteellinen parantaminen ja maan nostaminen eurooppalaiseksi matkailumaaksi. Toiminnan tuli myös tuoda ulkomaalaisia matkailijoita Suomeen. Tampere sai oman matkailun paikallisosaston 1890-luvun aikana. Silloin alkoi myös kansainvälinen toiminta, joka tapahtui ulkomaalaisten matkatoimistojen avulla. Suomesta olivat alussa eniten kiinnostuneet saksalaiset ja sen jälkeen venäläiset. Suomen itsenäistymisen jälkeen, vuonna 1917, seurahuoneet olivat ensisijaisesti hotelleja eivätkä juhlahuoneistoja. Ensimmäinen maailmansota oli vuosina 1914–1918 ja se pysäytti lähes koko hotellialan kehittymisen Euroopassa.

Myös elintarvikepula, nälänhätä ja työttömyys vaikeuttivat juuri itsenäistyneen Suomen toimintaa vuoden 1917 syyskeväällä. (Brännare ym. 2005, 245 - 250; Hirn & Markkanen 1987, 148–163; Matkailun historian tietokeskus 2010; Tampereen kaupunki 2010.)

Suomeen ulkomailta suuntautuva matkailu alkoi vahvistua 1920-luvulla, kun valtio alkoi panostaa matkailuun aktiivisesti. Suomalaisten tulotaso kasvoi merkittävästi 1930-luvun laman jälkeen ja kotimaanmatkailukin lisääntyi. Sotavuodet 1939–1945 olivat majoitustoiminnalle haasteellista aikaa, sillä pommitukset tuhosivat monia rakennuksia. Hotellien asiakaskunta oli pitkälti suomalaisia ja saksalaisia sotilasvirkamiehiä sekä lomalla olevia sotilaita. Vuosi 1952 oli Suomelle ja etenkin Helsingille merkittävä, sillä olympialaiset järjestettiin Suomessa ensimmäistä kertaa ja Helsinkiin rakennettiin isoja hotelleja. Majoitusala tarjosi työpaikan monelle kymmenelle tuhannelle suomalaiselle, sille vieraita oletettiin saapuvan jopa 150 000. Olympiavieraita saapui kuitenkin odotettua vähemmän ja moni majoituspaikka joutui sulkemaan ovensa. Olympialaiset olivat majoitus- ja ravintola-alalle suuri pettymys mutta Suomesta tuli silloin merkittävämpi matkailumaa ja tuli tunnetuksi ulkomailla. (Brännare ym. 2005, 245–250; Matkailun historian tietokeskus 2010; Tampereen kaupunki 2010.)

Suomen hotellien matkailijamäärät kasvoivat 1950- ja 60-luvulla, sillä yhä useammalla suomalaisella oli varaa matkustaa kohonneen elintason myötä. Ketjuuntuminen alkoi vallata alaa ja SOK- ja E-hotellien ketjut aloittivat toimintansa, Matkaravinto Oy perusti Finnhotels- ketjun, Rantaloma Oy Rantasipi-ketjun ja Yhtyneet Ravintolat Polar-hotelliketjun. Kansainväliset hotelliketjut tulivat Suomeen 1970-luvulla ja koko matkailu- ja ravitsemiselinkeino eteni merkittävästi. Lisäksi lomahotelleja alettiin perustaa luonnonkauniilla seuduille Lapin lisäksi Järvi- ja Itä-Suomeen. Koska taloudellisen nousukausi oli vahvana 1980-luvulla, rakennettiin hotelleja ja monipuolistettiin palveluja matkailu-alalla. Hotellihuoneiden vakiovarusteeksi tuli televisio ja minibaarit tulivat huoneisiin. Myös tassokkaat yökerhot suurissa hotelleissa yleistyivät. Majoitustoiminnassa 1970- ja 1980-luvulla korostui tuotekehittelyn merkitys. Asiakkaille ei riittänyt vain majoituspalvelu, vaan oli luotava elämyksiä. (Brännare ym. 2005, 245–250; Matkailun historian tietokeskus 2010; Tampereen kaupunki 2010.)

Lama iski Suomeen 1990-luvun alussa ja hotelliala vaikeutui. Huoneiden käyttöaste oli ensimmäistä kertaa 1970-luvun jälkeen alle 50 prosenttia. Budjetti- ja säästöhotelleilla yritettiin tuoda uutta tarjontaa majoituslalle ulkomaalaisten esikuvien mukaisesti. 1990-luvulta lähtien ympäristöasiat on otettu paremmin huomioon majoitusliikkeissä ja ekologisuus on tärkeä erottautumiskeino myös tulevaisuudessa. 1990-luvulla Tampereelle rakennettiin Pohjoismaiden suurin konsertti- ja kongressikeskus Tampere talo. Se vahvisti kaupungin musiikkielämää ja mahdollisti kansainvälisten kokousten ja kongressien järjestämisen. (Brännare ym. 2005, 245–250; Matkailun historian tietokeskus 2010; Tampereen kaupunki 2010.)

Vuonna 2008 Suomessa oli 780 hotellia, joista merkittävä osa oli ketjujen omistuksessa. Suurimmat hotelliketjut Suomessa 2008 olivat S-ryhmä, Restel ja Scandic Hotels. Suurin osa hotelleista on kuitenkin edelleen hotelliketjujen ulkopuolella. Vuoden 2009 lama näkyi merkittävästi majoitusalan kannattavuudessa, sillä etenkin ulkomaalaiset matkailijat vähentyivät. Hotellit pyrkivät erottumaan joukosta uusien konseptien avulla. Hotellit voivat esimerkiksi painottaa muotoiluun, yksilöllisyyteen tai palveluun erityisen paljon ja siten tarjota erilaista yöpymistä asiakkailleen. Itsepalvelu ja muu automatiikka on myös lisääntynyt hotelleissa ja näin säästetään henkilökuntakuluissa. Nykyään hotellihuone on yöpymispaikan lisäksi myös työhuone liikematkailijoille. (Brännare ym. 2005, 245–250; Matkailun historian tietokeskus 2010; Tampereen kaupunki 2010.)

### 3.2 Tampereen majoitusalan nykytilanne

Vuoden 2011 helmikuussa yöpymiset Suomen hotelleissa lisääntyivät 2 prosenttia verrattuna edelliseen vuoteen. Hotelliyöpymisiä oli siis yhteensä lähes 1,2 miljoonaa. Käyttöaste huoneissa oli helmikuussa 50,5 prosenttia ja vuotta aiemmin se oli 49,9 prosenttia. Maakunnista Pirkanmaalla oli korkein käyttöaste 58,2 prosenttia ja Tampereen käyttöaste oli 64,1 prosenttia. Hotellihuoneita Tampereella oli yhteensä 2217 ja Pirkanmaalla 3296. (Tilastokeskus 2011.)

Vuonna 2012 Tampereelle rakennetaan useampi uusi hotelli, joissa on arvioiden mukaan yhteensä 930 vuodepaikkaa lisää. Cumulus-ketju rakennuttaa uuden hotellin Tampereelle postitalon viereen ja sen on määrä avautua keväällä 2012. Huoneita hotellissa on yhteensä 180 kappaletta. Scandic-hotelliketju rakentaa Tampereen rautatieaseman viereen uutta hotellia, joka avautuu kesällä 2012. Hotellissa tulee olemaan 200 huonetta ja se on kolmas ketjun hotelli Tampereella. Sokos Hotels-ketjulle on rakentumassa tornihotelli rautatieaseman ratapihalle. Hotellissa tulee olemaan 25-kerrosta ja yhteensä 300 huonetta. Hotelli tulee olemaan ketjun neljäs hotelli Tampereella. Tampereen junaradan päälle on suunnitteilla kansi, johon rakennetaan monitoimiareenan lisäksi toimistotiloja, asuntoja, hotelli ja toritiloja. Hotellissa arvioidaan olevan 250 huonetta. Kokonaisuuden rakentaminen tehdään vaiheittain, sillä projekti on todella suuri. Ensimmäiset talot voivat valmistua vuonna 2014. Kokonaisuuden on suunnitellut maailmankuulu arkkitehti Daniel Libeskind. (Aamulehti 2012a; Cumulus 2012; NCC 2012; Scandic 2012; Tamperelainen 2011.)

Vuoden 2012 helmikuussa Tampereella oli yhteensä 27 toiminnassa olevaa majoitusliikettä. Niistä hotelleja oli 17 kappaletta (LIITE 1). Muut majoitusliikkeet olivat kaksi hostellia, neljä huoneistohotellia, kaksi kesähotellia, yksi leirintäalue ja yksi maatilamatkailukohde. Vuonna 2010 Tampereella vieraili yhteensä 943 093 matkailijaa ja se sijoittautui yöpymisten määrissä toiseksi kaupunkikohtaisessa vertailussa ja vain Helsinki oli suosituampi kohde. Matkailijoista 39,7 % matkusti työhön liittyvästä syystä, 56,9 % vapaa-ajan tarkoituksessa ja 3,4 % muun tarkoituksen takia. (Aamulehti 2012b; Tredea Oy 2011; Visit Tampere 2012.)

Tammikuussa vuonna 2012 Tampereen yliopistollisen sairaalan alueella sijaitseva potilashotelli aloitti toimintansa. Norlandia Care hotellissa on yhteensä 130 huonetta ja ne on ensisijaisesti tarkoitettu potilaille, joilla ei ole tarvetta vuodesalle. Hotelliin voivat majoittua myös sukulaiset, perhe tai tutkijat, mikäli tilaa on. (Aamulehti 2012b.) Tampere-talon hotellihanke eteni vuoden 2012 tammikuussa, kun uusi toimitusjohtaja Pauliina Ahokas ilmoitti suunnitelmasta, josta pysäköintipalvelujen rakentaja Finnpark Oy heti kiinnostui.

Monet hotelliketjut kiinnostuivat uutisesta, mutta tulevan kumppanin on oltava Tampere-talon profiiliin sopiva. Hotelli tulisi toimimaan arkkitehti Esa Pirosen ensimmäisten suunnitelmien perusteella lisäsiipenä, josta pääsee sisäkautta Tampere-taloon. (Aamulehti 2012a.) Tampereelle on valmistumassa todennäköisesti vuoden 2013 aikana 15-kerroksinen hotelli. Se tulee sijaitsemaan Tampellan alueella ja hotellihuoneiden lisäksi sen yhteyteen tulee myös ravintola. Hotellin toimijasta ei ollut vielä vuoden 2011 marraskuussa tietoa. (Aamulehti 2011.)



## 4 MATKAILUN STRATEGIAT

Matkailun merkitys on kasvamassa koko ajan Suomessa. Jotta alalla pystyttäisiin vastaamaan mahdollisimman hyvin asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin, on tehtävä strategisia päätöksiä ja pitkäaikaissuunnitelmia. Strategia on toiminnan suunnittelua pidemmälle aikavälille. Matkailustrategia auttaa toiminnan kasvattamisessa, kilpailukyvyn ylläpitämisessä ja mahdollisten kasvua estävien seikkojen hallinnassa. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 80.)

### 4.1 Suomen vahvuudet ja heikkoudet matkailumaana

Selvittäessä kuinka edistää matkailuelinkeinoa, on toimenpiteiden pohjauduttava Suomen vahvuuksiin ja heikkouksiin. Kansainvälisesti Suomen merkittävimpiä kilpailijoita ovat sen naapurimaat Ruotsi ja Norja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010.)

Venäläiset asiakkaat ovat Suomelle erittäin tärkeä asiakasryhmä (taulukko 2) ja mahdollisuus matkailijamäärien kasvuun ovat hyvät. Erityisesti Helsinki–Pietari rautatieyhteys parantaa entisestään Suomen kilpailukykyä ja parantaa saavutettavuutta. Suomen vahvuuksia matkailumaana ovat sen vetovoimaisimmat matkailualueet kuten Helsinki, Turun saaristo, Järvi- Suomi ja Lappi. Suomen monipuoliset vapaa-ajan matkailukeskukset tarjoavat erilaisia palveluita asiakkaille. Majoitus- ja ravitsemispalvelujen lisäksi niissä on oheispalveluna tarjolla muun muassa hiihtoa, laskettelua, ohjelma- ja hyvinvointipalveluja. Usein matkailukeskukset myös sijaitsevat lähellä luontoa ja etäisyydet lentokentille ovat lyhyet. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010.)

Suomen heikkous matkailumaana (taulukko 2) on sen tuntemattomuus yleisesti maailmalla. Suomi on melko pieni maa ja sen matkailukuvan parantaminen vaatii aktiivista kehitystyötä. Matka Suomeen on pitkä ja kallis kaikkialta muualta maailmasta paitsi Venäjältä katsottuna. Charter-liikenteen sekä uusien reittien avaaminen ulkomaille on välttämätöntä Suomen matkailun kehitykselle. Maan

sisällä liikuttaessa junaliikenteellä on suuri merkitys, eikä rataverkko ole kaikilta osin vaadittavassa kunnossa. Palvelujen hinnat Suomessa ovat korkeat ja ulkomaalaisten matkailijoiden hintamielikuva Suomesta on kallis ja Suomi häviää siksi usein kilpailijamailleen. Korkeaan hintaan vaikuttavat osaltaan korkea verotus sekä työvoimakustannukset. Suomi ei koskaan tule olemaan halpalomakohde eikä saa suuria turismivirtoja. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010.)

TAULUKKO 2. Suomen vahvuudet ja heikkoudet (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010.)

Vahvuudet	Heikkoudet
Venäläiset asiakkaat	Tuntematon maa
Vetovoimaiset matkailualueet	Etäisyys
Monipuoliset vapaa-ajan keskukset	Hintataso

#### 4.2 Suomen matkailustrategia vuoteen 2020

Suomen matkailustrategisia tavoitteita vuoteen 2020 mennessä on luoda mahdollisuuksia ympärivuotiselle matkailulle. Tavoitteena on vahvistaa matkailualan kasvua ulkomailta sekä kehittää kotimaan matkailua. Tavoitteena on myös tehdä matkailukeskusten saavutettavuudesta merkittävä kilpailuetu, kehittää matkailupalveluista ja -tuotteista korkealaatuisia ja helposti ostettavia kaikille matkailijoille. Matkailustrategian avulla on tarkoitus saada aikaan kannattava ja pitkäikäinen matkailun kehittämisen toimintatapa. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2006, 19.)

Vuoteen 2020 mennessä Suomella on tavoitteena kasvattaa matkailutoimialojen bruttokansantuotetta vuoden 2007 3,8 %:sta 5,1 %:iin. Valtion verotuloja pyritään kasvattamaan vuoden 2008 4 miljardista 7,5 miljardiin. Matkailualojen työpaikkojen määrä pyritään kasvattamaan vuoden 2007 130 500:sta 171 000 työpaikkaan. Puhtaan matkailutulon summa pyritään nostamaan vuoden 2007 11 miljardista 20,7 miljardiin. Ulkomaalaisten Suomeen saapuvien matkailijoiden määrä pyritään nostamaan vuoden 2009 3,4 miljoonasta 5,1 miljoonaan asiakkaaseen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010.)

### 4.3 Pirkanmaan matkailustrategia

#### Pirkanmaan visio vuodelle 2020

Pirkanmaa on Suomen suurin perhe- ja kulttuurimatkailun keskus. Tampere on imagoltaan Suomen paras perhematkailu-, kokous-, kongressi-, messu- ja teatterikaupunki. Kärkituoteyritykset ovat toimialojensa halutuimmat Suomessa ja kansainvälisesti tunnettuja (Matkailun kehittämiskeskus 2010).

Pirkanmaan matkailustrategian tavoitteina vuonna 2007–2013 on kasvattaa matkailutuloa 2 prosenttiyksikköä koko Suomen keskimääräiseen kasvuun verrattuna, nostaa Pirkanmaan matkailuyritysten asiakastyytyväisyys toimialojensa parhaaksi koko Suomessa sekä nostaa kaikkien yritysten liikevoittotaso toimialojensa parhaaseen neljännekseen. Toimenpiteinä tavoitteiden saavuttamiseen tarvitaan työjaon selkeyttämistä, rahoituksen koordinoitua ja keskittämistä, kansainväliset markkinat huomioon ottavaa myyntiä, markkinointipanosten keskittämistä, edunvalvonnan tehostamista ja kaikkien yritysten yhteismarkkinointia. Kärkituoteyrityksiä Pirkanmaalla ovat Tampere-talo, Särkänniemen Elämyspuisto, Tampereen Messu- ja Urheilukeskus, Ikaalisten Kylpylä, Tampereen Kylpylä ja Kylpylähotelli Rantasipi Eden. (Matkailun kehittämiskeskus 2010.)

## 5 TULEVAISUUDEN TUTKIMUS

Pääosa tulevaisuuden tutkimuksen metodeista kehitettiin 1950- ja 1960-luvulla, jolloin länsimaissa kehitys oli voimakasta. Tieteenalaa on pidetty joko täysin omana alanaan metodeineen ja kriteereineen tai täysin mahdottomana, sillä tulevaisuutta ei voi tutkia, koska sitä ei ole tapahtunut. Alaan tuovat näkökulmia ja menetelmiä muut tieteet kuten yhteiskunta-, talous-, humanistiset-, luonnon-, tekniset- ja ympäristötieteet. Tutkimus on monitieteellistä ja erilaisia skenaariota pystytään muodostamaan eri aloja hyväksi käyttäen. Tulevaisuuden tutkimus myös on erittäin ongelmakeskeistä. Tutkimuksen keskeisiä tehtäviä on tulevaisuuden polkuja tutkimalla selvittää, miten mihinkin lopputulokseen voidaan päästä. (Kamppinen, Kuusi & Söderlund 2002, 7; Vapaavuori & von Bruum 2003, 24, 29.)

Peruskäsitteitä tulevaisuuden tutkimuksessa ovat mahdollisuuksien maailmat, rajoitteet ja saavutettavuus. Mahdollisuuden maailmat ovat mahdollisia tiloja ja tapahtumia, jotka voivat toimenpiteillä ja teoilla olla saavutettavissa. Mahdollisuuksien maailmojen toteutumiseen vaikuttavat monenlaiset voimavarat ja tavoitteet mutta myös mahdolliset ympäriltä tulevat rajoitukset. Nämä yhdessä muodostavat maailmojen saavutettavuuden. Mahdollinen maailma sisältää maailmantilan ja reitin, joka siis johtaa nykyisyydestä tulevaan maailmantilaan. Tulevaisuuspolut ovat riippuvaisia erilaisista saavutettavuussuhteista ja niillä on useanlaisia reunaehtoja. (Kamppinen ym. 2002, 24–27.)

Tulevaisuuden tutkimuksessa on olemassa neljä perusominaisuutta. Tutkimuksen kohteen tulee sisältää käytettävissä olevan historiallisen tietämyksen, nykyhetken ja ihmisten tulevaisuutta kohtaan olevat pyrkimykset. Tutkimusta tehtäessä pyritään selvittämään, mikä tulevaisuudessa on mahdollista, todennäköistä ja toivottavaa. Toiseksi tulevaisuudentutkimus on aina perusluonteeltaan välineellistä ja sen toimintaa ohjaa tarkoitus. Kolmanneksi ”tieto tulevaisuudesta” on kontingentti eli sen tila on toisinaan vallitseva ja toisinaan ei. Siinä on olemassa monta mahdollisuutta. Neljäs perusominaisuus on, että tulevaisuudentutkimus on monitieteellistä. (Vapaavuori & von Bruum 2003, 26–28.)

Suomessa, Turussa, sijaitsee tulevaisuuden tutkimiseen keskittynyt akateeminen yksikkö. Keskus on perustettu Turun kauppakorkeakoulun yhteyteen vuonna 1992 ja vuodesta 2010 lähtien se on toiminut omana erillislaitoksena. Tutkimuskeskus on Suomen ainoa ja Pohjoismaiden suurin tulevaisuuden tutkimiseen keskittynyt yksikkö. Akateeminen tutkimus keskittyy erityisesti ennakointiin, ympäristö- ja energiatutkimukseen, innovaatiotoimintaan, sosiokulttuuriseen tutkimiseen ja luovaan talouteen. Tulevaisuuden tutkimusta hyödynnetään strategia-, visio- ja skenaariotyöskentelyssä ja sitä käytetään usein ennakoitiosaamiseen ja ennakoitijärjestelmien luomiseen. (Turun yliopisto 2011.)

### 5.1 Megatrendit ja heikot signaalit

Trendi on pitkän ajanjakson aikana kaikkialla tapahtuva helposti jäljennettävä kehityssuunta. Megatrendi taas on ilmiö, ilmiökokonaisuus tai trendien joukko, jolla on yhteiskunnallisesti merkittävä muutosvoima, joka määrittää tulevaisuuden suunnan tai kokonaislaadun. Megatrendi on usein globaali ilmiö, joka saattaa sisältää myös erilaisia alailmiöitä. Megatrendeilla on tunnistettava suunta ja ne jatkuvat samansuuntaisina tulevaisuudessa. (Rubin, A 2005; Matkailun edistämiskeskus 2006, 4.)

Tärkeitä matkailun tulevaisuuteen vaikuttavia megatrendejä ovat ilmastonmuutos, globalisaatio ja terrorismi, digitalisaatio ja teknologian nopea kehitys, väestön ikääntyminen ja yksilöllistyminen. Ilmastonmuutos on tärkeä globaali megatrendi, jonka hillitseminen on ensisijaisen tärkeää. Kahden asteen tavoitteen avulla pyritään estämään se, ettei maapallon keskilämpötila nouse vuoteen 2050 mennessä yli kahta astetta. Kahden asteen tavoitteen saavuttaminen ja ilmastonmuutoksen hidastaminen vaativat hiilidioksidipäästöjen hallitsemista ja energiakulutuksen pienentämistä. Uusiutuvat energianlähteet ovat osa tulevaisuuden energiavallankumousta. Matkustamisessa kuluu paljon energiaa ja energian kysynnän kasvaessa hinnat nousevat merkittävästi. Tämä aiheuttaa matkustamisen vähenemistä kallistuneiden hintojen johdosta tai ympäristötietoisilla kuluttajilla vaihtoehtoisten kulkuneuvojen etsimistä. (Heinonen 2009.)

Globalisaatio on maiden välistä vuorovaikutusta. Se vaikuttaa talouteen, liikenteeseen ja matkailuun sekä se edistää tasa-arvoisuutta. Yhä useammat kriisit ja konfliktit vaativat kansainvälistä yhteistyötä, esimerkiksi ympäristö-, pakolaisuus- ja talousasioissa. Terrorismin kasvu näkyy ennen kaikkea lentoliikenteessä ja terrorismiteot näkyvät aina matkailun notkahduksina. Digitalisointi on merkittävä osa nykyajan kaupankäyntiä ja se kehittyy nopeasti. Tulevaisuudessa todennäköisesti on fyysisiä digikaupunkeja, älykkäitä vuorovaikutuksessa olevia rakennuksia ja ajoneuvoja. Myös erilaisten digiyhteisöt ja virtuaalimaailmat lisääntyvät. (Heinonen 2009; Opetushallitus 2010.)

Väestön ikääntyminen on pääasiassa kehittyneiden teollisuusmaiden ilmiö, josta seuraa matkailun sovittamista heidän tarpeisiinsa, sillä senioriväestö on usein varakasta. Senioreilla on yleensä paljon vapaa-aikaa ja monet saavat korkeaa eläkettä ja ovat siksikin merkittävä asiakasryhmä. Yksilöllistyminen ja halu erilaistua lisääntyvät tulevaisuudessa ja se on seurausta ihmisten vaurastumisesta. Ihmiselle on tärkeää ilmentää omaa identiteettiään kaikissa toimissaan ja hakea merkitystä asioihin. (Heinonen 2009.)

Heikko signaali on aluillaan oleva uusi ilmiö, joka voi muuttaa tulevaisuutta radikaalistikin. Heikko signaali ei ole pitkäikäinen ja se on näkökulmasidonnainen. Heikkoon signaaliin oikealla hetkellä tarttuessa voi luoda merkittävää etumatkaa kilpailijoihin verrattuna. Heikko signaali on alussa usein outo ilmiö ja poikkeaa jo valmiiksi totutuista käytännöistä. Useat merkittävät tekniset, taloudelliset tai yhteiskunnalliset uudistukset ovat alussa olleet yleisesti vastusteltuja ja oudoiksi koettuja. (Opetushallitus 2010). Matkailun heikkoja signaaleja ovat avaruusmatkailu, extreme–tai ekomatkailu, matkan korostaminen suhteessa matkan päämäärään, kodinvaihto eli matkailun ja asumisen sekoittuminen ja hidas elämäntapa (Heinonen 2009).

## 5.2 Matkailun skenaariot

Ennakointia ja tulevaisuusskenaariota käytetään maailmalla paljon apuna, kun halutaan selvittää, miten muuttaa tai kehittää toimintaa. Vuonna 2004 Suomi

julkaisi oman matkailun pitkän aikavälin kehitystä kuvaavan skenaarioraportin, jota piti jälkeensä täydentää. Vuosien 2005 ja 2006 aikana tehtiin uusi ja parempi valtakunnallinen matkailustrategia, jossa on kaksi osaa. Varsinainen strategia on tehty vuoteen 2020 asti ja toinen on edellistä yksityiskohtaisempi ja on laadittu vuoteen 2013 asti. On tärkeää tiedostaa, ettei skenaarioiden tekeminen ole ennustamista vaan työmenetelmä. Skenaariomenetelmän avulla muodostetaan tapahtumasarja, joka näyttää kuinka esimerkiksi todennäköinen, uhkaava tai tavoiteltava tulevaisuudentila saavutetaan pala palalta. Skenaariot ovat epätäydellisiä ja tulevaisuusarvioissa otetaan aina mukaan arvot. (Matkailun edistämiskeskus 2006.)

Matkailun skenaario Onnela (kuvio 1) kuvaillaan vakaaksi ja myönteiseksi. Matkailu on turvallista, vaikka rikollisuus on lisääntynyt Onnelassa. Kansainvälinen matkailu on lisääntynyt, vaikka kotimaanmatkailu on edelleenkin tärkeä ja sen osuus on noin 60 %. Ulkomaalaisten määrä on lisääntynyt etenkin Suomen suurimmissa kaupungeissa ja kansa on erityisen monikulttuurista. Työttömyys on vähentynyt ja tilalle on tullut työvoimapula. Koko matkailuelinkeino on Onnelassa yhtenäisesti ja hyvin hoidettu ja matkailutarjonnan aitous on tärkeässä asemassa. Lämpimien talvien vuoksi Etelä-Suomessa on alettu kehittää uusia talviaktiviteetteja ja panostettu esimerkiksi kylpylöihin, vaellukseen ja avovesiaktiviteetteihin. Aitous, alkuperäisyys, erilaisuus ja talven lumivarmuus pohjoisessa ovat Suomen merkittävimpiä vetovoimatekijöitä ulkomailla. (Matkailun edistämiskeskus 2006.)

Onnela skenaariossa matkailu vuonna 2020 on kehittynyt entisestään ja Suomi on nykyistä tunnetumpi matkakohde maailmalla. Iäkkäiden matkailijoiden osuus on noussut ja erilaiset matkailun kohderyhmät tavoitetaan entistä paremmin. Viisumivapaus on myös Venäjällä ja sen olot ovat kohentuneet lähes länsimaiselle tasolle etenkin Pietarissa ja Moskovassa. Jos kehitys kulkee tulevaisuudessa Onnelan suuntaan, on matkailussa tärkeää kehittää olemassa olevia sekä uusiakin tuotteita niin sanotuille vanhoille markkinoille. Myös exclusive -tuotteille, eli korkealaatuisille Suomelle omaleimaisille tuotteille, on kysyntää Onnela-skenaariossa. Ilmaston lämpeneminen on välttämätön asia tulevaisuudessa kaikissa sen skenaarioissa. Talveen ei tule liikaa panostaa matkailussa

eikä liian pitkäaikaisia investointeja tule Etelä-Suomessa tehdä. Vesistötuotteita tulee kehittää ja budjettitason majoitusliikkeitä tulee rakentaa lisää. (Matkailun edistämiskeskus 2006.)

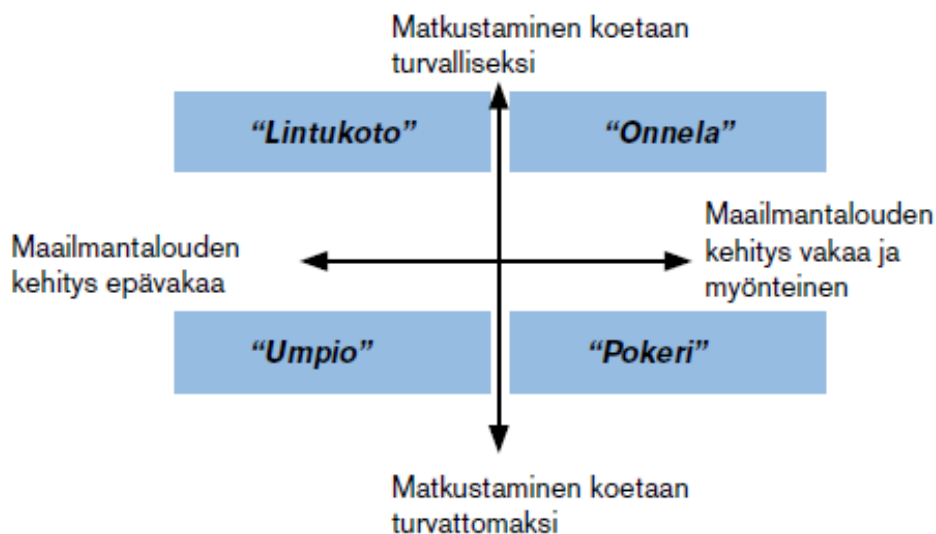
Skenaario Pokerissa (kuvio 1) maailmantalouden kehitys on myös vakaata kuten Onnela-skenaariossa. Merkittävimpana erona Onnelaan on terrorismi-iskujen määrän kasvaminen ja erilaiset muutkin tuhoisat teot kuten laivakaappaukset ja pommi-iskut. Terroriteot ulottuvat Suomeenkin ja suurempien kaupunkien katukuvassa näkyvät poliisipartiot, turvamiehet ja muu tekniikka, joka pyrkii havaitsemaan vaaratekijöitä ja ongelmia. Turvallisuusriskit myös lisäävät terveellisten elintapojen suosimista ja ruoan lisääaineettomuus on merkittävä myyntivaltti. Mikäli skenaario Pokeri toteutuu, on turvallisuuteen liittyvien laitteiden ja ohjelmien tuotekehitystä tehtävä enemmän. Tuotekehityksessä tulee myös huomioida saaret, tunturit, maaseutumatkailu, lähiruoka ja erilaiset terveysvaikutteiset elintarvikkeet sekä exclusive -tuotteet. Turvallisiksi mielletyt Pohjoismaat kilpailevat pienevästä asiakasmäärästä ja kotimaan matkailun merkitys korostuu. Matkailussa keskitytään asiakkaisiin, joilla on varaa maksaa lisätystä turvallisuudesta. Yksilöllisiä matkailupalveluita kehitetään enemmän ja matkailijamäärien sijaan painotetaan laatuun. (Matkailun edistämiskeskus 2006.)

Skenaario Umpiossa (kuvio1) maailmantalouden kehitys on epävakaa ja matkustaminen on turvatonta. Erilaisten valvontajärjestelmien, turvahenkilöstön ja hälyttymien käyttö on yleistynyt kaikkialle. Passintarkastus on palautettu Euroopan valtioiden rajalle ja viisumeja vaaditaan matkustelussa enemmän. Yleistä turvattomuutta esimerkiksi terrorismia, epidemioita ja luonnon saastumista on enemmän. Hyvinvointivaltion ylläpitäminen vaikeutuu ja yksilön vastuu selviytymisestä kasvaa. Eläkeikä on noussut ja ihmiset ovat töissä pitkään, sillä eläke ei riitä kattamaan elinkustannuksia kaikille. Työllisyysaste on matalalla ja työpaikkoja katoaa, sillä konkursseja tehdään paljon. Kaupat toimivat usein itsepalveluperiaatteella, jonka mahdollistaa kehittynyt tekniikka. Koneita käytetään paljon, jotta korvattaisiin ihmisten työpanos. Skenaario Umpiossa varakas väestö elää kuitenkin leveästi, nauttii vapaa-ajasta ja käyttää palveluja, jotka ovat kuitenkin kalliita ja niitä on tarjolla vähän. Turvallisten ja luontoon liittyvien matkailutuotteiden kehittäminen lisääntyy. Exclusive -tuotteet, yksityiset matkailu-



kohteet tietyille asiakasryhmälle sekä teemoitettut halpamatkatuotteet lisääntyvät. Teemoitettut tuotteet ovat esimerkiksi lähiristeilyt ja lähimatkailu. Suosittua kotimaanmatkailussa on ”yöksi kotiin”-tyyliset minimatkat. Kilpailu kovenee lähimarkkinoilla, sillä niihin on asiakkailla paremmat turvallisuuskäsitteet. (Matkailun edistämiskeskus 2006.)

Skenaario Lintukodossa (kuvio 1) maailmantalouden kehitys on epävakaata ja matkailu on turvallista, vaikka terroritekoja onkin ollut. Suomi on saanut enemmän markkinaosuutta maista, joissa kesät ovat käyneet liian kuumiksi. Suomen kesien viileys, sade ja puhdas ilma ovat matkailuvaltteja. Ympäristöasioiden hoitoon panostetaan paljon. Ihmisillä on tiukka taloudellinen tilanne ja kotimaanmatkailu, lähimatkailu ja budjettimatkailu lisääntyvät. Hintakilpailu on yrityksillä kovaa ja tämä suosii kuluttajia. Työttömyys on myös lisääntynyt ja ulkomaalaisten osuus työvoimasta on merkittävä. Suomeen syntyy exclusive-matkoja tarjoavia yrityksiä ja erityisesti varakkaat asiakkaat suosivat näitä. Wellness-palvelut ovat iso osa palvelujentarjontaa ja ikääntyvät, maksukykyiset asiakkaat suosivat näitä. Suomi on oppinut hyödyntämään kaikkia vuodenaikojaan palveluiden tarjonnassa ja luonto- ja kulttuurimatkailu ovat maan matkailuvaltteja. Asiakkaat ovat hintatietoisia ja arvostavat alueellisia erikoisuuksia, rauhallisuutta, puhtautta, palvelua ja yksilöllisyyttä tuotteissa. (Matkailun edistämiskeskus 2006.)



KUVIO 1. Matkailun skenaarioiden perusristikko. (Matkailun edistämiskeskus 2006.)

## 6 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

Haastattelu on tiedonkeruutapa, jossa haastateltavilta kysytään heidän mielipiteitään haastattelun kohteesta. Haastattelu on vuorovaikutustilanne, jossa haastattelija saa kuvan haastateltavan henkilön elämysmaailmasta ja ajatuksista. Haastattelu eroaa kuitenkin keskustelusta, koska siinä halutaan kerätä informaatiota ja se on päämäärähakuista toimintaa. Haastattelu tapahtuu aina haastattelijan ehdoilla. Tutkimushaastatteluista saatuja tuloksia käytetään halutun ongelman ratkaisuun, mutta vasta kun tieto on varmistettu ja tiivistetty. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 41–43.)

Teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu on lomakehaastattelun ja strukturoimattoman haastattelun välimuoto. Lomakehaastatteluissa kysymysten määrä ja järjestys ovat täysin samat ja kysymyksillä tulee olla sama merkitys kaikille haastateltaville. Strukturoimaton haastattelu on toiselta nimeltään avoin haastattelu, syvähaastattelu tai keskustelunomainen haastattelu. Haastattelussa käytetään avoimia kysymyksiä ja haastattelijan tehtävä on vastausten perusteella esittää jatkokysymyksiä. Ennen teemahaastattelua tehtävä taustatutkimus on ensisijaisen tärkeää, jotta haastattelu voidaan suunnitella huolellisesti. Puolistrukturoidun haastattelun päämäärä ja aihepiiri ovat samat kaikille haastateltaville mutta kysymysten järjestys voi vaihdella. Haastattelukysymyksiä suunniteltaessa luodaan aiheeseen liittyviä teemoja eikä suunnitella yksityiskohtaisia kysymyksiä. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 47–66.)

Teemahaastattelussa on kolme vaihetta, suunnittelu-, haastattelu- ja analysointivaihe. Tutkimuskokonaisuus sisältää viisi kohtaa, jotka ovat tutkimusongelman määrittely, ilmiöiden peruskäsitteiden hahmottamien teorian pohjalta, teema-alueet eli teoriasta esiin nostettuja käsitteitä, jotka toimivat haastattelijan ”apusanoina” haastattelua tehtäessä, kysymysten esittäminen haastateltaville sekä tulosten luokittelu ja analysointi johtopäätöksiä varten. Teemahaastattelua voidaan käyttää, kun halutaan selvittää, miten asiantuntijoiden ajatukset ja näkemykset vaikuttavat heidän tekemiinsä päätöksiin tulevaisuutta ajatellen. Haastattelussa asiantuntijat kuvailevat oman ”skenaariosa” tulevaisuuden kulusta.

Haastateltavien välisiä ristiriitoja voi aiheuttaa esimerkiksi erot arvomaailmoissa, faktojen käsittelyssä ja päätöksenteko-ongelmat. Teemahaastattelussa haastateltavien argumenttieroit voivat saada aikaan haasteita tuloksia tulkittaessa. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 67; Vapaavuori & von Bruum 2003, 186–188.)

Työssäni selvitän matkailu- ja majoitusalan ammattilaisten näkemyksiä majoitusalan tulevaisuudesta Tampereella. Selvitän, millaisia kehitystrendejä he näkevät majoitusosalalle ja millaisia vaikutuksia niillä on majoitustoimintaan. Haastattelin viittä majoitusosalalla toimivaa henkilöä, jotka kaikki työskentelivät erilaisissa tehtävissä ja erilaisissa yrityksissä. Kaikki haastateltavat ovat majoitus- tai matkailualan ammattilaisia ja ohjaavien opettajieni avulla päädyin juuri näihin henkilöihin. Haastatteluun osallistui hotelliketjun johtaja, yksityisen hotellin päällikkö, budjettimajoituskohteen johtaja, kylpylähotellin hotellipäällikkö sekä elinkeinon kehittämistehtävissä toimiva henkilö. Teemahaastattelun kysymyksiä suunnitellessani käytin apuna professori Sirkka Heinosen tekemää tutkimusta matkailun tulevaisuudesta.

Teemahaastattelut suoritin 17.11.2011 - 29.11.2011 välisenä aikana. Haastattelut nauhoitin Tampereen ammattikorkeakoululta lainaamalla nauhurilla. Tehtyäni kaikki haastattelut, litteroin eli kirjoitin sana sanalta haastatteluun osallistuneiden puheen puhtaaksi. Yhteensä litteroitua tekstiä tuli 35 sivua. Käytin teemahaastattelussa apuna kysymyslomaketta (LIITE 2.), johon olin määrittänyt kysymykset valmiiksi, jotka esitin samassa järjestyksessä jokaiselle haastateltavista. Kuitenkin jokaisen haastateltavan kohdalla esitin lomakkeesta poikkeavia lisäkysymyksiä, joilla tarkensin vastauksia tarvittaessa. Haastattelut suoritettiin jokaisen haastateltavan työpaikalla, ja koska aihe ei ole arkaluontoinen tehtiin osa haastatteluista yleisissä tiloissa ja osa yritysten kokoustiloissa.

## 7 TUTKIMUSTULOKSET

Ekologisuus koettiin haastateltavien kesken merkittävänä yrityksen kilpailuetuna tulevaisuudessa. Osa haastateltavista kuitenkin koki myös, että ekologisen ajattelun ja toiminnan pitäisi olla yritystoiminnan edellytys ja itsestäänselvyys, eikä vain lisäarvo, jolla miellyttää asiakkaita ja pysyä kilpailussa mukana. Mainittiin myös, että yhteistyökumppanit ovat nykyään vaativampia ekologisuuden suhteen. Kaikki kansainväliset yritykset eivät enää halua tehdä yhteistyötä yritysten kanssa, joissa ympäristöasioita ei ole otettu huomioon riittävästi.

No kyllä ainakin näyttää siltä, että se voisi olla sitä. Että ihan selkeesti huomaa jo nyt, että globaalit yritykset ja julkinen sektori kun ne kilpailuttavat hotelleja ja hintoja niin se..se.. valintakriteereissä on painoarvoltaan jo..näyttelee jo jonkinlaista roolia

Ekologisuutta pidettiin haastateltavien mielestä merkittävänä kehityskohtana kaikessa päivittäisessä toiminnassa ja se pidettiin myös henkilökohtaisella tasolla tärkeänä. Ekologinen ajattelu on vahva trendi nyt ja tulevaisuudessa. Ekologisuus, luomuruoka ja lähituotanto ovat vahvasti esillä tällä hetkellä ja tuntuvat olevan vahva trendi kaikkialla. Ekologisuuteen voi tulevaisuudessa tulla myös lakiuudistusten myötä tarkennuksia ja tiukempia rajoitteita. Niin yksittäiset ihmiset kuin suuret organisaatiot ovat ottaneet vahvan suunnan kohti ekologisempaa elämää ja siitä on tullut todella tärkeä osa toimintaa.

Haastateltavat arvelivat, että etenkin tulevaisuudessa ekologisuudella voi olla vaikutusta majoitusliikkeen valintaan ja erityisesti nuorten ja ympäristötietoisten ihmisten keskuudessa. Majoitusliikkeen valinnan ekologisuus voi kuitenkin olla tärkeämpää Suomen ulkopuolella, niin sanotuilla herkillä alueilla, joissa on merkittävämpää se, millaista majoitusliikettä suosii. Suomessa laki jo velvoittaa tietynlaisia perusasioita ekologisuudesta ja keskimäärin haastateltavan mukaan Suomessa kaikki hoitavat asiansa ihan hyvin. Haastateltavat myös mainitsivat, kuinka ekologinen ajattelu on yleinen trendi tällä hetkellä ja yksittäiset ihmiset haluavat tuoda sitä esille aktiivisesti kaikissa tomissaan.

No saattaa olla, että ainakin nuorilla ihmisillä saattaa olla. Mutta kuten sanottua, en mä jaksa uskoa, että se on sitä tällä hetkellä mutta tuota..mikäli elintaso vielä nousee huomattavasti ja ihmiset pystyvät matkustamaan ja valintakriteereissä voivat kiinnittää huomiota muihinkin asioihin, kun hintaa, niin se voi olla yksi tekijä.

Eri kansallisuuksien huomioimisessa haastateltavat olivat samaa mieltä ja sanoivat, että kaikkia asiakkaita tulee palvella mahdollisimman hyvin eikä kaukaakaan tulevien asiakkaiden palvelu ole epätavallista kansainvälisessä majoitusliikkeessä. Vieraiden kulttuureiden huomioiminen palvelussa ja tarjoiluissa on haastateltavien mukaan suotavaa mutta erilaiset poliittiset tilanteet on hyvä ottaa huomioon. Ylipäättänsä huomioiva asiakaspalvelu, puhuttelu ja kulttuurien tunteminen on tärkeää globalisoituneessa maailmassa.

Samaten jos on kansainvälisiä kongresseja esimerkiksi Tampere-talossa ja asiakkaita on hyvinkin eksoottisista maista, niin me lisäämme esimerkiksi tuoretavaran määrää aamiaisella. Kuumennetaan maitoa termariin, koska maitokahvin juominen lisääntyy merkittävästi. Semmosia pikkuasioita.

Suomessa käy eniten matkailijoita Ruotsista, Saksasta, Venäjältä ja Iso-Britanniasta ja heidän tarpeensa tunnetaan jo majoitusalaan hyvin, eikä suuria ongelmatilanteita kulttuurien törmätessä synny. Ongelmatilanteita saattaa herkemmin tulla yksittäisten eksoottisista maista tulevien matkailijoiden kanssa, joita Suomessa käy erittäin harvoin. Henkilökunnan kielitaito on yksi tärkeimmistä tavoista varmistaa palvelu myös ulkomailta tulleille vieraille.

Globalisaation vaikutuksista majoitusalaan nostettiin erilaisia asioita esille. Venäläiset matkailijat koettiin tärkeiksi Suomelle, sillä he ovat merkittävä asiakas-kunta myös tulevaisuudessa. Työntekijöiden vaihtuminen pääasiallisesti ulkomaalaiseksi työvoimaksi tietyissä ammateissa on yksi globalisaation vaikutuksista. Se voi hyvinkin aiheuttaa tulevaisuudessa ongelmia esimerkiksi työntekijöiden johtamisessa, kun työntekijät tulevat eri maista ja heillä on hyvin erilainen työskentelykulttuuri. Kaikkien kulttuurien yhteensovittaminen on suuri haaste tulevaisuudessa varsinkin kun tulee uusia sukupolvia ja kaikki tulee osata johtaa.

Halpalentoyhtiöiden ja nopean matkailun merkitystä korostettiin ja kerrottiin, kuinka se muuttaa matkailua tulevaisuudessa ja kuinka kaikki kohteet ovat asiakkaille saavutettavissa entistä helpommin. Suhteellisen halvalla pääsee lentämään ympäri maailmaa ja kilpailu asiakkaita kovenee. Haastateltavat myös nostivat esiin, kuinka tarpeellista ja opettavaista matkailualan opiskelijoille olisi työskennellä hetki ulkomailla pystyäkseen kohtaamaan erilaiset asiakkaat ja erilaiset kulttuurit asiakaspalvelutehtävässä. Japanista ja Kiinasta tulevien matkailijoiden huomioimisessa on vielä paljon tekemistä, sillä suomalainen palvelukulttuuri on niin erilainen heidän tottumaansa verrattuna. Terrorismille ei nähty merkittävää uhkaa lähitulevaisuudessa Suomessa. Kuitenkaan ei täysin poissuljettu mahdollisuutta, etteikö Suomessa tai Tampereella jossain vaiheessa voisi olla terroritekojakin.

Kyllä se saattaa olla tulevaisuudessa. Tällä hetkellä se ei Suomessa, eikä täällä Tampereella, luojan kiitos ole sitä. Se on hyvin pientä. Kai jonkinlainen uhka aina on olemassa mutta ei se ole mitenkään kovin hälyttävä tällä hetkellä. Kyllähän se vaara on olemassa, että se tulee meitäkin koskettamaan läheisemmin. Siihen tulee varautua.

Tekniikan nopean kehittymisen uskottiin näkyvän majoitusalan jokapäiväisessä toiminnassa tulevaisuudessa. Haastateltavat korostivat tekniikan kehittymisen myötä tulleita ulkomaalaisia varauskanavia ja niiden merkitystä majoitusliikkeen nykytoiminnassa. Ne ovat muuttaneet suuresti toimintaa ja varauskanavat ovat hyvä uudistus alalla.

Sanotaan niin että me seurataan tällä hetkellä erittäin tarkkaan minkä kanavien kautta meidän varaukset esimerkiksi tulee. Me halutaan panostaa nettiin. Koska se on niin kun tätä päivää. Ja se on tulevaisuutta. Ja suuri osa varauksista tulee netin kautta. Silloinhan se tarkoittaa että nää välikädet jää pois.

Todettiin kuitenkin myös, ettei seuraavan 10 vuoden aikana välttämättä tapahdu majoitusosalalla yhtä suurta kehitystä, kuin viimeisen 10 vuoden aikana on jo tapahtunut. Teknologiset uudistukset uskottiin riittävän vähäksi aikaa. Korostettiin, kuinka Internetissä markkinoiminen tavoittaa asiakkaita tehokkaasti ja kuinka se myös tasoittaa kilpailua isojen ja pienten majoitusliikkeiden kesken. Internetissä kaikki yritykset ovat helposti löydettävissä, eikä välttämättä suuria markkinointi-

kuluja tarvita, jos on toimivat Internet-sivut. Epäiltiin myös, että älypuhelinien lisääntyminen kuluttajilla vie palvelujen ostoa Internetistä vielä lisää eteenpäin ja aletaan käyttää mobiilisovelluksia ostosten tekemiseen.

Haastateltavat mainitsivat sähköisen liiketoiminnan heikkouksiksi mahdollisten ongelmatilanteiden arvaamattomuuden ja epäilivät, että liika luottaminen teknologiaan voi aiheuttaa vaikeuksia tulevaisuudessa. Kuitenkin haastateltavat sanoivat, etteivät muista lähimenneisyydestä yhtäkään tilannetta, kun verkko tai jokin järjestelmä ei olisi toiminut tai jonkinlainen romahdus olisi tapahtunut. Teknologian uskottiin parantuneen niin merkittävästi, ettei välttämättä vaaraa tulevaisuudessa olisi.

No tietyllä tapaa ainoa uhka on tietysti, että mitä enemmän me ollaan riippuvaisia tästä tekniikasta, niin sitten kun tulee joku haavoittuvaisuus, niin mikään ei toimi ja asiakasta ei saada sisään eikä ulos. Mutta yllättävän hyvin, ainakin toistaiseksi, on nää järjestelmät kestänyt tän.

Haastattelussa nousi kuitenkin pelko siitä, että voiko kriisitilanteissa tai mahdollisten ruuhkahuippujen aikaan teknologiaan luottaa. Epäiltiin, että silloin kun hätä on suurin, voi systeemi pettää. Myös asiakaspalautteiden väärentäminen Internetissä voi tulevaisuudessa tuoda ongelmia ja sitä kautta luottamuksen katoaminen voi olla ongelma. Internetissä tapahtuvien asiakkaiden omiin kokemuksiin perustuvien tuote- tai palveluarvosteluiden paras puoli häviää, jos niitä aletaan väärentää.

Vaikka teknologia kehittyikin merkittävästi, sen ei uskottu täysin voivan syrjäyttää asiakaspalvelijoita majoitusalailla. Omena-hotellit ovat oma konseptinsa ja check-in ja check-out-automaatit voivat monessa hotellissa olla lisäpalvelu asiakaspalvelijoiden lisäksi. Check-in ja check-out-automaatit saivat aikaan paljon keskustelua ja ne koettiin hyväksi lisäksi keskustan liikemieshotelleissa. Niille ei uskottu olevan käyttöä esimerkiksi lomahotelleissa tai kylpylähotelleissa, joissa asiakaspalvelulla ja henkilökunnan läsnäololla on suurempi merkitys asiakkaille. Uskottiin, että 10 vuoden kuluttua, maailman lisääntyessä entisestään tekniikasta, tekevät asiakaspalvelijat ja palvelu paluun majoitusalailla ja muualakin.

Asiakaspalvelulla pystyy tulevaisuudessa erikoistumaan ja erottumaan kilpailijoista, sillä kaikkien tarjoama majoituspalvelu on pohjimmiltaan hyvin samanlainen. Tekniikalla arveltiin myös olevan majoituslalla rajalliset mahdollisuudet, sillä asiakas halunnee kuitenkin asioida ihmisen kanssa ja saada asiakaspalvelua muualtakin kuin erilaisten laitteiden kautta.

Meillä se oli tietoinen valinta, että halutaan henkilökuntaa. Ois liian helppoo vaan tehdä kaikki toimiin digitaalisesti ja sähköisesti. Mä näen sen myös etuna. Se mahdollistaa erikoistumista ja oman tien löytämistä.

Haastateltavat toivat erilaisia ajatuksia esiin puhuttaessa siitä, millaisia palveluja voitaisiin tarjota ikääntyvälle väestölle. TV-mainonnassa olleet aikuislomakohteet mainittiin ja niiden nähtiin tulevaisuudessa olevan hyvä vaihtoehto lapsettomille aikuisille tai muuten ilman lapsia matkaaville asiakkaille. Uskottiin, että tälle asiakaskunnalle on hyvä markkinoida omia kohteita ja siten taata heidän tyytyväisyytensä lomallaan. Majoitusliikkeen erikoistuminen täysin senioriväestölle voi olla kannattavaa tulevaisuudessa, sillä varakkaita ja hyväkuntoisia vanhuksia on paljon. Myös katsottiin, että erilaisten senioripakettien ja seniorihuoneiden avulla voi myös tavoitella tätä asiakaskuntaa. Senioripaketeilla voidaan samassa majoitusliikkeessä tarjota monille erilaisille asiakasryhmille palveluja ja siten tavoitetaan monia erilaisia asiakkaita samanaikaisesti.

No sitten senioreille omaa..no nythän jo näkee sen, kun on lomamatkailua ulkomaille niin on lapsivapaita hotelleja ja..kyllä tässä täytyy olla hereillä. En tiedä tarviiko he, mutta sinnepäin ollaan menossa.

Senioreiden koettiin haluavan kuitenkin majoittautua muiden ihmisten keskuudessa, ei eristyksissä ja vain muita senioreja ympärillään. Haastateltavat tunnistivat senioriasiakkaat merkittävästi kohderyhmäksi nyt ja tulevaisuudessa majoituslalla. Senioriasiakkailla on kasvaneen elintason takia usein paljon niin sanottua löysää rahaa käytettävissä ja heidän tarpeidensa toteuttaminen on siksi tarpeellista. Senioriasiakkaat voidaan tavoittaa parhaiten panostamalla erityisesti laatuun ja hyvään palveluun.



Haastateltavat eivät kokeneet, että työllisyystilanne tulisi muuttumaan radikaalisti tulevaisuudessa. Suurten ikäluokkien poistuminen työelämästä nostettiin esiin ja kerrottiin sen tuovan muutoksia työllisyyteen. Tiettyihin työtehtäviin uskottiin löytyvän etenkin tulevaisuudessa työntekijät ulkomailta, mutta majoitusalan ei välttämättä koettu olevan yksi niistä. Esimerkiksi siivous- ja kuljetusalan sanottiin olevan vahvasti ulkomaalaisen työvoiman tekemä tulevaisuudessa. Haastateltavat eivät kokeneet, että tekniikka tulisi kokonaan syrjäyttämään henkilökuntaa majoitusosalalla. Täysin itsepalvelulla toimivat hotellit ovat haastateltavien mukaan oma "lajinsa" ja henkilökunta säilyy muissa majoitusliikkeissä entiseen tapansa. Uskottiin, että asiakaspalvelu tekee paluun alalla kuin alalla ja Shell-huoltoasemien käyttöön ottamat tankkaajat ovat hyvä esimerkki siitä. Ihmisillä on enemmän rahaa käytössään ja haluavat vastineeksi palvelua ja laatua.

Tulevaisuudessa nähtiin alalla olevan enemmän yksilöllisiä ja yksityisiä majoituskohteita, eivätkä kaikki palvelujentarjoajat välttämättä ole osa jostain majoitusketjusta. Asiakkaiden koettiin arvostavan erilaisuutta ja persoonallisuutta. Kävi ilmi, että haastateltavien yrityksissä on jo tällä hetkellä runsaasti erilaisia majoitus- ja ohjelmapaketteja, joilla voi tehokkaasti palvella monenlaisia asiakasryhmiä.

Mutta tuota, että on varmasti olemassa jo nyt ja tulevaisuudessa ehkä entistä enemmän ihmisiä, jotka hakee persoonallisempia palveluja. Se on nähtävissä muualla maailmassa esimerkiksi nää Design-hotellit ja Boutique-hotellit ties mille eri teemalle, sisustuksessa ja palvelussa suunnatut.. niin mä niinkun uskon siihen.

Haasteena on kuitenkin saman katon alla toteuttaa kaikkien asiakkaiden erityis-toiveet ja palvella kaikkia samantasoisesti. Palvelupaketteja tekemällä voi tarjota erilaisille asiakasryhmille erilaisia varusteltuja huonetyyppejä ja liitännäispalveluja. Kustannusongelmat nostettiin haastattelussa esiin ja mainittiin, ettei kaikkia asiakkaita pysty alalla miellyttämään, vaan jonkinlaista erikoistumista tarvitaan. Erikoistuminen ei kuitenkaan voi olla liian rajaavaa, sillä hotellit ovat ennen kaikkea liikeyrityksiä ja liiallinen erikoistuminen karsii asiakkaita. Maailmalla jo yleistyneet design- ja boutique-hotellit nähtiin yhtenä tulevaisuuden vaihtoehtona majoitusosalalla. Nämä hotellit erikoistuvat palvelulla, teemalla ja

sisustuksella, ja asiakkaat, jotka arvostavat persoonallisempia palveluja valitsevat tämän tyyppisiä majoitusliikkeitä.

Kysymys Tampereen majoitusalan tulevaisuudesta nosti esiin erilaisia asioita. Erilaiset uudet majoitusliikeprojektit kyseenalaistettiin voimakkaasti ja kerrottiin, että alalla kaikki on hyvin epävarmaa, ennen kuin päätös rakentamisen aloittamisesta on saatu. Uusia ja vanhoja hotelliprojekteja nousee aina välillä rakennuttajilla harkintaan, mutta harva niistä loppujen lopuksi toteutuu. Lisäkapasiteettia uskottiin vielä tulevaisuudessa tulevan Tampereelle jo tiedossa olevien rakennusprojektien jälkeenkin. Kannattavuusongelmat nostettiin myös esiin ja epäiltiin, ettei lisäkapasiteetin myötä välttämättä kaikille yrityksille riitä ympärivuotisesti asiakkaita.

No sanotaan ainakin suunnitelmien perusteella, joita on tapetilla, voisi sanoa, että tää kapasiteetti räjähtää. Nyt kaupungissa on sellaiset 2300 huonetta ja nyt tulee kesän aikana 15 % lisää kapasiteettia.

Haastateltavien mielestä Tampereella on maine, ettei siellä pystytä järjestämään isoja kansainvälisiä tilaisuuksia, koska majoitusliikkeitä on rajallisesti. Lisäkapasiteetti voi auttaa Tampereen maineen paranemisessa ja isoja tilaisuuksia voidaan järjestää siellä tulevaisuudessa. Mikäli majoitusliikkeiden määrä tulee jatkossa lisääntymään, niin uskottiin heikompien ja epäkannattavimpien majoitusliikkeiden häviävän vahvimpien tieltä. Arvioitiin myös, että Tampereen hotellien käyttöaste tulee laskemaan 63 %:sta, joka on yksi Suomen parhaasta, keskimääräisen suomalaisen kaupungin tasolle eli noin 50 %:iin.

Tampereella ei katsottu olevan merkittävää tarvetta viiden tähden hotellille, sillä siellä ei nähty olevan niin sanottuja viiden tähden asiakkaita. Tampereella on kuitenkin haastateltavien mukaan joskus käynyt niin, että asiakkaat ovat majoittuneet Helsingissä, sillä tarpeeksi laadukasta majoitusta ei Tampereella ole ollut tarjolla. Näiden harvojen asiakkaiden takia ei kuitenkaan ole järkevää rakentaa omaa hotellia, sillä se ei olisi kannattavaa ympärivuotisesti.

Aina välillä se tarve herää, kun meillä on jotain vip-kokouksia tai merkittäviä tapahtumia tai jollakin yrityksellä tai kaupungilla jotain merkittäviä vieraita. Aina silloin tää nousee esiin. (viiden tähden hotellit) Mutta miten siitä saada kannattavaa bisnestä 12 kuukautta vuodessa, niin se vähän mietityttää. Me ollaan kuitenkin aika pieni kaupunki.

Budjettimajoituskohteet saivat haastateltavilta enemmän kannatusta ja he painottivat, että laadukkaita hostelleja ja edullisia majoituspalveluita voisi olla Tampereella enemmänkin. Dream Hostel nostettiin esiin ja kiiteltiin, kuinka se toi mukavaa vaihtelua tyylikkäällä toteutuksellaan Tampereen hotellikulttuuriin. Se koettiin laadukkaana majoituskohteena, joka sopii myös asiakkaille, joita ei perinteisesti koeta halpamajoitusta käyttävinä. Tulevaisuudessa ei uskottu olevan heikompia budjettikohteita, vaan koko alan matkailu siirtyy korkeatasoiseen halpamatkailuun. Haastattelussa myös kävi ilmi, että esimerkiksi hotellin yhteyteen voisi tulevaisuudessa perustaa hotellin, jota palvelisi sama vastaanotto kuin hotellia.

Tampereella keskustan alue koettiin olevan ainoa hyvä paikka majoitusliikelle. Tampereella asiakkaat eivät löydä syrjäisempiä hotelleja omakseen ja kokevat, että etäisyys niihin on aivan liian pitkä. Kaikki tällä hetkellä olevat hotelliprojektitkin ovat myös suunnitteilla keskustan alueelle.

Tampere on pieni kaupunki ja 10 kilometriä keskustasta on jo aika kaukana. Kyllä näitä suunnitelmia on aika paljonkin, että rakennetaan hotelleja keskustan ulkopuolellekin. Mutta ne on kaikki suunnitelmia ollut kyllä vaan eikä yksikään oo valmistunut Rosendahlin jälkeen ja se on valmistunut 1977.

Kuitenkin maaseudulla tai keskustan alueen ulkopuolella nähtiin mahdollisuus majoitusliikkeille. Korostettiin, että majoituspalvelujen yhteydessä tulee olla laadukkaita ohjelmapalveluja ja muita virikkeitä. Perinteisissä suomalaisissa hirsimökeissä nukkuminen ja muutama kotieläin eivät haastateltavien mukaan riitä nykyään asiakkaille, vaan maaseutumatkailu on vietävä aivan uudelle tasolle. Uskottiin myös, että Tampereen lentoaseman yhteyteen voisi tulevaisuudessa rakentaa hotellin, joka palvelisi asiakkaita, jotka joutuvat odottamaan lennon lähtöä jompaankumpaan suuntaan matkaillessaan.

Yksityisille majoitusliikkeille ei uskottu tulevaisuudessa olevan merkittävästi tilaa Tampereella. Kaupungissa tulee suurinta osaa alasta hallinnoimaan erilaiset hotelliketjut, sillä ala on merkittävästi pääomavaltainen. Arvioitiin, että tulevaisuudessa 10 % toimijoista voisi olla yksityisiä ja loput eri hotelliketjujen omistuksessa. Yksityiset majoitusliikkeet kuitenkin koettiin olevan ”alan suola”, vaikka haastateltavat näkivätkin, että tulevaisuudessa Tampereella on pääasiassa ketjumajoitusliikkeitä. Asiakkaiden uskotaan haluavan palvelua, persoonallisuutta ja uusia kokemuksia eikä majoitusta identtisissä ketjumajoitusliikkeissä.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Ilmastonmuutos on merkittävä globaali ongelma, jonka estämiseksi tulee kaikkien tehdä töitä. Ekologisuus on lisääntynyt nykypäivänä sekä yksilöiden että yhteisöjen toiminnassa ja tulevaisuudessa sen uskotaan entisestään korostuvan. Matkailussa kuluu paljon energiaa ja majoitusyritykset haluavat korostaa olevansa ekologisia ja huolehtivansa oman osuutensa ilmastonmuutoksen hidastamisesta. Scandic hotelliketju toimii edelläkävijänä tässä ekologisessa ajattelussa ja heillä siihen on panostettu erittäin vahvasti ja se on osa ketjun imagoa. Voisi kuvitella, että muutkin majoitusliikkeet saattavat vuoteen 2021 mennessä ottaa ympäristöystävällisyyden yhdeksi lähtökohdaksi kaikessa toiminnassaan. Tulevaisuudessa etenkin nuoret ja ympäristöstä kiinnostuneet ihmiset saattavat tehdä ostopäätöksensä täysin ekologisuuteen liittyvistä syistä. Luomun ja lähiruuan käytön lisääntyminen on yksi esimerkki siitä, että ihmiset haluavat vaikuttaa päätöksillään maailman tulevaisuuteen. Omaa ympäristöystävällisyyttä usein myös korostetaan elämässä ja se on yksilölle merkittävä arvo elämässä. Myös entisöinti, kierrättäminen ja second hand- tuotteiden käyttö ovat yksi tapa estää jatkuvaa uuden ostamista ja pienentää hiilijalanjälkeä.

Vastaukset globalisaation vaikutuksista saattoivat pitkälti määräytyä sen perusteella, millaisessa työpaikassa haastateltava oli ja millaisia asiakkaita heillä pääasiallisesti käy. Työntekijät muuttuvat esimerkiksi siivous- ja kuljetusalalla lähes kokonaan ulkomaalaistaustaisten henkilöiden tekemäksi ja tämä rikastuttaa Suomen kulttuuria. Tulevaisuudessa varmasti ulkomaalaisten työntekijöiden osuus lisääntyy myös muilla aloilla ja yritysten käytetyimmäksi työkieleksi saattaa tulla englanninkieli. Venäläiset asiakkaat ovat kiistämättä tärkeä asiakaskunta Suomessa tulevaisuudessa ja esimerkiksi Helsinki–Pietari rautatieyhteys on suuri tekijä tässä. Historiasta jääneet ennakkoluulot toivottavasti parantuvat ja suhtautuminen venäläisiin paranee. Alalla on tärkeä ymmärtää, kuinka merkittävästä asiakaskunnasta on kyse. Venäjänkielen opiskelu toivottavasti lisääntyy alalle pyrkivien keskuudessa ja vuonna 2021 toivottavasti ainakin Itä-Suomessa palvelua saa jo kattavasti venäjänkielellä.

Halpalentoyhtiöiden lisääntyminen madaltaa asiakkaiden kustannuksia matkustaa ympäri maailmaa ja kilpailu asiakkaista kovenee. Suomi on maailmalla suhteellisen tuntematon ja maan korkea hintataso ei houkuttele asiakkaita. Kuitenkin keskittymällä maan imagon parantamiseen ja korostamalla Suomen matkailuvaltteja maailmalla, saattavat asiakkaat löytää maan helpommin. Globalisaation kaikkia vaikutuksia matkailuun ja majoitusalaan on vaikea arvioida, sillä maailma tuntuu niin sanotusti pienevän kovaa vauhtia. Vaikka terrorismille ei nähty haastattelijoiden keskuudessa merkittävää vaaraa vuoteen 2021 mennessä, niin erilaiset joukkomurhat ja muut väkivaltateot saattavat lisääntyä. Esimerkkeinä näistä on viime vuosina tapahtunut Norjan joukkosurma ja kouluammuskelut. Suomi ei kuitenkaan välttämättä ole terrorismille merkittävä kohde tulevaisuudessakaan. Erilaiset terroriteot sekä väkivaltaisuuDET näkyvät varmasti tulevaisuudessa matkailun notkahduksina.

Sitä kuinka paljon tekniikka vielä kehittyi tulevaisuudessa 10 seuraavan vuoden aikana, on hyvin vaikea arvioida ja sen mahdollisuudet ovat lähes rajattomat. Kehitys on viime aikoina ollut todella nopeaa ja kaikessa kaupankäynnissä tekniikan merkitys on noussut. Internetin käyttäminen on nykypäivänä lähes välttämätöntä kaikille ihmisille. Esimerkiksi iäkkäille ihmisille järjestetään erilaisia kursseja ja koulutuksia, jotta he pystyvät hoitamaan esimerkiksi pankkiasioita verkon kautta, sillä todella monet palvelut ovat nykyään siirtyneet Internetiin. Monet uudet teknilliset kehitykset voivat varmasti alussa heikko signaali, joka poikkeaa totutusta, mutta saattaa tulevaisuudessa olla hyvinkin merkittävä uudistus. Esimerkiksi avaruusmatkailu on yksi matkailun heikoista signaaleista mutta se tuskin tulee Suomea koskettamaan tulevaisuudessakaan. Älypuhelimet ja muut kannettavat laitteet lisääntyvät koko ajan ja pian uskoisi, että niihin saadaan sovelluksia liittyen jopa matkailu- ja majoitusalaankin. Asiakaspalautteita voi jo nykyään antaa ja lukea nopeasti älypuhelimien avulla ja ulkomailla ollessa kartta on koko ajan puhelimesta mukana. Vaikka tekniikka kehittyikin kovasti, saattavat perinteiset asiakaspalvelijat tehdä paluun monella alalla. Esimerkiksi Shell-huoltoasemaketju on viime aikoina ottanut käyttöön uudelleen tankkaajat ja se ovat varmasti toivottu lisäpalvelu monelle. Asiakaspalvelulla voi tulevaisuudessa erikoistua kilpailijoista, mikäli muut ovat valinneet tekniikan ja itsepalvelun käyttämisen.

Suurten ikäluokkien jäätyä eläkkeelle on varakkaita ja terveitä senioreita paljon. Heidän huomioimisensa majoitusalaalla on tärkeää, sillä he ovat asiakaskuntana suuri. Haastattelun perusteella ei senioreille uskottu olevan tarvetta täysin omalle majoitusliikkeelle, mutta erilaisia senioripaketteja ja palvelujen muunlainen soveltaminen heille koettiin tarpeelliseksi. Tulevaisuudessa on tärkeää panostaa laatuun ja palveluun, sillä senioriasiakkaat arvostavat niitä. Ohjelmapalvelut kuten esimerkiksi erilaiset kulttuuri-, hyvinvointi- ja hemmottelupalvelut sopivat tälle asiakaskunnalle. Seniorit arvostavat rauhallisuutta, helppoutta, yhteisöllisyyttä ja luonnon läheisyyttä lomaillessaan. Myös esteettömyyden varmistaminen on tärkeä palvelu tulevaisuudessa kaikilla palvelualoilla ja erilaiset liikuntarajoitteisuudet on hyvä huomioida.

Yksilöllistymisellä on suuri merkitys majoitusalaan vuonna 2021. Asiakkaat haluavat persoonallisia palveluita ja ovat valmiita myös maksamaan niistä. Ihmiset ovat jo matkailleet suurissa ja suosituissa massaturismikohteissa ja ovat nyt valmiita kokemaan jotakin uutta ja näkemään maailmaa muualtakin. Uudet majoituskohteet, jotka tarjoavat uusia kulttuureja, tapoja, uskontoja ja perinteitä, kiinnostavat tulevaisuudessa asiakkaita enemmän kuin jo tutuksi tulleet majoituskohteet. Asiakkailla on enemmän rahaa käytössään ja haluavat tehdä individualisia ratkaisuja ja korostaa minuuttaan kaikissa toimissaan. Suomi ja Tampere saattavat hyvinkin toimia tulevaisuudessa tällaisina yksilöllisinä matkakohteina, jonne kaikkia maailman matkailijoita ei edes kiinnosta tulla. Vain pieni osa matkailijoista haluaa kokea myös eksoottisen ja kaukana sijaitsevan Suomen. Suomen hintataso on myös suhteellisen kallis eikä se houkuttele asiakkaita.

Lisäkapasiteettia tullaan vielä rakentamaan Tampereelle seuraavan 10 vuoden aikana olemassa olevien rakennusprojektien lisäksi. Se muuttaa varmasti kaikkia majoitusliikkeen kannattavuutta ja käyttöastetta. Mikäli Tampere pysyy asiakkaille hyvin saavutettavissa, esimerkiksi hyvien lentoliikenneyhteyksien avulla, saattavat matkailijamäärät vielä lisääntyä entisestään ja useammat majoitusliikkeet pärjätä kasvaneessa kilpailussa. Rautatieyhteyksien tulee olla kunnossa, sillä erityisesti suomalaiset ja Suomea kiertävät asiakkaat voivat hyödyntää niitä liikkuessaan. Myös uusien vetovoimatekijöiden rakentaminen ja entisten

kehittäminen on ensisijaisen tärkeää elinkeinolle. Esimerkiksi Särkänniemeeseen kesällä 2012 avattava Angry Birds teema-alue saattaa houkutella suuriakin ihmismassoja, sillä Angry Birds-peli on saavuttanut suuren suosion ympäri maailmaa. Tulevaisuudessa tällaiset teemapuistot voivat hyvinkin olla yksi vetovoimatekijä. Jos Tampereen Keskusareena rakennetaan, se mahdollistaa erilaisten tapahtumien kuten konserttien ja urheilukisojen järjestämisen Tampereella tulevaisuudessa. Erilaiset tapahtumat tuovat matkailijoita Tampereelle ja majoitustarve kasvaa silloin.

Uudet Tampereelle tulevaisuudessa rakennettavat majoitusliikkeet kuuluvat todennäköisesti johonkin majoitusketjuun. Suomalaiset etenkin ovat hyvin uskollisia käyttämään erilaisia kanta-asiakaskortteja ja heidän ostopäätöksensä määräytyvät niiden mukaan vahvasti. Ketjumajoitusliikkeet koetaan yleisesti persoonattomiksi ja toistensa identtisiksi kopioiksi, vailla mitään erikoista. Tulevaisuudessa saattavat majoitusketjut kuitenkin pyrkiä erikoistumaan ja esimerkiksi remontoimaan hotelleistaan jonkin teeman mukaisia. Persoonallisuus voi siis olla tulevaisuudessa myös ketjussa olevien majoitusliikkeiden tapa erikoistua kilpailussa. 10 % Tampereen majoitusliikkeistä arvioitiin tulevaisuudessa olevan yksityisiä toimijoita ja loput, selkeästi suurempi osa, ketjumajoitusliikkeitä. Kuitenkin ihmisten tarve kokea jotakin ainutlaatuista ja erilaista saattaa kasvaa tulevaisuudessa niin merkittävästi, että asiakkaat haluavat valita uniikkeja ja yksityisiä majoitusliikkeitä. Yksityiset majoitusliikkeet ovat tärkeä osa majoitusliikkeiden tarjontaa.

Viiden tähden hotellille ei ole tarvetta vuoteen 2021 mennessä Tampereella. Viiden tähden hotellia käyttäviä asiakkaita ei ole tarpeeksi, jotta oma majoitusliike olisi kannattava. Mikäli maailman taloudellinen tilanne paranee voimakkaasti tulevaisuudessa, voisi viiden tähden majoitukselle olla kuitenkin tarvetta, kun yritykset voivat käyttää enemmän rahaa työmatkailuun, edustamiseen ja tilaisuuksien järjestämiseen. Myös valtion päämiehet ja muut korkea-arvoiset henkilöt käyttävät viiden tähden hotelleja ja mikäli Tampereella järjestetään merkittäviä kongresseja tai edustustilaisuuksia enemmän tulevaisuudessa, voi hotellille tulla käyttöä. Kuitenkin Design- ja Boutique-hotellien yleistyminen maailmalla ja ihmisten vahvistuva erilaisuuden tavoittelu kasvaneen elintason myötä, luulisi



tarkoittavan sitä, että Tampereellakin on tulevaisuudessa tarvetta tämän kaltaiselle majoituspalvelulle.

Budjettimajoitusliikkeiden lisätarve tulevaisuudessa oli haastattelun perusteella merkittävä. Budjettimatkailu on riippuvainen halpalentoyhtiöiden reiteistä ja In-terrail-junaliikenteestä. Budjettimatkailijat arvostavat matkaillessaan hinnan ohella myös sijaintia, siisteyttä ja palveluita. Budjettimajoitusliikkeet ovat tulevaisuudessa tarkasti suunniteltuja ja laadukkaita ja ne voivat myös noudattaa jotakin teemaa tai designia. Keskusta on varmasti tulevaisuudessa ehdoton sijainti majoitusliikkeelle, ellei esimerkiksi Pirkkalan lentoasema merkittävästi laajene tai jotain muuta merkittävää rakenneta keskustan ulkopuolelle. Tampereelle tulevat matkailijat eivät löydä keskustan ulkopuolella olevia majoitusliikkeitä ellei syy matkailuun sijaitse siellä.

Tulevaisuuden tutkimuksen neljä perusominaisuutta kävivät tutkimuksessani toteen. Tutkimuksen kohdetta tarkastellessa, tuli selvittää, millainen on Tampereen matkailullinen kehitys ollut ja millainen se on nykyään, jotta tulevaisuuden kuvaus on mahdollista selvittää. Tulevaisuuden tutkimuksessa tuli myös selvittää, millaiset ovat ihmisten tulevaisuutta kohtaan olevat pyrkimykset. Ne selvisivät perehtymällä Suomen ja Pirkanmaan matkailustrategioita ja saamalla selville, miten matkailua pyritään kehittämään. Toinen perusominaisuus oli, että tulevaisuudentutkimus on välineellistä ja sitä ohjaa tarkoitus. Työssä tarkoitus oli selvittää matkailu- ja majoitustoiminnan tulevaisuus, jonka avulla pystyy tekemään päätöksiä nykyhetkessä. Kolmas perusominaisuus eli, että ”tieto tulevaisuudesta” on toisinaan vallitseva ja toisinaan ei, toteutui siten, että tulevaisuuden monet mahdollisuudet tulivat esille. Tulevaisuuden tutkimuksessa hahmotetaan tulevaisuutta laajasti eikä tehdä vain yhtä ennustetta. Tulevaisuuden tutkimus on monitieteellistä, sillä monien alojen teoriat auttavat tulevaisuuden hahmottamisessa.

Tekemästäni tutkimuksesta on mielestäni jatkotutkimuksen mahdollisuuksia, sillä aiheeni kehittyi koko ajan ja on tärkeää pystyä pysymään asiakkaiden muuttuvien odotuksien tasolla. Esimerkiksi jatkossa työni pohjalta voi tutkia, kuinka ammattilaisten antama tulevaisuudenkuvaus toteutui ja kuinka siitä

eteenpäin tulevaisuus majoitus-alalla kehittyä Tampereella, Pirkanmaalla tai jopa koko Suomessa. Tulevaisuuden tutkimus on muuttuvassa maailmassa tärkeää ja sitä voi käyttää apuna monessa tutkimuksessa hotelli- ja ravintola-alalla.

## LÄHTEET

Aamulehti. 2011. Tampellaan tulossa 15-kerroksinen hotelli. Aamulehti. 24.10.2011.

Aamulehti. 2012a. Kaupunki näyttää vihreää valoa Tampere-talon lisäsiivelle. 25.1.2012.

Aamulehti. 2012b. Taysin potilashotelli aloittaa toimintansa keskiviikkona. Tulostettu 4.1.2012. <http://www.aamulehti.fi/Pirkanmaa/1194713327503/artikkeli/taysin+potilashotelli+aloittaa+toimintansa+keskiviikkona.html>

Brännare, R., Kairamo, H., Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. 4.painos. WSOY: Helsinki

Cumulus. 2012. Hotelli Cumulus Rautatienkatu - Avataan kesällä 2012. Tulostettu 20.2.2012. [http://www.cumulus.fi/hotellit/rautatienkatu/fi\\_FI/rautatienkatu/](http://www.cumulus.fi/hotellit/rautatienkatu/fi_FI/rautatienkatu/)

Heinonen, S. 2009. Matkailun tulevaisuus – megatrendejä ja heikkoja signaaleja. Tulostettu 3.10.2011. [www.smal.fi/file.php?233](http://www.smal.fi/file.php?233)

Hemmi, J & Vuoristo, K-V. 1993. Matkailu. Porvoo: WSOY

Hirn, S. & Markkanen, E. 1987. Tuhansien järvien maa – Suomen matkailun historia. Matkailun edistämiskeskus. Suomen matkailuliitto. Helsinki.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2010. Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. Helsinki.

Kamppinen, M., Kuusi, O. & Söderlund, S. 2002. Tulevaisuudentutkimus - perusteet ja sovelluksia. Suomen kirjallisuuden seura. Helsinki.

Kauppa- ja teollisuusministeriö. 2006. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 & Toimenpideohjelma vuosille 2007–2013. Julkaisu 21/2006 Elinkeino-osasto. Edita Publishing Oy.

Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 28.4.2006/308

Lehtonen, J. 2011. Matkailusilmä. Pääkirjoitus. MEKin asiakaslehti 1/2011.

Markkanen, M. myyntipäällikkö. 2011. Sähköpostihaastattelu 28.11.2011. Haastattelija Elijoki, E.

Matkailun historian tietokeskus. 2010. Harvojen huvista kaiken kansan iloksi. Tulostettu 17.10.2011. <http://matkoilla.fi/nayttelyt/harvojen-huvista-kaiken-kansan-iloksi>

Matkailun edistämiskeskus. 2006. Matkailu vuonna 2020 – faktaa ja fiktiota. 2. painos. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus

Matkailun edistämiskeskus. 2010. Maakunnalliset matkailustrategiat - tiivistelmä. Tulostettu 2.10.2011. [www.mek.fi](http://www.mek.fi)

MCA. 2012. Hydrography. Tulostettu 23.2.2012. <http://www.dft.gov.uk/mca/mcga-dqs-hmp-hydrography.htm>

NCC. 2012. Tampereen kansi ja Keskusareena. Tulostettu 21.2.2012. [http://www.ncc.fi/konseptit/hybridit/tampereen\\_keskusareena/fi\\_FI/tampereen\\_keskusareena/](http://www.ncc.fi/konseptit/hybridit/tampereen_keskusareena/fi_FI/tampereen_keskusareena/)

Opetushallitus. 2010. Heikot signaalit. Tulostettu 10.10.2011. [http://www.oph.fi/tietopalvelut/ennakointi/ennakoinnin\\_sahkoinen\\_tietopalvelu\\_ennesti/menetelmat/environmental\\_scanning/heikot\\_signaalit](http://www.oph.fi/tietopalvelut/ennakointi/ennakoinnin_sahkoinen_tietopalvelu_ennesti/menetelmat/environmental_scanning/heikot_signaalit)

Opetushallitus. 2010. Kestävä kehitys ja globalisaatio. Tulostettu 13.10.2011. [http://www.edu.fi/lukiokoulutus/biologia\\_ja\\_maantieto/ops\\_kaytanton\\_maantieteesa/yhteinen\\_maailma\\_ge2/kestava\\_kehitys\\_ja\\_globalisaatio](http://www.edu.fi/lukiokoulutus/biologia_ja_maantieto/ops_kaytanton_maantieteesa/yhteinen_maailma_ge2/kestava_kehitys_ja_globalisaatio)

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2007. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. 3 painos. Helsinki: Restamark.

Rubin, A. 2005. Megatrendit. Tulostettu 3.10.2011. [http://www.futunet.org/fi/materialit/tutkimus/01\\_tiedonalana/01\\_etusivu?C:D=347605&selres=347605](http://www.futunet.org/fi/materialit/tutkimus/01_tiedonalana/01_etusivu?C:D=347605&selres=347605)

Scandic. 2012. Scandic Tampere Station. Tulostettu 20.2.2012. <http://www.scandichotels.fi/Hotels/Countries/Suomi/Tampere/Hotels/Tampere-Station/>

Suomen virallinen tilasto. 2011. Suomalaisten matkailu. Tulostettu 9.9.2011. <http://www.stat.fi/til/smat/kas.html>

Tampereen kaupunki. 2010. Historia lyhyesti. Tulostettu 18.10.2011. <http://www.tampere.fi/tampereinfo/sanoinjakuvin/historia.html>

Tamperelainen. 2012. Tornihotelli sai rakennuslupansa. Tulostettu 20.2.2012. <http://www.tamperelainen.fi/artikkeli/75284-tornihotelli-sai-rakennuslupansa>

Tilastokeskus. 2011. Majoitustilasto. Tulostettu 4.11.2011. <http://www.youtube.com/watch?v=EeNrchMMIqA>

Tredea Oy. 2011. Tampereen matkailun tunnuslukuja – Joulukuu 2010. Tulostettu 18.10.2011. <http://gotampere.fi/getfile.php?file=738>

Tredea Oy. 2011. Tampereen kaupunkiseudun elinkeino- ja kehitysyhtiö Tredea Oy. Tulostettu 3.10.2011. [www.tredea.fi/](http://www.tredea.fi/)

Turun yliopisto. 2011. Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Tulostettu 13.10.2011. <http://www.ffrc.utu.fi/>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2010. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020 – 4 hyvää syytä edistää matkailutoimialojenkehitystä. Tulostettu 7.10.2011. [http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia\\_020610.pdf](http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf)

Vapaavuori, M. & von Bruum, S. 2003. Miten tutkimme tulevaisuutta? Tulevaisuuden tutkimuksen seura. Toinen ja uudistettu painos. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Visit Tampere. 2012. Majoitus. Tulostettu 11.2.2012. [http://www.visittampere.fi/majoitusta\\_tampereella](http://www.visittampere.fi/majoitusta_tampereella)

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. 3. painos. Porvoo: WSOY

Vuoristo, K-V. & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa - Suomen matkailumaantiede. WSOY: Helsinki

Åhlberg, M. 2012. Kestävä kehitys. Tulostettu 23.2.2012. [http://www.edu.helsinki.fi/bio/didaktiikka/didaktiikka-kehitys/kestava\\_kehitys.htm](http://www.edu.helsinki.fi/bio/didaktiikka/didaktiikka-kehitys/kestava_kehitys.htm)

## LIITTEET

Liite 1 Tampereen majoitusliikkeet helmikuussa 2012

Liite 2 Teemahaastattelu

## LIITE 1

## Tampereen majoitusliikkeet helmikuussa 2012

- 3 Sokos Hotels- ketjun hotellia (Ilves, Tammer, Villa)
- 2 Scandic- hotellia (Tampere City, Rosendahl)
- 4 Restel- ketjun hotellia (Koskikatu, Pinja, Hämeenpuisto ja Holiday Inn)
- 2 Omena-hotellia
- 1 Holiday Clubin hotelli (Tampereen kylpylä)
- 5 muuta hotellia (Hotelli Hermica, Hotelli Mango, Hotelli Viktoria, Hotelli Ville ja Potilashotelli Norlandia Care)  
(Visit Tampere 2012.)

## LIITE 2

## Kysymyslomake

Minkälaisia ajatuksia seuraavaksi mainitsemani käsitteet herättävät majoitusalan tulevaisuuteen liittyen?

1. Ekologisuus
2. Globalisaatio ja terrorismi
3. Digitalisaatio
4. Väestön ikärakenteen muutos
5. Yksilöllistyminen

Millainen on Tampereen majoitustilanne 10 vuoden kuluttua?

- Millaisille majoituspalveluille Tampereella olisi tarvetta?
- Tuleeko vielä tarvetta lisäkapasiteetille?
- Minkälaisille hotelleille tarvetta/kysyntää?
  - Budjetti vs. luksus,
  - Keskusta vs. maaseutu,
  - Ketjut vs. yksityiset hotellit