

## Matkailuyritysten näkemykset Rovaniemen talvimatkailu- palveluista 2030

Laura Mölläri



<b>Tekijä(t)</b> Laura Mölläri	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun liikkeenjohto	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Matkailuyritysten näkemykset Rovaniemen talvimatkailupalveluista 2030	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 40+5
<p>Rovaniemen talvimatkailun palvelutarjonta on kehittynyt lähivuosina, ja matkailijoiden tuoma kysyntä on avannut kaupunkiin uusia matkailupalveluita. Tässä opinnäytetyössä selvitettiin Rovaniemen talvimatkailun tulevaisuuden palvelutarjontaa paikallisten yritysten näkökulmasta seuraavan kymmenen vuoden aikana; miten he näkevät matkailupalvelut vuonna 2030.</p> <p>Tutkimusmuotoinen opinnäytetyö toteutettiin kyselytutkimuksena. Työn tekeminen aloitettiin toukokuussa 2020, ja se valmistui joulukuussa 2020. Kohderyhmänä toimivat ravintola-, majoitus- ja ohjelmapalveluyritykset. Vastaaajiksi pyrittiin saamaan yrittäjiä tai yritysten edustajia.</p> <p>Työn tavoitteena oli koota yhteen yritysten näkökulmia talvimatkailun, palveluiden ja asiakaskunnan mahdollisista muutoksista vuoteen 2030 mennessä, sekä saada yleiskäsitys näkemyksistä. Tulokset voivat toimia pohjana tuleville tutkimuksille Rovaniemen talvimatkailun kehityksestä.</p> <p>Kyselytutkimuksessa hyödynnettiin skenaarioajattelua. Kyselyn skenaariot koottiin sekä globaaleista, että Lapin alueella vaikuttavista tekijöistä.</p> <p>Tutkimuksen tavoite saavutettiin melko hyvin. Tulokset eivät kuitenkaan edusta Rovaniemen matkailuyrittäjien yleistä vallitsevaa mielipidettä tutkituista asioista. Yleiskuva matkailuyritysten tilasta, sekä paikallisista palveluista muotoutui vastausten perusteella kohtalaisen positiiviseksi. Vastauksista selvisi, että talvisesongin lyhentyessä yritysten on keskityttävä yhä enemmän matkailun ympärivuotisuuteen. Lappi koetaan turvalliseksi kohteeksi myös globaalin pandemian jälkeisenä aikana. Vastauksissa ympäristön suojeleminen ja kestävä kehitys nousivat esille Rovaniemen matkailussa. Huolenaiheiksi taas nousivat maailman poliittinen tilanne ja sen vaikutus Lapin matkailijamääriin ja yritysten selviytymiseen.</p>	
<b>Asiasanat</b> matkailupalvelu, matkailuyritys, palvelukehitys, skenaariot, tulevaisuudentutkimus	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Rovaniemen talvimatkailu .....	2
2.1	Matkailun käsitteitä .....	3
2.2	Matkailumäärät ja -tilastot .....	4
2.3	Majoituspalvelut .....	5
2.4	Ravintolapalvelut.....	6
2.5	Ohjelmapalvelut .....	7
2.6	Ympäristö.....	8
3	Tulevaisuudentutkimus.....	10
3.1	Globaalit ennusteet ja matkailupalveluskenaario 2030 .....	11
3.2	Lappi-sopimus.....	13
3.3	Lapin Luotsi: matkailun tulevaisuuskuvia.....	14
4	Tutkimuksen toteutus .....	17
4.1	Kysely tutkimusmenetelmänä.....	17
4.2	Määrällinen sisällönanalyysi.....	18
4.3	Kohderyhmä .....	18
4.4	Kyselylomakkeen laatiminen ja sisältö .....	19
5	Tutkimustulokset .....	21
5.1	Vastaajien tausta .....	21
5.2	Globaalit skenaariot .....	22
5.3	Tulevaisuuskuvat Lapissa .....	25
5.4	Avoimet vastaukset ja palaute.....	30
6	Johtopäätökset.....	31
6.1	Tulevaisuuden talvimatkailupalvelut .....	31
6.2	Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys .....	33
7	Pohdinta.....	35
	Lähteet .....	36
	Liitteet.....	41
	Liite 1. Saatekirje.....	41
	Liite 2. Kyselylomake.....	42
	Liite 3. Tutkimuskysymysten valikoituminen .....	45

# 1 Johdanto

Tutkimustyypisessä opinnäytetyössä tutkin Rovaniemen talvimatkailun tulevaisuuden palvelutarpeita ja -tarjontaa paikallisten yritysten näkökulmasta seuraavan kymmenen vuoden aikana; miten he näkevät matkailupalvelut vuonna 2030. Tutkin kuinka yrittäjät tai yritysten edustajat kokevat matkailun kehityksen; mitkä ovat keskeiset muutokset ja muutujat palveluiden osalta. Kvantitatiivisen, kyselytutkimuksena toteutettavan tutkimuksen kohderyhmänä toimivat matkailu-, majoitus- ja ravintolapalveluyritykset. Työn tavoitteena on koota yhteen yritysten näkökulmia ja vertailla niitä sekä saada yleiskäsitys näkemyksistä.

Kiinnostuin aiheesta, sillä olen opiskellut matkailualan perustutkinnon Rovaniemellä ja työskennellyt erilaisissa matkailu- ja ravintola-alan tehtävissä Rovaniemen alueella. Minulla on siis yhteyksiä elinkeinon ja tunnen jo entuudestaan yrittäjiä Lapin alueella. Ammattikoulun aikana teimme paljon yhteistyötä paikallisten yrittäjien kanssa. Haluan antaa sekä heille että mahdollisille jatkotutkimuksia tekeville hyödyllistä tietoa matkailun tulevaisuudesta Rovaniemellä.

Opinnäytetyöni aihe on merkityksellinen matkailualalle, sillä alan tulevaisuus on varmasti kaikkien yrittäjien ja työntekijöiden mielessä vallitsevan maailman tilanteen takia. Saatuja tuloksia voidaan hyödyntää jatkotutkimuksia varten. Jatkossa mielenkiintoista olisi tutkia muun muassa miten tuotteita ja palveluita tulisi kehittää yritysten toimesta, ja miten yritykset voisivat omalla toiminnallaan vaikuttaa matkailun kehitykseen.

Työn tavoitteena on saada yrityksiltä näkemyksiä siitä, miltä Rovaniemen talvimatkailu tulee näyttämään 10 vuoden päästä, ja mitkä ovat yrittäjien mukaan palveluiden kannalta keskeiset muutokset tuona aikana. Tutkimuksessa selvitetään valmiiden skenaarioiden avulla, mitkä muutokset palvelutarjonnassa ovat todennäköisempiä kuin toiset. Tutkitaan ovatko vastaajien näkemykset yhteneväisiä vai onko niissä paljon hajontaa. Tuloksista on tarkoitus selvittää mitkä ovat vastaajien mukaan mahdollisia uhkia matkailun kehitykselle. Tavoitteena on tuottaa tutkimustuloksia, joita voidaan käyttää jatkotutkimusten tietoperustana.

## 2 Rovaniemen talvimatkailu

Lapin maakunnassa, Napapiirin kyljessä sijaitseva Rovaniemi on Suomen pohjoisin kaupunki. Rovaniemen pinta-ala on 7500 neliökilometriä, mikä tekee siitä Euroopan suurimman kaupungin. Väkiluku on vuoden 2019 viimeisimmän mittauksen mukaan 63 010 asukasta. Asukasmäärä suhteutettuna kaupungin pinta-alaan kertoo erittäin harvasta asutuksesta, josta suuri osa keskittyy pienempiin kaupunginosiin, taajamiin ja kyliin. Kaupunki sijaitsee Kemijoen ja Ounasjoen risteyksessä. Rovaniemi tuhoutui jatkosodan aikana lähes kokonaan, ja sen kaupunkikuvaa on muokannut sodanjälkeinen nopea uudelleenrakennus. (Rovaniemen kaupunki 2019.)

Luonto on lähellä kaupunkia, mikä mahdollistaa ympärivuotisen luontomatkailun. Joet, lammet, vaarat, könkäät ja luontopolut kehystävät kaupunkia. Rovaniemi sijaitsee arktisella vyöhykkeellä, jossa ilmasto on leuto, ja vuodenaikojen väliset vaihtelut lämpötilassa ja valon määrässä ovat tyypillisiä. Selkeät vuodenaajat ja muutokset ilmastossa tarjoavat mahdollisuuden vaihteleviin aktiviteetteihin kuten kalastus, pilkkiminen, moottorikelkkailu, golf, melonta- ja kajakointi, lumikenkäily, laskettelu, avantouinti ja revontulijahti. (Visit Rovaniemi 2020a.)

Kemijoen ylittävä Jätkänkynttilän silta, legendaarinen hotelli Pohjanhovi, sekä Alvar Aallon sodan jälkeen Rovaniemelle suunnittelema pronсарvikaava ovat Rovaniemen erityistuntomerkkejä. Tunnetuimpia Rovaniemen kulttuurinähtävyyksiä ovat Lapin maakuntamuseo ja tiedekeskus Arktikum, metsämuseo Pilke, kulttuuritalo Korundi, Rovaniemen teatteri, Lapin metsämuseo ja Rovaniemen kotiseutumuseo. Rovaniemellä järjestetään kulttuuri-, musiikki- ja urheilutapahtumia ympäri vuoden. Kävijämäärältään suurimpiin tapahtumiin kuuluvat vuosittain järjestettävät Lapin Erämessut, Suomen suurin lentopalloturnaus Kultavaskooli sekä Simerock-festivaali. Tapahtumat keräävät niin kotimaisia kuin ulkomaisia-kin kävijöitä, joista esimerkiksi vuosittainen, Euroopan suurin moottorikelkkailuun keskittyvä messutapahtuma, Kelekkamessut, täyttää kaupungin majoituskapasiteetin äärimmilleen. (Rovaniemen kaupunki 2020.)

## 2.1 Matkailun käsitteitä

Talvimatkailuna pidetään nimensä mukaan yleisesti talviaikaan tapahtuvaa matkailua, johon liittyvät lumen ja jään vetovoima. Suomalaisten keskuudessa talvimatkailu suuntautuu yleisimmin Etelä-Suomesta Pohjois-Suomeen, ja Suomessa keskeisiä talvimatkailun vetovointekijöitä ovatkin hiihto- ja laskettelukeskukset.

Sesonkivaihtelut Suomen matkailussa ovat voimakkaita. Ilmatieteenlaitos arvioi Lapin talven kestoksi 7 kuukautta. Kolmen kuukauden statistiikoissa Suomen talveen kuuluvat joulutammikuu ja helmikuu. Talvi on tämän hetken tilastojen mukaan kuitenkin Lapissa huomattavasti pidempi. (Ilmatieteenlaitos 2020.) Tilastokeskuksen julkistusten mukaan niin kotimaisten kuin ulkomaisten matkailijoiden yöpymiset Suomessa ovat kasvaneet vuoden 2019 aikana. Kotimaisten talvimatkailijoiden lukumäärä Lapissa taas on kasvanut 2000-luvulla keskimäärin 15 prosenttia. Kansainvälisen talvimatkailun osalta Rovaniemen osuus on lähes kolmannes kaikista ulkomaalaisista yöpymisvuorokausista Lapissa. (Rintala-Gardin 2010, 8, 21.)

Ilmastonmuutos aiheuttaa jo nykyisellään muutoksia talvimatkailuun, etenkin ohjelmalveluihin, ja Etelä-Suomen talvien ennustetaan tulevaisuudessa olevan lähes lumettomia. Itä- ja Pohjois-Suomessa talviolosuhteet säilyvät parhaiten, jopa entistä lumisimpina. Siitä huolimatta muutoksia lämpötilaan ja lumisen jakson pituuteen on tiedossa lähivuosina, sillä myös vesisateet talvella pohjoisessa lisääntyvät. Talvikauden on ennustettu alkavan kuitenkin tulevina vuosina entistä myöhemmin, mikä aiheuttaa haasteita erityisesti joulumatkailulle Lapissa. (Jänkälä 2019.) Talvikautta ja sen myötä talvilajien harrastuskautta on pidennetty muun muassa lumettamalla latuja ja rinteitä, mikä taas tuottaa kasvihuonekaasuja eikä ole kustannustehokasta.

Länsi- ja Keski-Suomessa talvikausi lyhenee ja lumentulo on epävarmempaa mitä etelämäksi siirrytään. Ilmastonmuutoksen edetessä talvimatkailun edellyttämiin kylmiin ja lumiin olosuhteisiin perustuvia ohjelmalveluita ei Etelä-Suomessa pystytä jatkossa järjestämään. Karua faktaa tästä kertoo Ilmatieteenlaitoksen talvitilasto, jonka mukaan talvella 2019–2020 termisen talven kesto Uudellamaalla oli viisi vuorokautta. Kunnan talvea ei esiintynyt ollenkaan maan etelä- ja länsiosassa (Ilmatieteenlaitos 2020.)

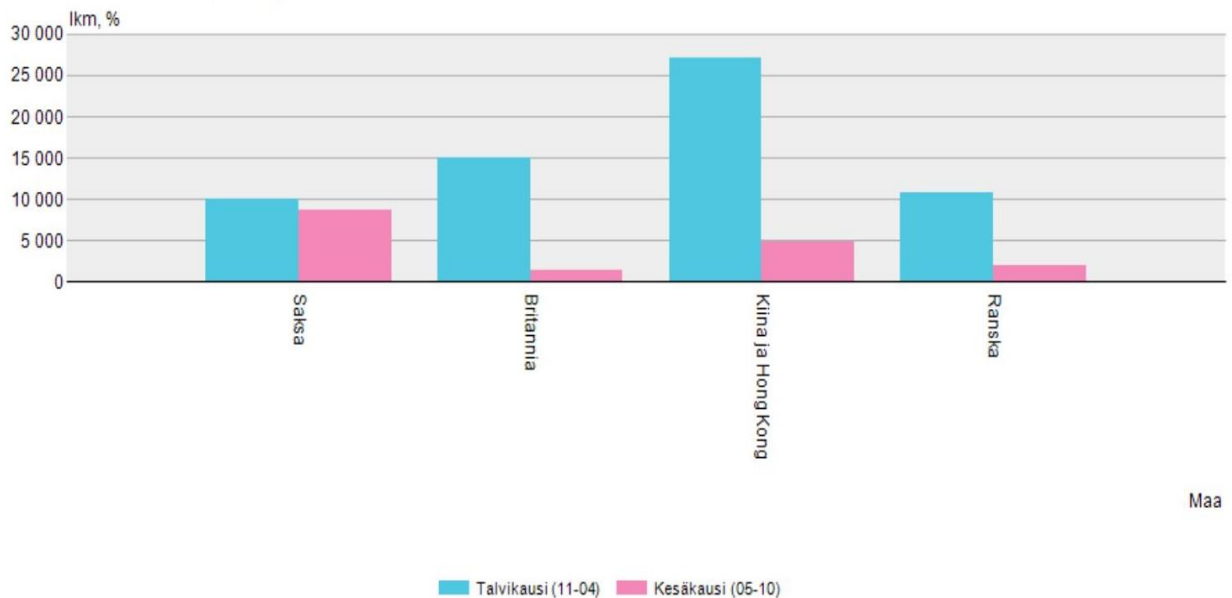
”Palvelu on jotain, jota voi antaa ja saada, mutta ei tiputtaa varpailleen”. Matkailupalvelu tarkoittaa matkailuyrityksen matkailijalle tuottamaa toimintaa, joka toteutetaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, tai jonka palveluntarjoaja tuottaa vastatakseen asiakkaan tarpeeseen. (Terminfo 2010.) Matkailupalvelut ovat usein aineettomia ja muodostavat palvelukokonaisuuden. Asiakkaan näkökulmasta matkailupalvelu on laaja kokonaisuus, joka alkaa kotona matkan suunnitteluna ja päättyy takaisin kotiin paluuseen. Matkailupalvelut voidaan luokitella neljään eri ryhmään; majoituspalvelut, ravitsemis- ja ohjelmapalvelut ja ohjelmapalvelut. (Verhelä & Lackman 2003, 12.) Tässä opinnäytetyössä matkailupalvelulla viitataan majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalveluihin sekä matkanjärjestäjiin ja vierailukohteisiin.

## **2.2 Matkailumäärät ja -tilastot**

Rovaniemen palvelutarjonta matkailijoille on kehittynyt lähivuosina kiihtyvällä tahdilla, ja matkailijoiden tuoma kysyntä on avannut kaupunkiin uusia ravintola-, majoitus- ja ohjelmapalveluita. Lapin matkailun kasvun myötä uusien matkailuyrittäjien määrä myös Rovaniemellä on kasvanut, etenkin ohjelmapalvelusektorilla. Rovaniemen Kehityksen teettämän tutkimuksen mukaan vuonna 2018 Rovaniemellä perustettiin noin 20 uutta matkailualan yritystä. (Lapin AMK 2019.)

Rovaniemen majoituskapasiteetti viimeisimpänä mittausvuonna 2019 oli 1 739 huonetta ja 4 126 vuodepaikkaa. (Tilastokeskus 2020.) Majoitusvaihtoehtoja löytyy tasokkaista hotelleista erikoisimpiin lasi-iglu majoituksiin ja loma-asuntoihin. Kuumimpana talvisesonkina hotellit ovat lähes poikkeuksetta täynnä, ja niiden hinnat huipussaan, mikä on lisännyt vertaismajoituksen kuten Airbnb:n toimintaa. (Lapin Yliopisto 2019.)

Ulkomaisten matkailijoiden määrä vuositasolla on suurempi kuin kotimaisten, ja eniten yöpyneitä matkailijoita on viime vuosina saapunut Englannista, Saksasta, Ranskasta ja Kiinasta. (Visitory 2019.) Näistä suurimmista matkailijaryhmistä useimmat ajoittavat matkansa marras-huhtikuulle eli talvikaudelle (kuvio 1).



Kuvio 1. Rovaniemen matkailusesonkien yöpymiset ja saapuneet asuinmaittain 2019. (Business Finland 2020a.)

Rovaniemen lentoaseman kautta vuonna 2019 kulki 661 000 lentomatkustajaa, mikä tekee siitä Suomen kolmanneksi vilkkaimman lentoaseman Helsinki-Vantaan ja Oulun jälkeen. Lentoaseman kävijämäärät ovat kasvaneet vuodesta 2011 lähtien vuosittain, ja viimeisimpänä mittausvuotena 2019 kotimaisten ja ulkomaisten matkustajien yhteismäärä kasvoi 11,2 %. (Finavia 2020.) Matkailijoita saapuu Rovaniemelle reitti- ja charterlentoilla, joko suoraan kotimaasta tai Helsingin kautta. Matkustajamäärien kasvun myötä Rovaniemen lentoasema aloitti terminaalin laajennushankkeen, joka valmistui joulusesonniksi 2019. Lisätilaa asemalla saatiin matkustajatiloihin sekä kahvilaan. (Lentoposti 2018.) Rovaniemelle on myös erinomaiset juna- ja linja-autoyhteydet Etelä-Suomesta. (Visit Rovaniemi 2020b.)

### 2.3 Majoituspalvelut

Rovaniemen keskustassa majoitusvaihtoehtoina ovat eritasoiset hotellit, hostellit ja huoneistot. Keskustan ulkopuolelle laajentuvat mökkimajoitukset, loma-asunnot, leirintäalueet, sekä erikoismajoitukset, kuten lasi-iglut.

Majoitus- ja ohjelmapalvelutarjonta Rovaniemellä on laajentunut maaseudulle luonnon läheisyyteen, ja kysyntää on enemmän paketoituille kokonaisuuksille yksittäisten retkien ja



palveluiden sijaan. Majoitus voi suuren pinta-alan omaavassa kaupungissa sijoittua useamman kymmenen kilometrin päähän keskustasta. Majoittajat tarjoavatkin usein matkailijoille kuljetuspalvelua ja ohjelmapalveluita pakettina esimerkiksi mökkimajoituksen ohella.

Pieniä, luontoelämyksiä tarjoavia ohjelmapalveluyrityksiä on perustettu viime vuosina entistä enemmän. Erityisesti suurkaupungeista saapuvat matkailijat haluavat kokea Lapin luonnonrauhan, puhtauden ja hiljaisuuden, joita heille myös markkinoidaan Rovaniemen toimesta. (Business Finland 2018.) Luontokokemuksia tarjoaa esimerkiksi 2018 avattu Hotelli Metsähirvas, joka järjestää ryhmille majoituksen lisäksi ravintola- ja aktiviteettipalvelut saman katon alla 15 kilometrin päässä Rovaniemen keskustasta. Palvelukokonaisuuksia luksusmatkailijoille taas tarjoaa Arctic SnowHotel & Glass-igloos, jonka koko tarjonta lasikattoisista revontuli-igluista ja jääravintolasta aktiviteetteihin tapahtuu Lehtojärvellä, noin 30 kilometrin päässä, kaukana kaupungin vilkseestä.

Airbnb-majoitustoiminta on noussut koko Suomessa, ja etenkin Rovaniemellä räjähdysmäisesti. Paikalliset tarjoavat omia tai Airbnb-käyttöön hankkimiaan asuntoja matkailijoiden käyttöön. Kuumimman sesongin aikaan hotellit ovat täynnä, ja näin ollen vuokrattavat asunnot tasoittavat majoituspulaa. Ne antavat matkailijoille myös enemmän valinnanvaraa majoituksen suhteen, ja ovat vaihtoehto perinteiselle hotelliyöpymiselle. (Ulapland 2019.)

## **2.4 Ravintolapalvelut**

Rovaniemellä toimii tänä päivänä 63 ruokaravintolaa. (Suomen yritysrekisteri 2020.) Rovaniemen ravintolatoiminta on matkailun vuosittaisen kehityksen ansiosta laajentunut ja kehittynyt palvelemaan paremmin matkailijoiden tarpeita.

Elämyshakuisuus on Lapin matkailijoiden suosiossa. Elämyksellisyyttä on kehitetty erityisesti ohjelmapalvelualalla ja luontomatkailussa, mutta myös kulinaristisia elämyksiä on tuotteistettu matkailijoiden saataville. Elämyskokemuksissa ovat mukana tarinankerronta ja osallistavat aktiviteetit. (Tarssanen 2009, 15-16.)

Vaikka Rovaniemi ei ole varsinaisesti ruokamatkailukohde, on ruokailusta tehty elämyksellinen osa matkailukokemusta. Esimerkiksi Lapin makuja ja tarinoita tarjoava ravintola Nili on palvellut niin matkailijoita kuin paikallisia jo 14 vuoden ajan sesongeittain vaihtuvilla, paikallisista raaka-aineista koostuvilla menuilla. Arctic SnowHotellissa taas matkailijoita palvelevat lumiravintola sekä -baari, ja Joulukka-ravintolassa Lapin makuja pääsee

nauttimaan tarinankerronnan lomassa maanalaisessa kammissa. Kiinalaiset ravintolat tarjoavat yksityistilaisuuksia aasialaisturisteille, jotka muuten toisivat omat eväät mukanaan Lapin matkalle. Rovaniemen matkailijoita palvelevat kansainväliset keittiöt meksikolaisesta japanilaiseen ja skandinaaviseen. Tarjolla on niin bistrohenkistä rentoa ravintolakulttuuria tai pubiruokailua kuin fine dining -illallisia. Ruokailusta on tehty matkailijoille osa elämystä, ja esimerkiksi moottorikelkkasafareihin on yhdistetty ruoan valmistus kodassa tai laavussa nuotion äärellä. (Visit Rovaniemi 2020c.)

## 2.5 Ohjelmapalvelut

Yksilöllisiä, asiakkaan tarpeiden mukaan räätälöityjä elämyspalveluita on alettu tuottaa Lappi-teeman, Lapin mystiikan, revontulien ja Joulupukin ympärille. Rovaniemen elämykset houkuttelevat matkailijoita maailman toiselta puolelta - eikä ihme, sillä useat aktiviteeteista ovat ulkomaan matkailijalle ainutkertaisia kokemuksia. Hiljaisuus, puhtaus ja vaikkapa jäisellä joen jäällä kävely ovat yksinkertaisuudessaan elämyksiä monelle Lapin pääkaupungissa vierailevalle.

Joulupukki on Rovaniemen matkailun valttikortti, ja kaupunki tarjoaakin matkailijoille jouluelämyksiä vuoden jokaisena päivänä. Joulupukki-brändiä on lähivuosina kehitetty erityisesti ulkomaisten matkailijoiden tarpeita vastaavaksi. Joulupukin pajakylän kehitys alkoi vuodesta 1950, Unicefin avustamana rakennetun Napapiirin majan avaamisella. Napapiirin maja oli tärkeä Rovaniemen matkailun kannalta, sillä se oli kaupungin ensimmäinen matkailun vetonaula, jonka palvelut tuolloin rajoittuivat kahvilaan, matkamuistomyymälään ja Napapiirin erikoisleimalla varustettujen postikorttien lähettämiseen. Kohteen ainoa aktiviteetti oli Napapiirin ylittäminen. Poronhoitajat poroineen saapuivat 1960-luvulla piristämään rajanylitystapahtumaa. Joulupukki ”muutti” Napapiirin majaan vuonna 1992, jonka jälkeen palvelut ovat lisääntyneet matkailijamäärien kasvaessa.

Vuosien saatossa Pajakylän palvelut ovat laajentuneet kammarin ja postin palveluista Napapiirin ympäröivään palvelukokonaisuuteen, johon kuuluvat ohjelmapalvelu-yritykset, laajat majoituspalvelut, lukuisat lahjavaramyymälät ja ravintolat. Kammarin ympärille on avattu erilaisia moottorikelkka-, poro-, husky- ja revontulisafareita sekä opaspalveluita tarjoavia yrityksiä. Lisäksi Pajakylässä toimii oma porotila, kotieläinpiha, husky puisto, kotaravintola, lahjatalo sekä itsenäisiä matkailupalvelu-yrityksiä, kuten Villi Pohjola, BRP Finland Oy, Lapin Safarit, Santa's Adventures, Apukka resort ja Snowman World. Pajakylän

kupeeseen on 2010-luvulla rakennettu huoneistoja, jotka muodostavat lähes 300-paikkaisen mökkikylän. Voidaan siis sanoa, että vaatimattomasta Napapiirin majasta on kasvanut 70 vuoden aikana erilaisten matkailuryhmien tarpeita vastaava, kansainvälistynyt Joulupukin lomakylä. (Santa Claus Village 2020.)

Euroopan unionin aluekehitysrahaston tukema kaksivuotinen kehittämishanke *Santa Claus Village - ympärivuotinen kansainvälinen matkailukeskus* alkoi vuoden 2020 helmikuussa. Hankkeessa ovat mukana myös Lapin liitto ja Visit Finland. Sen päämääränä on tehdä Pajakylän toiminnasta ympärivuotista parantamalla infrastruktuuria sekä myynti- ja palvelutoimintaa. Kestävä kehitys ja luontoympäristö ovat myös osa hanketta.

Visit Rovaniemi -sivuston mukaan kaupungin alueen matkailun merkittävimpiä vetovoimatekijöitä niin ulkomaisille kuin kotimaisille kävijöille ovat Joulupukki, revontulet sekä Lapin luonto ja puhdas ilma. Käyntikohteista suosituimpiin lukeutuvat Arktikum, Santa Park, sekä Joulupukin pajakylä ja pääposti. (Visit Rovaniemi 2020a.) Yksi maailman tunnetuimmista matkailusivustoista, Lonely Planet, sijoitti Rovaniemen vuoden 2020 Euroopan talvimatkailukohteiden ykköseksi. Pakkanen, lumi, porot ja kaamos sekä kulttuurikohteet nousivat heidän listauksessaan Rovaniemen matkailuvalteiksi. (Lonely Planet 2020.) Tällä hetkellä Visit Rovaniemen kotisivuilla tarjolla olevista ohjelmalveluista suurin osa keskittyy jouluteemaan ja talviaktiiviteetteihin.

## **2.6 Ympäristö**

Lapin luonto, puhdas ilma sekä neljä selkeää vuodenaikaa tarjoavat erinomaiset edellytykset matkailuyritystoiminnalle Rovaniemellä. Luonnonolosuhteiden vaihtelu vuodenaikojen mukana aiheuttaa matkailuun selkeän sesonkiluontoisuuden. Kesä, ruska, luminen aika ja kevät mahdollistavat hyvin vaihtelevan asiakaskunnan ja palvelutarjonnan eri vuodenaikoina. Valon määrä, lämpötila, lumisuus ja luonnonilmiöt vaihtelevat vuodenaikojen mukaan. Merkittävin matkailu sesonki Rovaniemellä ajoittuu joulun ajalle ja lumiseen aikaan. Muut sesonkiajat kuten ruska- ja yöttömän yön aika ovat varsinkin ulkomaisten matkailijoiden osalta hyvin hiljaisia, ja kesämatkailu Lapissa on vasta kehityksen asteella. Useat matkailuyritykset jopa sulkevat ovensa kesäkuukausien ajaksi. Rovaniemen, kuten koko Lapin, matkailu perustuu arktisten olosuhteiden hyödyntämiseen. Joulumatkailijat ovat pääosin ulkomaisia, kun taas kesä- ja ruska-aikaan kaupunki houkuttaa kotimaan matkailijoita. (Business Finland 2020a.)

Kestävä kehitys näkyy globaalina ilmiönä myös Rovaniemen palveluissa. Luonnon kauneus ja puhtaus ovat matkailuvaltteja, jotka halutaan säilyttää myös tuleville sukupolville. Vastuullisuus ja kestävyys ovat tulevaisuuden matkailijan prioriteetteja, joihin Visit Rovaniemen toimitusjohtaja Sanna Kärkkäinen kannustaa paikallisia yrittäjiä. Visit Finland myönsi Kestävän matkailun merkin kuudelle suomalaiselle hotellille, joista yksi oli rovanienläinen Arctic Treehouse Hotel. Tämän myötä Rovaniemi käynnisti vastuullisen matkailun ohjelman, Sustainable Travel Finlandin, jonka tarkoituksena on tarjota paikallisille matkailualan yrityksille työkaluja kestävien valintojen ja toimenpiteiden omaksumiseen. Ohjelman myötä matkailijoita halutaan ohjata yhä enemmän paikallisesti tuotettujen palveluiden pariin. (Business Finland 2020b.) Korkeatasoinen, kestävä kehityksen mukainen elämysmatkailu on nostanut kysyntäänsä jo vuosia Lapissa ja Rovaniemellä. Suunnitteilla ovat muun muassa superekologinen, uusiutuvalla energialla ja älyteknologialla toimiva hotellikokonaisuus Santa Park -teemapuiston yhteyteen. (House of Lapland 2020a.)

Ilmaston muuttuminen vaikuttaa suurella määrällä sesonkeihin perustuvaan matkailuun. Lumisen ajan lyheneminen on este monelle aktiviteetille. Nykyiset vetovoimatekijät - lumi ja pakkanen pyritään korvaamaan, ja matkailijoita ohjataan lumettomien aktiviteettien pariin. Palveluita on kehitetty monipuolisemmaksi, esimerkiksi hiljaisuutta ja tavalliseen arkielämään osallistumista tarjoavien yritysten toimesta. Perinteistä suomalaista kulttuuria tarjoavat elämyspalvelut ovat etenkin aasialaisten matkustajien suosiossa. (Heikinmatti & Mehtonen 2019.)

Lappilaisen kulttuurin esiin tuominen ja suojeleminen ovat viime vuosina näkyneet Rovaniemen matkailupalveluissa. Tiedekeskus Pilke sekä museo ja tiedekeskus Arktikum opastavat vierailijoita vastuullisen matkailun, kulttuurin, historian ja ympäristön suojelemaan. (Visit Rovaniemi 2020a.)

### 3 Tulevaisuudentutkimus

Tulevaisuutta voidaan tutkia lukuisilla eri tutkimusmenetelmillä, joiden sisältö vaihtelee tutkimuksen tarkoituksen mukaan. Lisäksi on olemassa alojen välisiä eroavaisuuksia ennakointimenetelmiin. Tulevaisuudentutkimus on monitieteinen lähestymistapa, joka pyrkii kuvaamaan, selittämään ja ymmärtämään laaja-alaisia yhteiskunnallisia ilmiöitä ja niiden seurauksena syntyviä yhteiskunnallisia ja alakohtaisia muutoksia. Tulevaisuudentutkimus etsii vaihtoehtoisia tulevaisuuksia ja tutkii niiden toteutumisen todennäköisyyttä ja toivottavuutta erilaisia menetelmiä hyväksikäyttäen.

Matkailun tulevaisuuden tutkimus suoritetaan usein toimintaympäristön analyysin tai skenaarioajattelun avulla. Tutkimus voidaan siis toteuttaa tarkastelemalla toimintaympäristön muutoksia; trendien, megatrendien, heikkojen signaalien, villien korttien ja niin sanottujen liikkeellepanevien voimien tunnistamisella ja analysoinnilla. (Rubin A. s.a.)

Tämän opinnäytetyön kyselytutkimuksessa hyödynnettiin skenaarioajattelua. Skenaario on kuvaus mahdollisesta tulevaisuudesta. Se kokoaa pitkän aikavälin näkemyksiä 10–25 vuoden tähtäimellä. Skenaarioajattelulla luodaan vaihtoehtoisia tulevaisuuksia, ja niitä kuvaillaan usean erilaisen tulevaisuudentilan todennäköisyytenä. Näiden tulevaisuudentilojen tulee olla uskottavia, loogisia ja johdonmukaisia. (Lapin Luotsi 2019a.)

Skenaario syntyy tapahtumien ja muutostekijöiden seurauksena, joiden lisäksi siihen liittyy myös epävarmuustekijöitä. Skenaarioajattelua käytetään apuna tulevaisuuden suunnittelussa, haasteisiin varautumisessa ja epävarmuustekijöiden tunnistamisessa. (Bonfire 2020.) Suomessa tulevaisuuden skenaario on määritelty 'tulevaisuuden käsikirjoituksena' kuvaamaan tulevaisuudessa mahdollisesti esiintyviä tapahtumaketjuja. Skenaariomenetelmällä luodaan loogisesti etenevä sarja tapahtumia, joiden tarkoituksena on ilmentää, miten mahdollinen, tavoiteltava tai uhkaava tulevaisuudentila kehittyy nykytilasta. Skenaariolla tarkoitetaan kehityspolkua, jossa jonkin asian kehitys esitetään poikkileikkauskuvina etenevänä. (Rubin A. s.a.)

Tässä opinnäytetyössä syvennyn skenaarioihin Rovaniemen tulevaisuuden matkailupalveluista. Seuraavat skenaariot ovat kuvauksia Suomen, Lapin ja Rovaniemen matkailun palvelukehityksestä, ja siinä tapahtuvissa muutoksissa tulevan kymmenen vuoden aikana.

Ensimmäiseksi käsittelen maailmanlaajuisia, matkailualaan vaikuttavia trendejä. Tämä globaali skenaario on koottu Lapin korkeakoulukonsernin, Työ- ja elinkeinoministeriön sekä YK:n ennusteista edustamaan maailmalla vaikuttavien megatrendien heijastumista matkailupalveluihin Rovaniemellä vuonna 2030.

Seuraavaksi keskityn Suomen sisällä tapahtuviin muutoksiin. Kotimaiset skenaariot pohjautuvat Lapin Liiton luomiin valmiisiin skenaarioihin ja vuonna 2017 laadittuun Lappi-sopimukseen.

### **3.1 Globaalit ennusteet ja matkailupalveluskenaario 2030**

Globaaleihin muutoksiin ei ole mahdollista vaikuttaa, mutta niihin voidaan vain varautua menestymisen takaamiseksi. Matkailualalla vaikuttavat usein nopeat ja melko suuret vaihtelut, joiden syyt ovat vuodenaikojen ja taloudellisen suhdanteiden muutoksissa. Toisinaan taas syitä on vaikea etukäteen päätellä ja muutoksia ennustaa. (Kaksonen, Ojuva & Ouallen 2012, 64.) Näihin muutoksiin vaikuttavat erilaiset muutostekijät pitkällä aikavälillä. Maailmanlaajuisia matkailualaan vaikuttavia trendejä on ennakoitu jo vuosituhannen alussa. Poliittiset, taloudelliset, sosiaaliset, ympäristöön liittyvät ja teknologiset trendit luovat monitahoisia muutoksia eri alojen liiketoiminnassa ja kehityksessä. (Dwyer, Edwards, Mistilis & Roman 2007, 50.) Trendit muokkaavat kuluttaja-arvoja ja heijastuvat sitä kautta matkailualan toimijoihin ja sen palvelutarjontaan. Tulevaisuuden ennakointi on tärkeää matkailuelinkeinolle, sillä vaihtelut vaikuttavat ensisijaisesti yrittäjiin luoden epävarmuutta. (Kaksonen ym. 2012, 64.) United Nations yhdessä muiden lähteiden kanssa, luokittelee globalisaation ja taloudellisen kasvun megatrendeiksi, joiden vaikutukset heijastuvat matkailualan lisäksi muun muassa eri teollisuuden aloilla. Globalisaation vaikutukset ilmenevät tuotannon muutoksilla, joita on tapahtunut työmarkkinoilla muun muassa ulkoistamisen ja koneellistamisen kautta, johtuen työttömyyteen ja tuloeroihin tietyillä toimialoilla. (United Nations 2017).

Korona-pandemian vaikutukset globaaliin toimintaympäristöön tulevat näkymään myös Lapin matkailussa. Pandemian mukanaan tuomat matkustusrajoitukset vaikuttavat jo tänä päivänä ihmisten matkustushalukkuuteen ja turvallisuudentunteeseen. Niin kotimaisten kuin ulkomaisten matkakohteiden saavutettavuus palautuu asteittain. Työ- ja elinkeinoministeriön ennusteen (2020, 28) mukaan kotimaanmatkailu jää pysyväksi trendiksi, ja

muokkaa palvelutarjontaa kotimaan kohteissa. Lisäksi valtiot tulevat todennäköisesti kohtaamaan enemmän toimintaympäristön ongelmia, joita jo tänä päivänä ovat muun muassa väestönkasvu, ilmastonmuutoksen nopeutuminen ja nopea kaupungistuminen. (Valtioneuvosto 2019, 45.)

Kasuvat asiakasvirrat ja matkailijoiden vaurastuminen vakauttavat matkailualaa taloudellisesti, jonka myötä ulkomaiset sijoittajat kiinnostuvat Rovaniemen matkailubisneksestä. (House of Lapland 2020b.) Ulkomaisella rahoituksella mahdollistetaan uusia palveluinnovaatioita ja erityisesti digitalisaation mahdollisuudet talvimatkailussa. (Valtioneuvosto 2019, 51.) Tiede- ja teknologiatrendeihin kuuluvat uuden teknologian nopea kehitys, mukaan lukien tiedonsiirto- ja viestintäteknikka sekä tekoäly. Digitalisaatiota hyödynnetään matkailupalveluissa digitaalisilla alustoilla sekä tuotteiden online-ostettavuudella. Tekoäly, esimerkiksi virtuaalinen todellisuus, on yhdistetty palveluihin. (Valtioneuvosto 2019, 20-21.) Tietoliikenneyhteyksien ja mobiilitiedonsiirron moitteeton toiminta matkakohteessa on edellytys, jonka matkakeskukset, kuten Rovaniemi, ovat onnistuneet täyttämään.

Vallitsevia ympäristötrendejä ovat ilmastonmuutos sekä luonnonvarojen ylikulutus ja luonnon monimuotoisuuden köyhtyminen. (Valtioneuvosto 2019, 22.) Luonnonolosuhteisiin perustuva talvimatkailu edellyttää yrityksiltä tiukempaa ympäristön resursseista huolehtimista. Luonnossa tapahtuvia aktiviteetteja rajoitetaan palveluntuottajien yhteisillä sopimuksilla ja säännöksillä. Ilmastonmuutoksen nopeutumisesta seurannut ekoturisminousu ja matkailijoiden tiedostavampi kulutus vaikuttavat myös palvelutarjontaan. Esimerkiksi energian ja veden säästäminen sekä jätehuollon toimivuus majoituskohteessa ovat perusedellytyksiä. Vastaavasti palveluntarjoajien rooliin kuuluu olennaisena osana matkailijoiden ohjaaminen ja perehdyttäminen vastuullisempiin valintoihin. (Valtioneuvosto 2019, 37.) Green Key -sertifikaatin kaltaiset ekomerkit ovat yritysten vastuullisuusviestinnän kannalta yhä tärkeämpiä.

Poliittisia trendejä ovat kohteen kansainvälinen ”valta”, turvallisuus ja terveys. Matkailijalle turvallisuuteen perustuva mielikuva on tärkeä kohdetta valittaessa: todelliset ja havaitut riskit rajoittavat matkailijan käyttäytymistä. Suomen, Lapin, ja edelleen Rovaniemen brändäytyminen turvallisena kohteena on onnistunut. Yritykselle turvallisuudesta huolehtiminen on paitsi kilpailuetu myös kustannustehokasta. Matkailijoiden turvallisuudentunnetta on parannettu palveluiden riskienhallinnan tehostamisella ja turvallisella toteutuksella. Toimivat liikenneyhteydet ja matkailijalle tärkeiden palveluiden saatavuuden parantaminen

tuovat myös osansa koettuun turvallisuuteen. Digitaalisilla innovaatioilla täydennetään turvallista asiakaskokemusta ja mahdollistetaan sen parantaminen. (Valtioneuvosto 2019, 22.)

Sosiaaliset trendit liittyvät väestön ikääntymiseen sekä muuttoliikkeisiin. Kasvava maailman väestö ikääntyy ja pitkäikäisyys lisääntyy, lähinnä nopeasti laajenevilla kaupunkialueilla. Suurten ikäluokkien edustajat vaativat ikääntyville matkailijoille sopivia palveluita. (Dwyer ym. 2007, 51-55.) Valtioneuvoston matkailustrategian (2019, 19) mukaan matkailupalvelut Suomessa muokkaantuvat näiden muuttuvien ja kasvavien matkailijaryhmien tarpeisiin. Matkailijoiden ikääntyminen edellyttää palveluita ikäihmisille ja muille erityisryhmille.

### **3.2 Lappi-sopimus**

Lappi-sopimus 2018–2021 on Lapin Liiton ja eri alojen toimijoiden yhdessä laatima kokonaiskuva koko Lapin alueen tavoitteista ja kehityskohteista. Lappi-sopimuksessa eli Lapin maakuntaohjelmassa kartoitetaan alueen kärkihankkeita ja niihin suunnattavaa rahoitusta. Matkailun roolia sopimuksessa ei voida väheksyä, sillä tässä Lapin tulevaisuustyössä on mukana joukko eri alojen, mukaan lukien matkailualan, aluekehittäjiä. (Lapin liitto 2020.)

Sopimuksen laatijat tiivistivät tavoitteista sopimukseen pohjautuvan Lapin tulevaisuuskuva 2040-skenaarion. Skenaariossa esille nousevia teemoja ovat muun muassa kestävä kehitys, luksusmatkailu, arktisuuden hyödyntäminen ja paikallisen yrittäjyyden tukeminen. Tulevaisuuden Lappi hahmoteltiin moderniksi, ulkomaalaisia matkailijoita houkuttelevaksi käyntikohteeksi, johon kuitenkin vaikuttavat ilmastonmuutoksen kaltaiset horjuttavat tekijät. (Lapin Luotsi 2019b.)

Lapin arktinen luksus ja gourmet sekä pohjoinen design ja luonnonvarojen brändäys luksustuotteina tulevat skenaarion mukaan nousemaan maailmalla tunnetuiksi ja arvostetuiksi. Lappilaiset palvelut ovat pitkälle jalostettuja, ja niissä huomioidaan kansainvälisten asiakkaiden tarpeet. (Lapin liitto 2017, 8-9.) Suomalainen käsityö ja paikalliset tuotteet ovat Rovaniemellä tälläkin hetkellä kysytyjä matkamuiistoja. Erityisesti japanilaiset matkailijat ovat tunnettuja Muumi-tuotteiden ihailijoita. Matkamuiistomyymälät tekevät kauppaa esimerkiksi porontaljoilla ja käsintehdyillä kuksilla. Iittalan ja Marimekon myymälät tuotteita-



neen ovat myös matkailijoiden suuressa suosiossa. Terveysmatkailutuotteet, sekä luonnon puhtauteen yhdistetyt palvelut houkuttelevat etenkin Aasian suunnalta saapuvia turisteja. Nämä matkailijoiden tarpeisiin kehitetyt palvelut kiinnostavat kuitenkin myös varakkaampaa paikallisväestöä ja vakiinnuttavat asemansa paikallisessa ympärivuotisessa kilpailussa. Rovaniemi kehittyi maakunnan suurimpana matkailun ja kaupan keskuksena. Matkailuun syntyy uusia palveluliikeideoita, kansainvälisiä markkinoita ja uusia työpaikkoja sekä modernia yrittäjyyttä. (Lapin liitto 2017, 19.) Palveluita kehitetään alojen välisellä yhteistyöllä, esimerkiksi matkailun ja teollisuuden toimintojen yhdistämisellä. (Valtioneuvosto 2019, 26.) Lapin saavutettavuus paranee, ja pohjoiseen suuntautuva muuttoliike tuo mukanaan paljon uusia matkailualan työntekijöitä ulkomaita myöten. Lappi saa mainetta yrittäjyystävällisenä alueena, minkä myötä uusia yrityksiä perustetaan, ja alalle syntyy tervettä ja kaivattua kilpailua. (Lapin liitto 2017, 23.)

Ilmastonmuutos etenee ennustetusti, ja lumisuuden vähentyminen siirtää palveluita matkailukeskuksiin, kuten Rovaniemelle ja tunturilomakohteisiin: Levi, Pyhä-Luosto ja Ylläs. Luksuspalvelut ja yleinen palveluiden korkea laatu ovat suuressa kysynnässä näissä kohteissa. Arktinen matkailu on vahvasti osana Lappi brändiä, ja paikalliset tuottajat hyötyvät sen mukanaan tuomasta pohjoisen designin ja arktisen gurmeen suuresta kysynnästä. (Lapin liitto 2017, 16.) Luonnonvaroja kunnioitetaan ja käytetään kestävästi, ja niitä on brändätty onnistuneesti luksustuotteiksi. Luksusmatkailu, tulevaisuuden asiakkaalle, tarkoittaa korkeatasoisten tuotteiden ja palveluiden lisäksi yrityksiltä kestäviä toimintamalleja ja paikallisen elämysosaamisen hyödyntämistä kestävillä menetelmillä. (Lapin liitto 2017, 23.) Rovaniemi houkuttelee kansainvälisiä sijoittajia, ja paikallisväestö työllistyy kasvaviin matkailualan yrityksiin. (Lapin liitto 2017, 9.)

### **3.3 Lapin Luotsi: matkailun tulevaisuuskuvia**

Lapin Luotsi on tilastotietoa, tutkimuksia ja asiantuntijoiden näkemyksiä kokoava, Lapin liiton ylläpitämä internetsivusto. Ryhmä Lapin matkailun kehittäjiä ja toimijoita kokoontui Lapin Luotsin yhteiseen tulevaisuuspajaan, jonka tarkoituksena oli luoda pohjaa Lapin matkailustrategialle vuodelle 2020. Osallistujat kokosivat tulevaisuustaulukko-menetelmää apuna käyttäen kolme todennäköistä tulevaisuuskuvaa Lapin matkailusta: *Omalla painollaan*, *Routamaiden autiotuvat* ja *Rohki hyä Lappi*. (Pesonen & Rajala 2019, 2.)

Ensimmäinen skenaario *Omalla painollaan*, keskittyy teknologiseen murrokseen ja muutoliikkeeseen. Skenaarion mukaan asiakkaiden suunnalta ei ole paineita hiilineutraaliudesta, vaan kysyntää on ympäristöystävällisyyden sijaan laajalle palvelutarjonnalle. Matkailijat eivät keskity matkakohteen tai matkustustavan valinnassaan ympäristöystävällisyyteen. Ympäristöasioiden sijaan he odottavat kohteelta laajaa palveluiden kirjoa, mikä on johtanut matkailukeskusten, kuten Rovaniemen, ylivaltaan Lapin matkailussa. Ympäristöasiat on kuitenkin huomioitu suurimmissa matkailukeskuksissa. Rovaniemen palvelutarjonta kehittyy vastaamaan näihin tarpeisiin, ja palvelut kehittyvät digitaalisemmaksi, mikä tapahtuu osittain ympäristön kustannuksella. Teknologiaa hyödynnetään sen kehityksen myötä matkailukeskuksissa, joissa tietoliikenneyhteydet toimivat paremmin kuin syrjäseuduilla. Virtuaalitodellisuus on otettu käyttöön eri aktiviteeteissa, ja sillä on paikattu esimerkiksi lumen puutteesta kärsivien palveluiden tarjontaa.

Tässä skenaariossa esiintyy myös työvoiman tarve, joka on matkailualalla suuri, ja pätkä- ja sesonkityöllisyys ovat edelleen haaste. Maahanmuuttajia on palkattu suuressa määrin paikkaamaan työvoimapulaa alalla.

Matkailu on kasvattanut volyymiaan, ja noussut suurimmaksi toimialaksi Lapissa. Oma-toimi- ja yksilömatkailu ovat nousseet trendeiksi maailmalla, jonka myötä myös Rovaniemelle saapuu vähemmän ryhmämatkailijoita. Matkailupalveluilta vaaditaan yksilöllisyyttä ja yksin tai pariskuntana matkustavat suosivat räätälöityjä kokonaisuuksia. (Pesonen & Rajala 2019, 3-4.)

Toinen Lapin Luotsin tulevaisuuskuva *Routamaiden autiotuvat* on laadittu kuvaamaan tilannetta, jossa kestävyysnäkökulma on jätetty täysin huomiotta. Kansainvälisiä sopimuksia ilmastonmuutoksen pidättelemiseksi ei ole kyetty tekemään. Tämä on johtanut siihen, että matkailuun vaikuttavia radikaalitoimia ilmastonmuutosta vastaan on jouduttu tekemään esimerkiksi mittavilla lentoliikenteen rajoituksilla.

Paikallisuus ja aitous tuotteissa ei kiinnosta asiakkaita, jotka vaativat joko luksusta tai massatuotteita. Rovaniemen matkailupalveluiden ja -tuotteiden omistajuudet siirtyvät ulkomaille, josta tuodaan halpaa työvoimaa sekä tuotannon välineitä. Autenttisia, kulttuurista kunnioittavia matkailupalveluita on yhä harvemmin saatavilla. Lumettomuus ja sään ääri-ilmiöt ovat johtaneet tilanteeseen, jossa Rovaniemen matkailupalvelut keskittyvät loma-

keskuksiin, joissa matkailijoille luodaan illuusio kulttuurista, ja Lapin ihmemaasta. Paikalliset tuottajat ja paikallinen työvoima eivät pärjää kilpailussa ”kiinakopioille”, mikä luo turvallisuusriskejä alalle.

Teknologia on kehittynyt vain matkailukeskuksissa, eivätkä maaseutujen palvelut ole tarpeeksi toimivia vaativalle asiakaskunnalle. Matkailupalvelut keskusten ulkopuolella eivät ole kannattavia, mikä on johtanut konkurssiaaltoon alalla. (Pesonen & Rajala 2019, 5-6.)

Kolmas ja viimeinen tulevaisuuskuva *Rohki hyä Lappi* on vastakohta edellisille skenaarioille. Sen mukaan matkailupalveluiden ja matkustamisen hiilineutraalius on asiakkaille tärkeää. Lähialuematkailu ja aidot, paikalliset palvelut ovat tiedostavan asiakaskunnan suosiossa. Omatoimi- ja luksusmatkailu ovat lisääntyneet, ja Rovaniemen palvelutarjonta pystyy vastaamaan monipuolisen asiakaskunnan tarpeisiin. Sustainable Travel Finland -ohjelma kasvattaa suosiotaan, ja yritykset tähtäävät palvelutoiminnassaan hiilijalanjäljen minimoimiseen.

Rovaniemen matkailuyritykset ovat ottaneet teknologian tehokkaasti käyttöön, mikä helpottaa palvelukokonaisuuksien rakentamista. Matkailualan ohjelmistoalustoja ja virtuaalitodellisuutta hyödynnetään palveluiden myynnissä, markkinoinnissa ja itse tuotteissa tehokkaasti. Majoituspalvelut ja ohjelmapalveluyritykset toimivat tehokkaasti yhdessä mahdollistaen entistä toimivamman palveluketjun asiakkaalle. Keinoäly on otettu käyttöön koko Lapin matkailussa, ja se mahdollistaa asiakkaille optimoidut palvelut myös maaseuduilla. Esimerkiksi etätyöskentely on yleistynyt, ja siihen yhdistetään lomailua mieluiten rauhallisissa kohteissa, joissa teknologia mahdollistaa työskentelyn ”lomatoimistossa”.

Ympärivuotisuutta on kehitetty hyvin tuloksin, ja jokaisen sesongin matkailijamäärät kasvavat. Matkailupalveluille Rovaniemen alueella tämä tarkoittaa palveluiden jatkuvaa kehitystä ja uusia investointeja. Kotimaisten yritysten investointeja täydennetään pitkään kaivatuilla ulkomaisilla sijoituksilla. Ulkomaisilla investoinneilla kasvatetaan matkailualan houkuttelevuutta ja kilpailukykyistä palkkausta. (Pesonen & Rajala 2019, 7-8.)

## 4 Tutkimuksen toteutus

Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää Rovaniemen matkailuyrittäjien näkemyksiä vuoden 2030 talvimatkailupalveluista. Tutkimus keskittyi mahdollisiin palvelukehitykseen vaikuttaviin tekijöihin ja asiakkaiden ostokäyttäytymisen muutoksiin. Samannimistä tutkimusta ei ole aikaisemmin toteutettu, mutta aiheeseen liittyen on kirjoitettu erilaisia artikkeleita. Matkailuyrittäjyyttä Lapissa on selvitetty lähinnä haastatteluissa. Lapin yrittäjien näkemykset, ja tulevaisuuden näkymät käyvät parhaiten ilmi haastatteluista, joita on tehty muun muassa Suomen Yrittäjiliiton sekä sanomalehti Lapin Kansan toimesta. Lappilaista yrittäjyyttä, eri sesonkien matkailutuotteita, asiakassegmenttejä sekä kilpailukyvyn ja palveluiden kehittämistä on tutkittu useissa opinnäytetöissä ja hankkeissa. Yksittäisiä projekteja on tehty Lapin eri kunnille, kaupungeille ja yrityksille.

Yrittäjyyttä ja matkailun tulevaisuutta on tutkittu useassa julkaisussa ilmastonmuutoksen näkökulmasta. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti on tutkinut matkailun ennakoivia yritysten perspektiivistä. Artikkelissa tarkastellaan, miten matkailuyrittäjät sopeutuvat ilmastonmuutokseen, ja miten yritysten tulevaisuudensuunnitelmissa on otettu huomioon muuttuva ilmasto. Julkaisussa kuvaillaan myös menetelmiä matkailun muutosten ennakointiin. Aineisto tutkimukseen on kerätty Metlan Matkailun mahdollisuudet paikallisille yhteisöille Lapissa -hankkeessa, johon osallistuivat Lapista Rovaniemen, Kittilän ja Kolarin kunnat. (Kaksonen ym. 2012.) Valtioneuvosto käsittelee 2019 julkaistussa matkailustrategiassa vuosien 2019–2028 valtakunnallisia kehittämistavoitteita ja toimenpiteitä. Strategia on osa Suomen matkailupolitiikkaa ja asettaa yhteiset tavoitteet sekä toimii ohjenuorana matkailutoimijoille. Matkailun tulevaisuuden näkymiä tarkkaillaan maailmanlaajuisten ilmiöiden, trendien ja tapahtumien kautta. Raportti käsittelee näiden erilaisten tekijöiden vaikutuksia matkailun kehittämiseen ja kehittymiseen Suomessa. (Valtioneuvosto 2019, 18.) Best Education Network julkaisi vuonna 2007 käsikirjan matkailupalveluiden kehitykseen. Palvelukehitystä käsitellään yleisellä tasolla globaalien ilmiöiden ja erilaisten niihin vaikuttavien tekijöiden kautta.

### 4.1 Kysely tutkimusmenetelmänä

Aineiston kerääminen tutkimukseen tapahtui kvantitatiivisella tutkimusotteella eli keräämällä aineistoa kyselytutkimuksella, ja tutkimalla olemassa olevaa tulevaisuustietoa. Valitsin tutkimusmenetelmäksi kyselyn, sillä vastauksia ja analysoitavaa tietoa haluttiin

saada mahdollisimman paljon. Tutkimus tehtiin lähettämällä vastaajien sähköpostiin Webropol-työkalulla luotu lomakekysely. Kysely sisälsi erilaisia tulevaisuushahmotelmia Rovaniemen matkailupalveluiden tilasta vuonna 2030. Kyselylomakkeen laatimiseen hyödynnettiin tietoperustaa, ja kysymykset tukevat tutkimukselle asettamiani tavoitteita. Tulokset ovat kuvailevia ja niiden pohjalta voitiin päätellä mikä on tilanne tutkimuksen kohteena olevassa joukossa. Raporttiin koottiin vastauksista tuloksia kuvaavia taulukoita.

#### **4.2 Määrällinen sisällönanalyysi**

Hyödynnän työssäni määrällistä sisällönanalyysiä, jossa tulosten tulkinta on lukuihin perustuvaa. Kyselyn sisältämä vapaa tekstikenttä antaa kuitenkin tulkinnanvaraista sisältöä, joka ei ole laskennallisesti mitattavissa. Vastausten jäsentelyssä hyödynnettiin Webropol-analysointityökalua. Tiedot siirrettiin Webropolista Microsoft Office 2016 Excel ja Word ohjelmiin. Excelin tilastollisia apuohjelmia hyödynnettiin tietojen muokkaamiseen taulukoiksi ja kuvioiksi.

Aineiston analyysi kertoo saamieni vastauksien syy-seuraussuhteita, ilmiöiden välisiä yhteyksiä ja niiden yleisyyttä. Näitä ilmiöitä pyritään kuvaamaan numeroiden ja tilastojen avulla sekä selvittämään vastauksissa tapahtuneita muutoksia eli eroavaisuuksia entiseen tietoperustan avulla. Vastauksia vertailtiin, ja raportissa esitetään suurimmat eroavaisuudet ja samankaltaisuudet vastauksien välillä. (Heikkilä, 2014.) Valitsin Webropolin ja Excelin analysoinnin työkaluiksi niiden helppokäyttöisyyden vuoksi. Lisäksi ne olivat minulle ennestään tuttuja työkaluja.

#### **4.3 Kohderyhmä**

Tutkimuksen kohteena ovat Rovaniemen alueen matkailuyritykset. Tutkimuksen keskiössä ovat majoitusliikkeet, matkanjärjestäjät, ravintolat, ohjelmapalveluyritykset sekä vierailukohteet. Kyselyn vastaajaksi pyrittiin saamaan itse yrittäjä, toimitusjohtaja tai muu yrityksen edustaja. Kyselyyn ei kutsuta matkailualan työntekijöitä, sillä tutkimus perustuu nimenomaan yrittäjien tai vaihtoehtoisesti yrityksen edustajien näkemyksiin. Yrittäjät valikoituivat kohderyhmäksi, sillä heillä on oletettavasti kokemusta matkailualasta ja sen muutoksista pidemmällä aikavälillä. Yrityksen edustajalla on myös paras kokonaiskuva alan kilpailusta, asiakaskunnasta, tulevista ja menneistä trendeistä sekä mahdollisista uhkakuista.

Tutkimuksen kohderyhmä ovat Rovaniemen alueen matkailuyritykset ja ko. yritysten edustajat. Kohdeyrityksiin kuuluu pieniä, keskisuuria ja suuria yrityksiä. Esimerkiksi kaikki Visit Rovaniemen yhteistyökumppanit kuuluvat kohderyhmääni. Toteutettiin otantatutkimus, johon valittiin mahdollisimman laajasti erikokoisia ja eri periaatteilla toimivia yrityksiä, esimerkiksi yksityis- ja franchising-yrittäjiä sekä perheyrityksiä. Lopputuloksena haluttiin saada mahdollisimman tarkasti luvuiksi muunnettua tietoa; frekvenssi- ja prosenttija-kaumia. Vastaajien yhteystiedot kerättiin Visit Rovaniemen yhteistyökumppaneista, Suomen Yritysrekisteristä, Matkailijan talviopas -sivustolta, sekä yritysten omilta nettisivuilta tai sosiaalisen median kanavista. Visit Rovaniemen yhteistyökumppaneihin lukeutuvat suuri osa Rovaniemen alueen käyntikohteista, ohjelmalveluyrityksistä, sekä majoitus- ja ravintolapalveluista. Matkailijan talviopas -sivusto taas listaa matkailupalveluiden tarjoajia, yrityksiä, tapahtumia ja nähtävyyksiä Rovaniemellä.

#### **4.4 Kyselylomakkeen laatiminen ja sisältö**

Sähköinen kyselylomake laadittiin Webropol 3.0 -kyselytyökalulla. Kysymykset pohjautuvat aiemmin koottuun tietoperustaan. Lomakkeen vastaanottajana toimi 157 Rovaniemellä toimivaa ohjelmalvelu-, ravintola- ja majoitusalan yritystä.

Kyselytutkimuksen julkisivun muodosti saatekirje (ks. liite 1). Saatekirjeen sisältö on tärkeä, sillä se herättää vastaajan mielenkiinnon, ja vastaaja mahdollisesti päättää sen perusteella vastaako kyselyyn. (KvantiMOTV 2011.) Kyselyn vastaajamäärä oli 28 ja vastausprosentiksi saatiin 18 %. Kysely sisälsi 25 kysymystä (ks. liite 2).

Kysely aloitettiin osallistujien taustatietojen keräämisellä; tiedusteltiin vastaajien ikää, sukupuolta, organisaatiota, jossa he työskentelevät sekä heidän asemaansa siinä. Taustakysymysten jälkeen siirryttiin skenaarioväättämiin eli mahdollisiin tulevaisuuskuviin Rovaniemen matkailupalveluista. Osallistujia pyydettiin vastaamaan annettuihin väitteisiin sen perusteella, kuinka todennäköisenä he näkevät kyseisen skenaarion toteutumisen Rovaniemen matkailussa vuonna 2030. Skenaarioihin annettiin neljä vastausvaihtoehtoa Likertin asteikolla: täysin eri mieltä/ jokseenkin eri mieltä/ jokseenkin samaa mieltä/ täysin samaa mieltä. Mikään kysymyksistä ei ollut pakollinen, eikä kysymyksiin annettu neutraalia vastausvaihtoehtoa.

Kyselyssä esitetyt väittämät valikoituivat tietoperustan tulevaisuuskuvista. Kyselyyn pyrittiin valitsemaan skenaarioita mahdollisimman tasaväkisesti kaikista kategorioista; globaalit skenaariot, Lappi-sopimukseen pohjautuvat skenaariot sekä Lapin Luotsin skenaariot. Kysymysten valikoituminen esitetään taulukossa (ks. liite 3).

Koronapandemian vaikutukset Lapin matkailulle tulevat varmasti esille vastauksissa, mutta korona ei ole työni aihe. Pysin sulkemaan pois korona-aiheen ja esittämään vastaajille kysymyksiä, jotka eivät suoranaisesti liity poikkeusajan aiheuttamiin muutoksiin.

Lopuksi vastaajat saivat antaa palautetta ja kommentteja kyselyyn liittyen. Kyselyn päättyi avoimeen kysymykseen eli kysymykseen, johon ei annettu vastausvaihtoehtoja. Tähän avoimeen kommenttikenttään vastaajat saivat antaa palautetta ja kommentteja kyselyyn liittyen. Tutkimuksen tiedonkeruun ajankohta oli marraskuu 2020. Sähköpostikyselylinkkien lähetyks tapahtui 4. marraskuuta, ja muistutusviesti kyselyyn liittyen lähetettiin viikkoa myöhemmin 11. marraskuuta.

## 5 Tutkimustulokset

Tässä kappaleessa käsitellään kyselytutkimuksen ja aineistosta luodun analyysin tuloksia aiemmin käsitellyn teorian pohjalta. Kvantitatiivisen aineiston analyysi perustuu opinnäyte-työn viitekehukseen. Tutkimuskyselyn tulokset käsiteltiin skenaarioittain. Analyysirungon muodostivat tutkimuksen tietoperustassa käsitellyt tulevaisuuskuvat: globaalit, Lappi-sopi- mukseen pohjautuvat sekä Lapin Luotsin tulevaisuuspajojen skenaariot. Kvantitatiivisen aineiston tulokset analysoitiin Webropol-ohjelmaa käyttäen. Aineistoa ei tarvinnut erikseen syöttää tai litteroida, sillä se on valmiiksi sähköisessä muodossa, ja siinä muodossa kuin vastaajat olivat itse vastanneet.

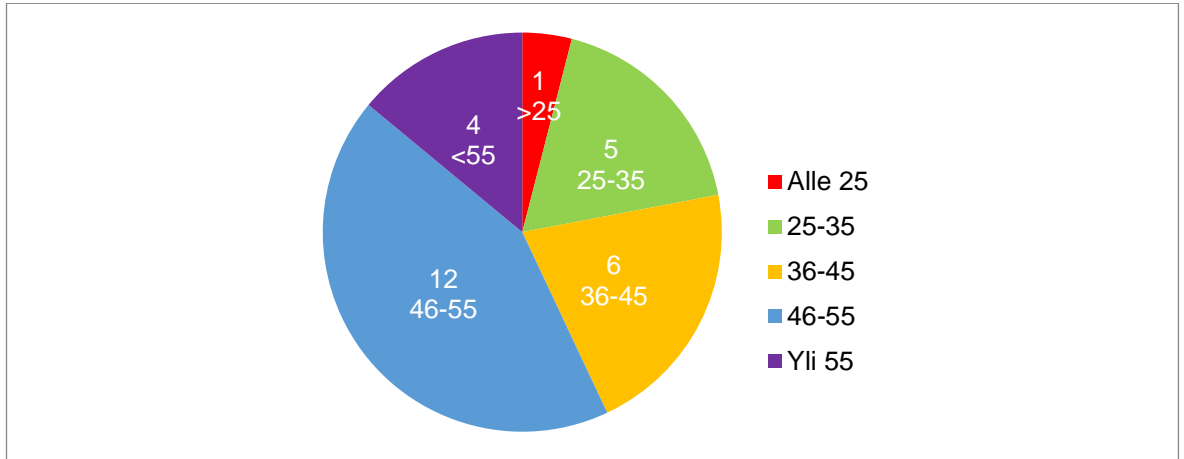
Aineisto käytiin läpi ennen sen analysointia. Lähes jokainen vastaaja 28:sta oli vastannut jokaiseen skenaariokysymykseen. Vain yhteen kysymykseen oli saatu 27 vastausta. Avoi- meen kommenttikenttään saatiin kuusi vastausta. Kyselyaineistoa analysointiin pian kyse- lyn toteuttamisen jälkeen, kun tieto oli vielä tuoretta ja hyvin muistissa.

### 5.1 Vastaajien tausta

Kyselylomakkeen alussa kartoitettiin vastaajien ikäluokkia, asemaa, ikää ja sukupuolta. Tällä saatiin luotua käsitys vastaajien profiilista. Nämä taustamuuttujat saattavat osaltaan vaikuttaa tuloksiin, vaikka en tutki yksittäisten vastaajien antamia vastauksia. Kyselytutki- muksen loppupäätelmä koostuu kuitenkin tutkimuksen kohteena olevan joukon yleisistä ajatuksista.

Diagrammista voidaan todeta suurimman osan vastaajista sijoittuvan ikäluokkaan 46-55 - vuotiaat. Toiseksi suurin ikäryhmä koostui 36-45 -vuotiaista sekä 25-35 -vuotiaista. Dia- grammissa kuvataan vastaajien ikäjakaumaa (kuvio 2). Nuorin ikäluokka olivat alle 25- vuotiaat, ja vanhimpia yli 55-vuotiaat. Suurin osa kaikista vastaajista työskenteli joko ohjel- mapalveluyrityksessä, ravintolapalveluissa, majoituspalveluissa tai näiden yhdistelmissä. Loput vastaajista antoivat vapaaseen tekstikenttään organisaatiokseen liikunta- ja palvelu- ala, kulttuurikohde ja käyntikohde. Vastaajista valtaosa oli organisaationsa toimitusjohtajia tai yrittäjiä, loput kahdeksan toimivat eri osastojen päälliköinä, päällikön varahenkilönä tai työntekijänä. Sukupuolijakauma oli tasainen: naisia 15 ja miehiä 13.

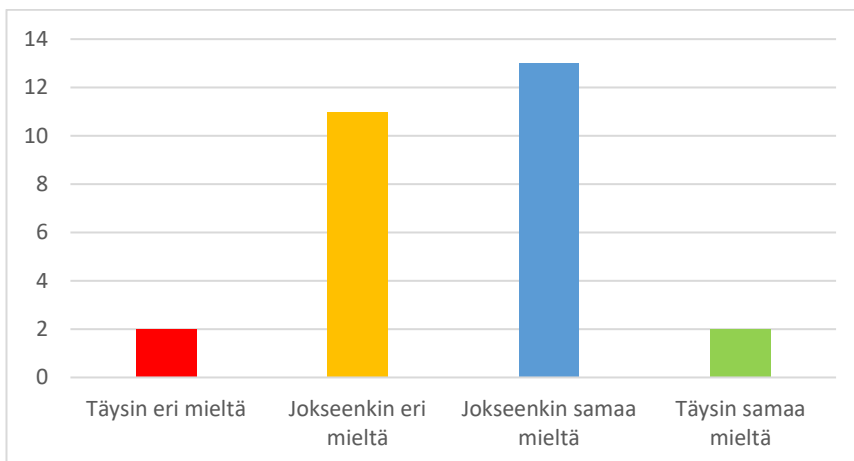




Kuvio 2. Vastaajien ikäjakauma. (n=28)

## 5.2 Globaalit skenaariot

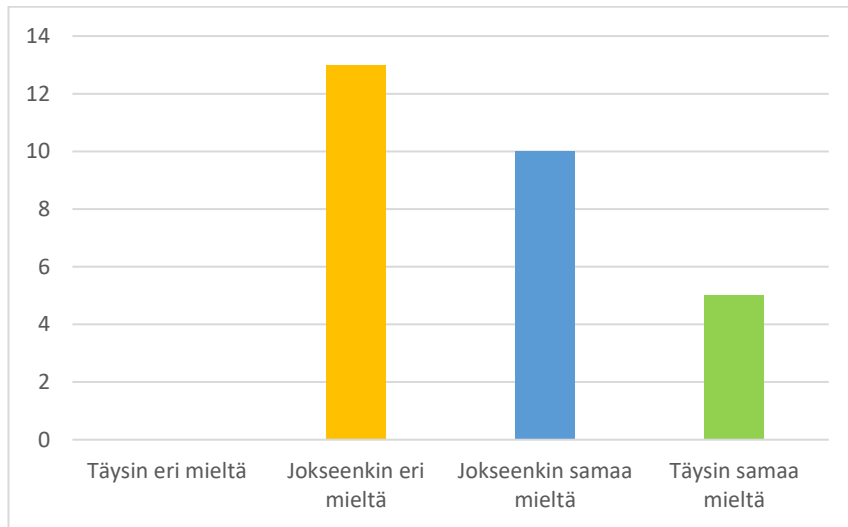
Taustatietojen jälkeen kyselyssä siirryttiin Likertin asteikolla vastattaviin väittämiin tulevaisuuden matkailupalveluiden tilasta Rovaniemellä. Ensimmäinen väittämä liittyen globaaliin matkailupalveluskenaarioon oli ”Kotimaanmatkailu on jäänyt pysyväksi trendiksi, ja muokannut palvelutarjontaa Rovaniemellä”. Vastaukset jakautuivat melko tasan jokseenkin samaa mieltä tai jokseenkin eri mieltä -vaihtoehtojen välille. Vain yksi vastaaja oli täysin samaa mieltä, ja yksi täysin eri mieltä (kuvio 3).



Kuvio 3. Kotimaanmatkailun suosio (n=28)

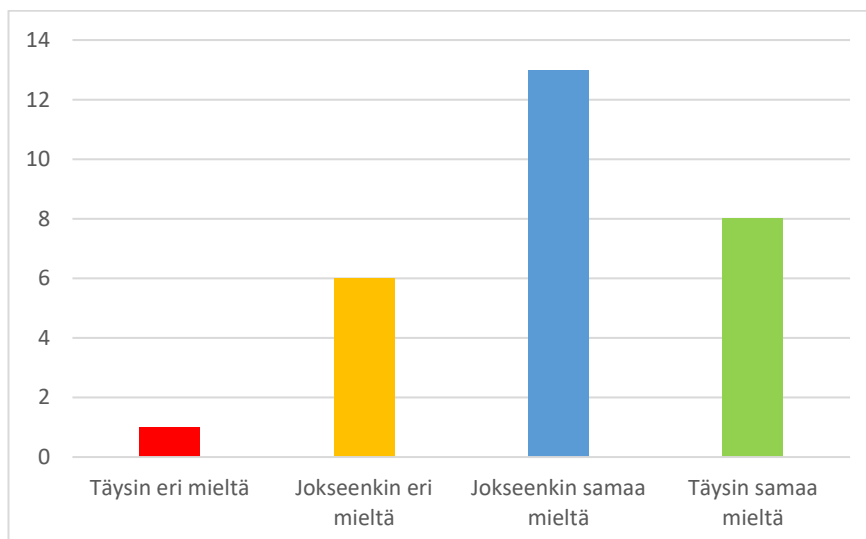
Globaaleihin skenaarioihin lukeutui kysymyksiä kestävästä kehityksestä ja vastuullisuudesta. Yksi näistä väittämistä oli ”Luonnossa tapahtuvia aktiviteetteja rajoitetaan palvelun-

tuottajien yhteisillä sopimuksilla ja säännöksillä”. Kuten kuviosta 4 voidaan todeta, yli puolet vastaajista kertoi olevansa jokseenkin tai täysin samaa mieltä aktiviteettien rajoittamisesta.



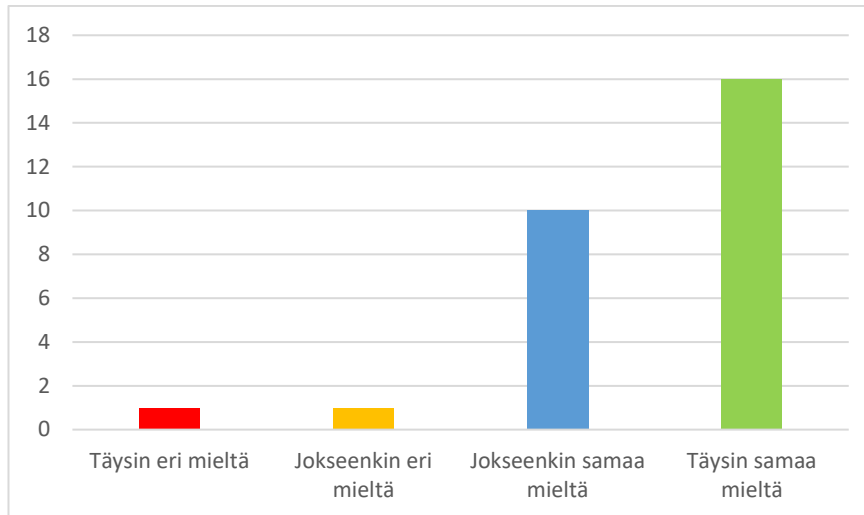
Kuvio 4. Luontoaktiviteettien rajoittaminen (n=28)

Seuraava väittämä globaaleista skenaarioista liittyi yritysten tehtävään matkailijoiden opastamisessa vastuullisuuteen; ”Palveluntarjoajien rooliin kuuluu olennaisena osana matkailijoiden ohjaaminen ja perehdyttäminen vastuullisempiin valintoihin”. Kuviosta 5 voidaan todeta, että vastaajista suurin osa oli jokseenkin tai täysin samaa mieltä väittämän kanssa.



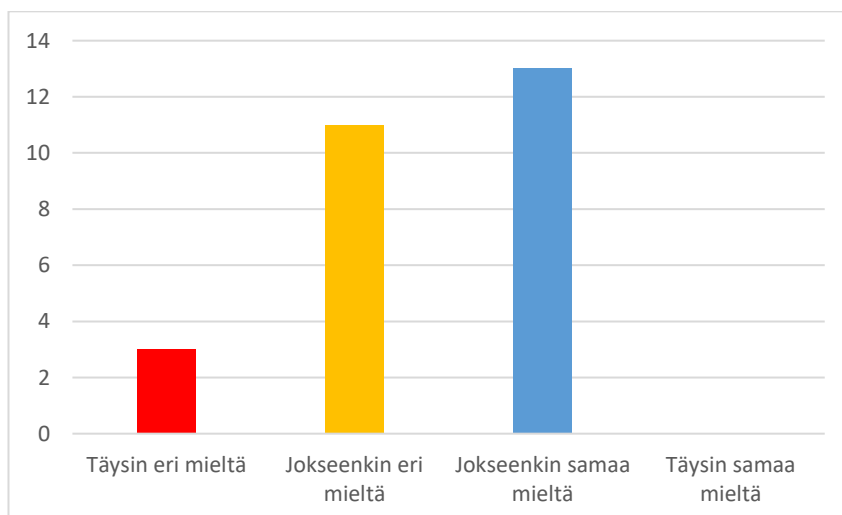
Kuvio 5. Matkailijoiden ohjaaminen vastuullisuuteen (n=28)

Poliittisiin uhkiin matkailualalla kuuluvat turvallisuus ja terveys. Kuvio 6 kertoo vastaajien olleen lähes yhtä mieltä siitä, että Rovaniemen brändäytyminen turvallisena matkakohdeena on onnistunut. Vain kaksi vastaajaa oli täysin tai jokseenkin eri mieltä skenaarion kanssa.



Kuvio 6. Rovaniemen brändäytyminen turvallisena matkakohteena (n=28)

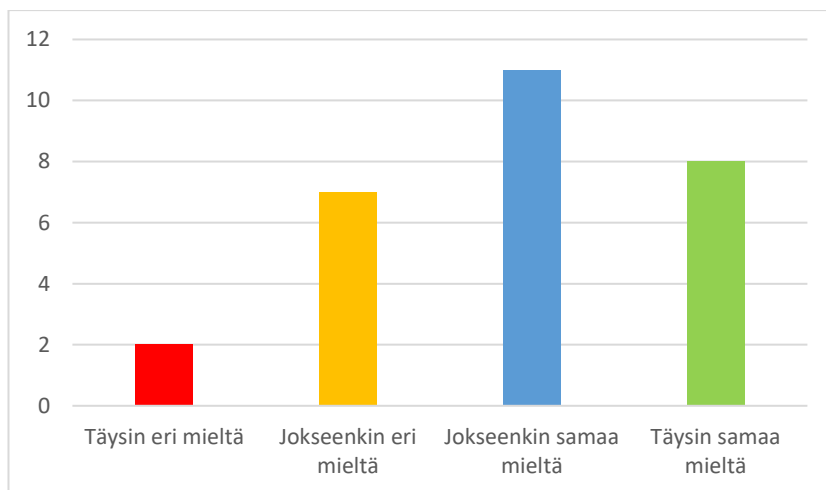
”Ikääntyvät matkailijat on huomioitu palvelutarjonnassa mm. terveystalveluiden tehostamisella”. Kuten kuviosta 7 voidaan päätellä, kukaan vastaajista ei ollut täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Vastaukset jakautuivat jokseenkin samaa tai jokseenkin eri mieltä -vaihtoehtojen välille.



Kuvio 7. Ikääntyvien matkailijoiden huomiointi (n=27)

### 5.3 Tulevaisuuskuvat Lapissa

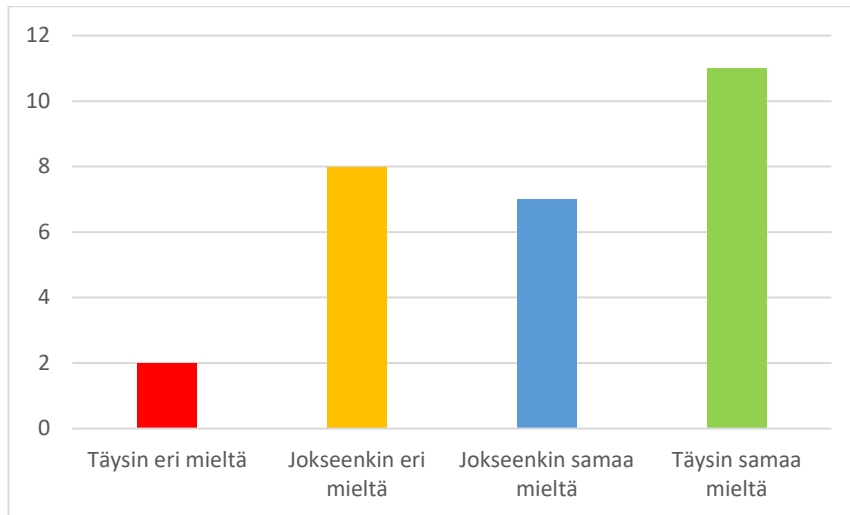
Ensimmäinen Lappi-sopimukseen pohjautuva skenaario ”Luksuspalveluiden kysyntä on kasvanut merkittävästi” jakoi mielipiteitä vastaajien keskuudessa. Yli puolet oli kuitenkin sitä mieltä, että luksuspalvelut tulevat kasvattamaan suosiotaan vuoteen 2030 mennessä (kuvio 8). Myös avoimessa kommenttikentässä saatiin vastauksia luksuspalveluihin liittyen. Eräs vastaaja ei uskonut, että niinkään luksustuotteiden kysyntä nousee, vaan luonto siinä nähdään luksuksena.



Kuvio 8. Luksuspalveluiden kysyntä (n=28)

Suurin osa vastaajista oli yhtä mieltä siitä, että vuonna 2030 Lapin matkailu tulee houkuttelemaan uusia yrittäjiä. Vain kolme vastaajaa oli jokseenkin eri mieltä Lapin houkuttelevuudesta. Yrittäjyyttä kommenttoitiin myös avoimissa vastauksissa, jossa yksi vastaaja kertoi isojen huolestuttavien uutisten jälkeen miettivänsä, onko yrittäjiä Rovaniemellä vuonna 2030 matkailun parissa enää lainkaan.

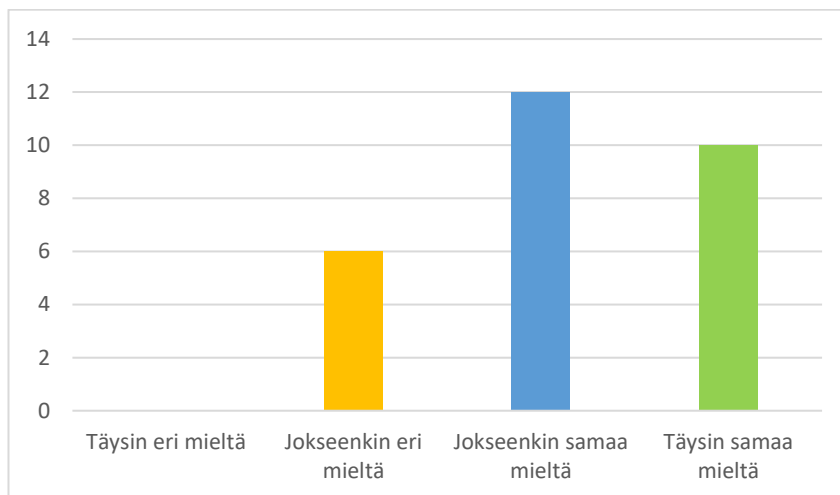
Seuraava Lappi-sopimukseen perustuva skenaario oli ”Lumisen ajan lyheneminen vaikeuttaa talviaktiiviteettien järjestämistä Rovaniemen alueella”. Kuviossa 9 nähdään vastausten jakautuminen. Suurin osa vastaajista puolsi väittämää, kun taas yksi kolmesta oli jokseenkin tai täysin eri mieltä.



Kuvio 9. Lumisen ajan lyheneminen. (n=28)

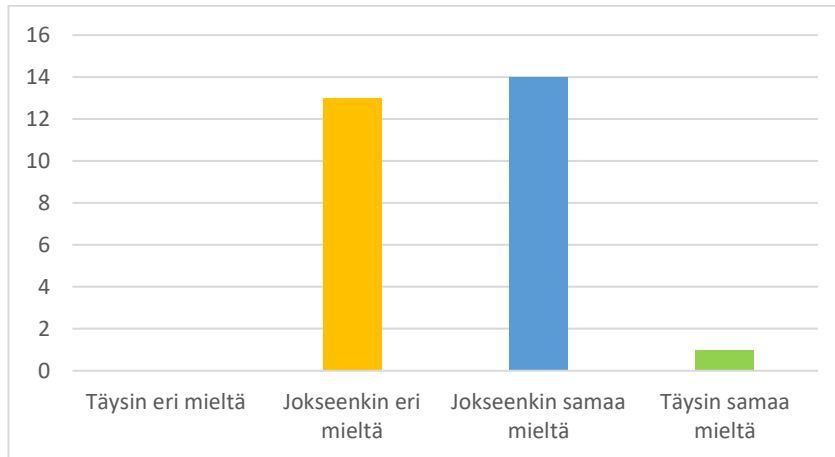
Valtaosa vastaajista oli sitä mieltä, että pohjoinen design on matkailijoiden suosiossa vuonna 2030 ja että luonnonvaroja on onnistuttu tuotteistamaan luksustuotteiksi. Vain kahdeksan vastaajaa oli jokseenkin eri mieltä luksustuotteiden brändäyksen onnistumisesta.

Lappi-sopimukseen liittyi skenaarioita vastuullisuus- ja kestävyysteemalla. Yksi näistä skenaarioista oli ”Matkailuyritykset kunnioittavat yhä luonnonvaroja ja käyttävät niitä kestävästi”. Kuten kuvioista 10 voidaan todeta, suurin osa vastaajista oli jokseenkin tai täysin samaa mieltä väittämän kanssa.



Kuvio 10. Matkailuyritykset kunnioittavat luonnonvaroja (n=28)

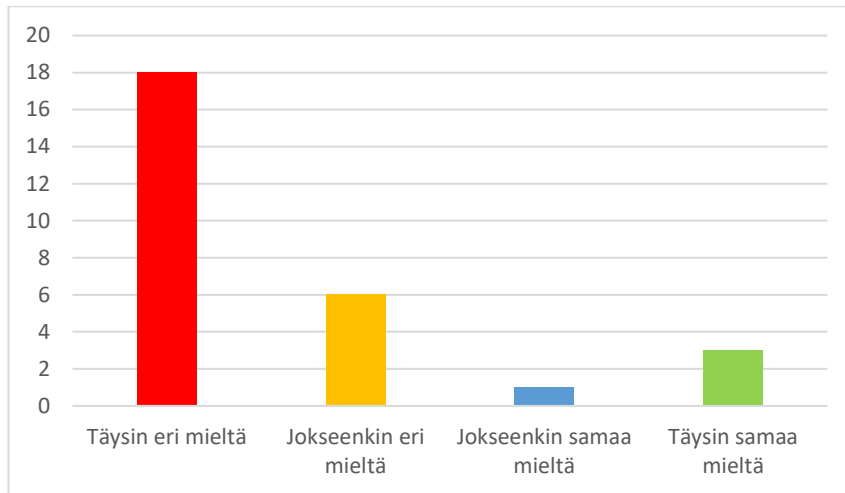
Lapin Luotsin skenaarioita olivat *Omalla painollaan*, *Rohki hyä Lappi ja Routamaiden autiotuvat*. *Omalla painollaan* -tulevaisuuskuva, keskittyy teknologiseen murrokseen ja muutoliikkeeseen, joiden lisäksi siinä käsitellään ympäristöarvoja. Kyselytutkimuksen ensimmäinen skenaario tästä aiheesta oli ”Rovaniemellä vierailevat turistit arvostavat enemmän kattavaa palvelutarjonnan kirjoa kuin palveluiden ympäristöystävällisyyttä”. (omalla painolla) Kuviossa 11 esitetään vastausten jakautuminen. Voidaan päätellä, että kysymys oli haastava, sillä ääripäiden vastauksia ei juurikaan saatu. Lähes kaikki vastaajat olivat jokseenkin eri tai jokseenkin samaa mieltä.



Kuvio 11. Turistit arvostavat enemmän palveluita kuin ympäristöä. (n=28)

Kolme neljästä vastaajasta oli samaa mieltä siitä, että vuonna 2030 matkailijat suosivat heille räätälöityjä palveluita valmiiden massapalveluiden sijaan. Vain seitsemän vastaajaa oli jokseenkin eri mieltä räätälöityjen palveluiden suosiosta. Vastausten perusteella voitaisiin luoda uusi skenaario ”Vuonna 2030 Rovaniemen matkailijat suosivat useimmiten heille räätälöityjä palveluita”.

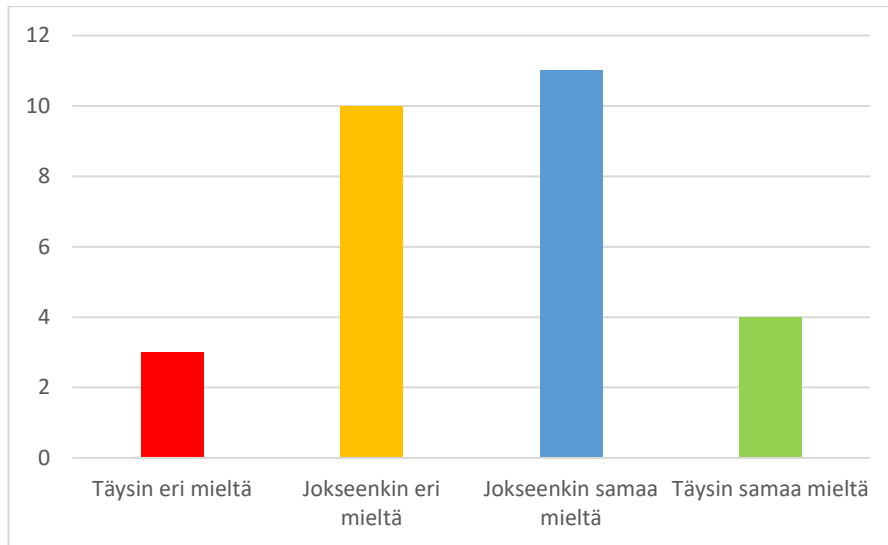
Toinen Lapin Luotsin tulevaisuuskuva *Routamaiden autiotuvat* on laadittu kuvaamaan tilannetta, jossa kestävyysnäkökulma on jätetty täysin huomiotta. Ensimmäinen skenaario tähän näkökulmaan perustuen oli ”Paikallisuus ja aitous tuotteissa ei kiinnosta asiakkaita”. Kuten kuvioista 12 voidaan todeta, suurin osa vastaajista oli täysin tai jokseenkin eri mieltä tämän väittämän kanssa. Vastausten perusteella voidaan luoda uusi skenaario ”Vuonna 2030 Rovaniemen matkailupalveluiden paikallisuus ja aitous kiinnostaa asiakkaita”.



Kuvio 12. Paikallisuus ja aitous tuotteissa ei kiinnosta asiakkaita. (n=28)

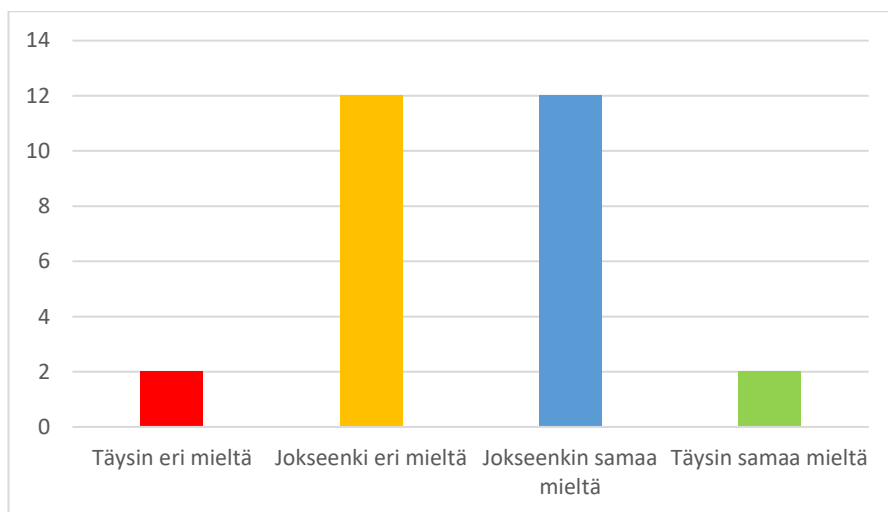
”Paikalliset palvelut eivät pärjää kilpailussa ulkomaisille vastineille, esim. paikallinen käsi-työ vs. 'Kiina-kopiot’”. Vain kolme vastaajaa oli samaa mieltä kyseisen tulevaisuuskuvan kanssa. Vastaukset mukailivat edellisen skenaarion linjaa palveluiden aitoudesta ja paikallisuudesta. Suurin osa vastaajista oli jokseenkin tai täysin sitä mieltä, että paikalliset palvelut menestyvät kilpailussa ulkomaisia vastaan. Näiden vastausten perusteella voitaisiin luoda uusi skenaario ”Vuonna 2030 Rovaniemen paikalliset palvelut pärjäävät melko hyvin kilpailussa ulkomaisille vastineille”

Vastaukset jakautuivat todella tasaisesti kuviossa 13 esitettyyn skenaarioon Rovaniemen matkailuyritysten omistajuuksien siirtymisestä ulkomaiseen omistukseen vuoteen 2030 mennessä. Eniten vastauksia saivat vaihtoehdot jokseenkin samaa tai jokseenkin eri mieltä. Vain kolme vastaajaa oli täysin eri mieltä, eli he uskoivat yritysten omistajuuden pysyvän kokonaan Suomessa.



Kuvio 13. Yritysten omistajuuksia on siirtynyt ulkomaille (n=28)

*Rohki hyä Lappi* -skenaarion mukaan matkailupalveluiden ja matkustamisen hiilineutraalius on asiakkaille ja yrityksille tärkeää. Ensimmäinen väittämä tähän skenaarioon liittyen oli ”Matkailuyritykset ovat onnistuneet minimoimaan toimintansa hiilijalanjäljen”. Kuten kuvio 14 voidaan todeta, väittämään ei saatu montaa ääripään vastausta. Vastaajat olivat suurimmaksi osaksi jokseenkin eri tai jokseenkin samaa mieltä.



Kuvio 14. Yritysten hiilijalanjäljen minimointi (n=28)

Vastaajat pitivät epätodennäköisenä, että virtuaalinen todellisuus olisi yleisesti käytössä Rovaniemen matkailupalveluissa vuoteen 2030 mennessä (esim. VR-lasit). Vain kahdeksan vastaajaa puolsi väittämää joko jokseenkin tai täysin.



#### 5.4 Avoimet vastaukset ja palaute

Kyselyn lopuksi vastaajille annettiin mahdollisuus kommentoida kyselylomakkeen sisältöä, ja jakaa aiheesta mieleen nousseita ajatuksia. Vastauksia saatiin laidasta laitaan, kuten avoimessa vastauksessa voidaan olettaa. Avoimessa kommenttikentässä saatiin useita vastauksia ympäristöaiheeseen ja kestäväan kehitykseen liittyen. Ympäristöystävällisten palveluiden ennustettiin nousevan jopa ykköseksi Rovaniemen matkailussa. Ympäristöarvot, alkuperäisyys ja turvallisuus ovat erään vastaajan mukaan nousevia trendejä. Toinen vastaaja taas oli huolissaan yritysten vastuusta ja palveluiden mainostamisesta ympäristöystävällisinä todellisuudessa kuitenkin panostamatta ko. asioihin. Osa vastaajista esitti huolensa vuoden 2030 matkailusta ja vallitsevan koronapandemian pitkäaikaisvaikutuksista yrityksiin. Kuvioista 15 on nähtävissä tiivistelmä näistä vastauksista.

Kuvioon on poimittu sanoja, jotka esiintyivät kerran tai useammin avoimessa kommenttikentässä. Ympäristöasiat ilmenivät vastauksissa selkeästi eniten.



Kuvio 15. Tiivistelmä kyselyn avoimista vastauksista

## 6 Johtopäätökset

Opinnäyteyden tavoitteena oli skenaariomenetelmää hyödyntäen luoda pohjaa tuleville tutkimuksille Rovaniemen talvimatkailun tulevaisuudesta. Tässä luvussa esitän tutkimuksen tulosten pohjalta tehtyjä johtopäätöksiä. Johtopäätöksillä kuvataan tulevaisuuden talvimatkailupalveluiden tilaa, ja kuinka hyvin tulokset vastaavat tietoperustaa. Lisäksi pohdin tutkimuksen luotettavuutta eli reliabiliteettia ja validiteettia eli mittasiko tutkimusmenetelmä sitä mitä piti.

Tutkimuksen tavoite saavutettiin melko hyvin. Tulokset eivät kuitenkaan edusta Rovaniemen matkailuyrittäjien yleistä vallitsevaa mielipidettä tutkituista asioista. Ristiintaulukointia ja vastaajien taustamuuttujien vaikutuksia vastauksiin ei voitu vähäisen vastaajamäärän vuoksi toteuttaa. Tutkimuksen tuloksista voidaan kuitenkin päätellä tutkittavan joukon näkemyksiä ja niiden eroja. Osasta vastauksia voitiin myös luoda uudet skenaariot edustamaan vastaajien näkemyksiä palveluiden muutoksista.

### 6.1 Tulevaisuuden talvimatkailupalvelut

Vastaajien mukaan vuonna 2030 ympäristön suojelu ja kestävä kehitys ovat yhä esillä Rovaniemen matkailussa. Asiakkaat ovat tietoisempia tekemistään valinnoista, ja matkailuyrittäjien on pystyttävä vastaamaan heidän tarpeisiinsa. Rovaniemen matkailuyritykset ovat alan suunnannäyttäjiä ja pyrkivät toteuttamaan palvelunsa kestävän kehityksen mukaisesti, luontoa kunnioittaen.

Ilmastonmuutos saattaa vaikuttaa lumentulon viivästymiseen ja lumisen ajan lyhenemiseen. Etenkin alkutalven luontomatkailu on herkkä ilmasto-olosuhteille. Lumentulo on siirtynyt yhä myöhäisemmäksi viime vuosina ja tehnyt talvisesongista lyhyemmän, mikä vaikuttaa vastaajien mukaan talviaktiiviteetteihin myös vuonna 2030. Yksi tärkeä sopeutumiskeino on matkailupalveluiden monipuolistaminen ja matkailun ympärivuotisuuden kehittäminen. Yritysten on panostettava muihin sesonkeihin esimerkiksi ruska-aikaan, ja markkinoitava sitä suomalaismatkailijoiden lisäksi myös ulkomaan markkinoille. Ruska-aika on kansainvälisille matkailijoille vielä suhteellisen tuntematon sesonki Lapissa. Matkailijoille suunnatut kesäaktiiviteettimahdollisuudet Rovaniemellä ovat vielä vaatimattomia. Tulevaisuudessa niiden kehittämisen tarve lisääntyy talvien lyhentyessä.

Vastauksissa tulivat esille luksuspalvelut, joiden uskotaan ottavan jalansijaa Rovaniemen matkailussa. Vuoden 2030 matkailijat ovat vauraampia ja panostavat enemmän matkansa sisältöön, kuten majoitukseen ja aktiviteettien laadukkuuteen. Toisaalta kohteen puhtaus, turvallisuus ja luonto itsessään nähdään luksuksena. Luksuspalveluihin keskittyviä yrityksiä ei siis välttämättä perusteta enempää kuin tälläkään hetkellä, mutta asiakkaiden arvostus luontoluksukseen nousee. Luontoon, hiljaisuuteen ja kiireettömyyteen liittyviä aktiviteetteja voidaan tarjota matkailijoille ilmastosta riippumatta mihin vuoden aikaan tahansa.

Vastaajien mukaan matkailijat ovat vakuuttuneita Rovaniemen turvallisuudesta matkakohteenä. Tämä voi tarkoittaa, että Rovaniemelle matkustetaan jopa ennemmin kuin muihin Euroopan talvikohteisiin. Lappi koetaan turvalliseksi kohteeksi myös globaalin pandemian jälkeisenä aikana. Rovaniemi on tunnettu ilman puhtaudesta sekä väljyydestä; suuria massoja ei kerry edes suosituimpiin käyntikohteisiin kerralla.

Virtuaalista todellisuutta ei ole vastaajien mukaan otettu käyttöön Rovaniemen matkailussa. VR-lasit ja virtuaalimatkailu voivat olla matkailualan toimijoille vielä vieraita käsitteitä eikä niiden hyödynnettävyydestä ole välttämättä tarpeeksi tietoa. Toisaalta Rovaniemen matkailu elää ja hengittää luontoa. Tämän olemassa olevan ympäristön ja sen tarjoamien kokemusten ansiosta vierailijoita matkustaa maailman toiselta puolelta Lapin pääkaupunkiin. Virtuaalinen todellisuus voidaan kokea ennemmin esteenä kuin hyötynä.

Asiakkaan tarpeiden mukaan räätälöityjen palveluiden koettiin olevan matkailijoiden suosiossa. Aktiviteeteilla halutaan luoda asiakkaalle henkilökohtainen elämys mieluummin kuin liukuhihnopalvelu. Tämä tarkoittaa, että tulevaisuudessa suurien matkailijaryhmien sijasta Rovaniemelle matkustaa enemmän yksilö- ja omatoimimatkailijoita, joille palveluita on helpompi kohdentaa.

Pohjoinen design, kuten paikallinen käsityö ja kotimaiset merkkituotteet ovat vastaajien mukaan suosiossa myös kymmenen vuoden kuluttua. Esimerkiksi Marimekon ja litalan tuotteiden, poronsarvien ja -taljojen sekä käsintehtyjen matkamunistojen tarjonta matkailijoille pysyy samana tai jopa kasvaa. Paikalliset palvelut pitävät pintansa myös kilpailussa, eikä ulkomailta tuotu tavara kiinnosta matkailijoita juurikaan. Vastaajat pitivät Lappia kiinnostavana uusille yrittäjille, joiden aluevaltauksia voisivat olla edellä mainitut paikalliset tuotteet, luksuksena koetut palvelut ja yksilöllisesti toteutetut palvelukokonaisuudet.

Yleiskuva matkailuyritysten tilasta, sekä paikallisista palveluista muotoutui vastausten perusteella melko positiiviseksi. Avoimessa vastauskentässä nostettiin esille huolenaiheita, joista suurin oli kansainvälistä matkailua horjuttava koronapandemia ja sen vaikutukset Suomen talouteen.

## 6.2 Tutkimuksen luotettavuus ja eettisyys

Tutkimuksen aiheen valinta, kohdejoukon kohtelevinen, raportointi ja tutkimustulosten soveltaminen toteutettiin eettisten periaatteiden mukaisesti. Tutkimuksen kohderyhmää kohdeltiin kunnioittavasti kaikissa tutkimuksen vaiheissa. Kyselyyn vastaaminen oli vapaaehtoista ja se toteutettiin anonyymisti. Osallistujille kerrottiin mitä tutkimus käsittelee ja mitä siihen osallistuminen tarkoittaa. Aineisto tallennettiin asianmukaisesti, eikä sitä luovutettu kolmansille osapuolille.

Väärinymmärrykset tutkittavien puolelta ovat mahdollisia. Vastaajat ovat esimerkiksi voineet ymmärtää väärin väittämien tarkoituksen. Vaikka ohjeeksi annettiin ”Vastaa seuraaviin väitteisiin sen perusteella, kuinka todennäköisenä näet kyseisen skenaarion toteutumisen Rovaniemen matkailussa vuonna 2030”, voi silti olla, että vastauksia on annettu esimerkiksi sen perusteella, onko väittämä totta juuri tällä hetkellä. Myös se, että vastaajat on pakotettu valitsemaan jokin tarjolla olevista vaihtoehdoista, voi vääristää tutkimustuloksia. Kyselyssä vastaajia pyydettiin määrittelemään kuinka vahvasti samaa tai eri mieltä väittämän kanssa he ovat. Valittavissa ei ollut neutraalia vaihtoehtoa. Jos vastausvaihtoehtojen joukossa ei ole vastaajalle sopivaa vaihtoehtoa, hän saattoi päätyä valitsemaan asteikosta vaihtoehdon, joka ei tosiasiallisesti vastaa hänen mielipidettään.

Reliabiliteetti tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta, eli tutkimuksen kykyä olla antamatta sattumanvaraisia tuloksia. Työ ei ole täysin reliabeli sillä vähäisen vastaajamäärän vuoksi se ei anna kokonaiskuvaa matkailuyrittäjien näkemyksistä. Suuremmalla määrällä vastauksia olisi saatu kattavampaa tietoa ja luotua prosentuaalisia tilastoja. Eri alojen edustajien jakauma ei ollut tasainen. Esimerkiksi majoituspalveluista saatiin tutkimukseen vain neljä osallistujaa. Sähköpostin kautta lähetetyssä kyselytutkimuksessa on omat haasteensa, sillä vastaajat eivät ole samalla tavalla sitoutuneita kuin esimerkiksi haastattelutilanteissa. Jos kysely toistettaisiin samanlaisena, vastaajia tulisi mitä luultavammin eri määrä ja eri yrityksistä mikä taas vaikuttaisi tuloksiin. Toinen tutkija toistaessaan tätä tutki-

musta ei siis välttämättä pääsisi samoihin tuloksiin. Tuloksia voidaan pitää jokseenkin satumanvaraisina sekä vähäisen vastaajamäärän että mahdollisten tarkkuus- ja tiedonkeräysvirheiden puolesta.

Tutkimus on validi, sillä se vastaa alkuperäiseen tutkimuskysymykseen ja kysymykset on osoitettu oikealle kohderyhmälle. Suurimmalta osalta osallistujista on saatu vastauksia, jotka hyödyntävät ja tukevat tutkimukselle asetettuja tavoitteita. Tutkimuksen validiutta heikentää se, että vastaajina oli muutamia henkilöitä, jotka eivät suoranaisesti lukeutuneet kohderyhmään kuten vastaanottohenkilökunta. Kyselyn tulokset ovat päteviä, sillä niissä jokainen haastateltava on voinut avoimesti tuoda oman näkemyksensä esille eikä useita tulkintoja ole saatu.

Työn lähestymistapana hyödynnettiin tulevaisuudentutkimusta, jossa käytettiin erilaisia valmiita skenaarioita ja tutkimuksia, jotka perustuivat tulevaisuudentutkimuksen menetelmillä saatuihin tuloksiin. Niidenkään pohjalta ei voida sanoa, että tulevaisuuden skenaariot ja trendit olisivat täydellistä tietoa. Ne voidaan pikemminkin nähdä epätäydellisinä monilaisina tulkintoina. Vaikka tulevaisuuden ennakointia tehtäisiin kuinka laajalla tietopohjalla tahansa, tulevaisuus on aina epävarma. (Lapin Luotsi 2019a)

## 7 Pohdinta

Aiheenvalinta oli minulle melko selkeä. Halusin alun perin tutkia koko Lapin matkailuyrittäjien näkemyksiä, mutta myöhemmin aihe rajautui pelkästään Rovaniemen yrittäjiin. Tämä oli hyvä päätös, sillä tutkimuksesta olisi todennäköisesti tullut liian laaja tai pintapuolinen.

Opinnäytetyötä tehdessä pyrin pysymään rehellisenä ja objektiivisena sekä pitäytymään johtopäätöksistä, jotka voisivat johtua omista ennakkoluuloistani tai nojaisivat liikaa omaan kokemukseeni Rovaniemen matkailun parissa. Matkailun tulevaisuudentutkimus on haasteellinen opinnäytetyön aiheena, sillä lopullista ratkaisua tai yhtä ainutta yhteneväistä mielipidettä on mahdotonta löytää. Siitä huolimatta koen tehneeni tärkeää työtä selvittäessäni yrittäjien näkemyksiä ja mietteitä aiheesta. Opinnäytetyö oli tärkeä oman oppimiseni kannalta. Tietoperustaa kootessani perehdyin alan kirjallisuuteen ja aiheesta tehtyihin tutkimuksiin. Kasvatin myös tietämystäni kotipaikkakunnastani, ja uskon tiedon olevan minulle hyödyksi jatkossa.

Kysely oli toimiva tutkimusmenetelmä, mutta uskon että haastattelulla olisi saanut tarkempaa tietoa juuri oikealta kohderyhmältä. Jos nyt aloittaisin työn alusta, valitsisin menetelmäksi haastattelun. Lisäksi laatisin kyselyn skenaariot eri tavalla; vähemmän kysymyksiä ja enemmän tarkentavia kysymyksiä. Ottaisin mukaan esimerkiksi pelkästään Lapin Luotsin skenaariot tai ainoastaan megatrendejä. Luulen, että se olisi helpottanut analysointia ja johtopäätösten tekoa. Lisäksi mukaan eksyi muutama kysymys, jotka eivät suoranaisesti liittyneet tietoperustaan.

Koen saavuttaneeni tutkimukselle asettamani tavoitteet. Tutkimustuloksista on mahdollista nähdä suuntaviivoja Rovaniemen yrittäjien ajatuksista tulevaisuutta kohtaan. Jatkotutkimusaiheena voisi olla yritysten kehitysideoiden selvittäminen sekä miten he voivat muokata tai kehittää omia palveluitaan vastaamaan tulevaisuuden asiakkaan tarpeita.

Opinnäytetyön tekemisen aikana maailman poliittinen tilanne muuttui merkittävästi koronapandemian seurauksena. Matkailu hiipui lähes täysin ja vaikutti varmasti kohderyhmän näkemyksiin kyselyssä käsitellyistä aiheista. Myös oma elämäntilanteeni muuttui, mikä vaikutti työni valmistumisaikatauluun. Maailma muuttuu nopeasti ja jatkuvasti eikä globaaleihin muutoksiin ole mahdollista vaikuttaa. Sesonkiluonteista talvimatkailua tulee kuitenkin kehittää ja tutkimustyötä jatkaa myös epävakaaassa tilanteessa.

## Lähteet

Bonfire 2020. Skenaarioilla suunta kohti tulevaa: näin rakennat skenaariot. Luettavissa: <https://www.bonfire.fi/skenaariot-osa1/> Luettu: 4.11.2020

Business Finland 2018. Uutinen. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2018/visit-finlandin-karkituotekilpailun-voittajat-hurmaavat-matkailijoita-metsakylvilla-villiruoalla-ja-heavymusiikilla/> Luettu: 13.10.2020

Business Finland 2020a. Tilastopalvelu Rudolf. Majoitustilastot. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/tilastopalvelu-rudolf/> Luettu: 28.9.2020

Business Finland 2020b. Sustainable Travel Finland. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/vastuullisuus/sustainable-travel-finland/> Luettu: 15.9.2020

Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N. & Roman, C. 2007. Destination and Enterprise Management for a Tourism Future: Handbook on tourist product development. Best Education Network. Luettavissa: <https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/7714/1/2007000068.pdf> Luettu: 30.9.2020

Finavia 2020. Lentoliikenteen tilastot. Matkustajat lentoasemittain. Luettavissa: [https://www.finavia.fi/sites/default/files/documents/Matkustajat%20lentoasemittain%201998-2019-fi-fi\\_0.pdf](https://www.finavia.fi/sites/default/files/documents/Matkustajat%20lentoasemittain%201998-2019-fi-fi_0.pdf) Luettu: 13.10.2020

Heikinmatti, A. & Mehtonen, J. 2019. Yle Uutiset. Lapin matkailu. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11075875> Luettu: 22.9.2020

House of Lapland 2020a. Business. Lapissa investoidaan nyt korkeatasoiseen ja kestävään matkailuun. Luettavissa: <https://www.lapland.fi/fi/business-2/lapissa-investoidaan-nyt-korkeatasoiseen-ja-kestavaan-matkailuun/> Luettu: 13.10.2020

House of Lapland 2020b. Business. Lapissa matkailu on vakaassa kasvussa ja hyvillä hankkeilla löytyy rahoitusta. Luettavissa: <https://www.lapland.fi/fi/business/lapissa-matkailu-on-vakaassa-kasvussa/> Luettu: 6.11.2020

Kaksonen, T., Ojuva, J. & Ouallen, P. 2012. Minne menet matkailu? – Näkökulmia matkailun ennakkointiin. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. Rovaniemi. Luettavissa: <http://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=10f247a3-0cbb-48f6-84d1-953f431b945c> Luettu 20.9.2020

KvantiMOTV 2011. Postikyselyaineiston kokoaminen. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/postikysely/postikysely.html#saatteet> Luettu: 10.12.2020

Lapin AMK 2019. Maksuton tietopaketti matkailuyrittäjälle. Luettavissa: <https://www.lapinamk.fi/news/Maksuton-tietopaketti-matkailuyrittajalle/fuu3sfdb/d20783a6-9f0c-40d2-94f5-cb90a8842d36> Luettu: 25.9.2020

Lapin liitto 2017. Lappi sopimus 2018–2021. Luettavissa: [https://issuu.com/lapinliitto/docs/lappi-sopimus\\_202018-2021](https://issuu.com/lapinliitto/docs/lappi-sopimus_202018-2021) Luettu: 15.10.2020

Lapin Liitto 2020. Lappi sopimus. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/lapinliitto/lappi-sopimus> Luettu: 30.5. 2020

Lapin Luotsi 2019a. Ennakoinnin koulutusmateriaali. Luettavissa: <https://lapinluotsi.fi/lapin-ennakkointityo/ennakoinnin-koulutusmateriaali/tyokalupakki/> Luettu: 11.12.2020

Lapin Luotsi 2019b. Lapin matkailun tulevaisuuskuvia. Luettavissa: <https://lapinluotsi.fi/lapin-tulevaisuuksia-pitka-aikavali/matkailun-tulevaisuuskuvia/> Luettu: 25.10.2020

Lapin Yliopisto 2019. Tuoreimmat tiedot Rovaniemen Airbnb-majoituksesta. Luettavissa: <https://www.ulapland.fi/news/Tuoreimmat-tiedot-Rovaniemen-Airbnb-%E2%80%93majoituksesta/4feukhlj/ae7718da-dddb-4c59-8547-853fb38a43ef> Luettu: 16.9.2020

Lentoposti 2018. Uutiset. Luettavissa: [https://www.lentoposti.fi/uutiset/rovaniemen\\_lentoaseman\\_terminaalia\\_laajennetaan\\_valmista\\_joulusesongiksi\\_2019](https://www.lentoposti.fi/uutiset/rovaniemen_lentoaseman_terminaalia_laajennetaan_valmista_joulusesongiksi_2019) Luettu: 22.9.2020



Lonely Planet 2020. Top 10 winter destinations in Europe. Luettavissa: <https://www.lonelyplanet.com/articles/best-winter-destinations-europe> Luettu: 1.10.2020

Pesonen, H-L. & Rajala, A. 2019. Tulevaisuus Lapista –ennakointi uudessa maakunnassa -hanke. Matkailun tulevaisuuskuvia. Lapin Luotsi. Luettavissa: <https://lapinluotsi.fi/wp-content/uploads/2020/01/matkailun-tulevaisuuskuvia.pdf> Luettu: 27.9.2020

Rintala-Gardin, T. 2010. Rovaniemen matkailun kehitys ja matkailun aluetaloudellinen vaikutus. Luettavissa: <https://www.rovaniemi.fi/loader.aspx?id=7fc11969-8e7f-4d16-9c97-7801c35944e7> Luettu: 20.12.2020

Rovaniemen kaupunki 2019. Tietoa Rovaniemestä. Luettavissa: <https://www.rovaniemi.fi/Kaupunki-ja-paatoksenteko/Tietoa-Rovaniemesta> Luettu: 15.9.2020

Rovaniemen kaupunki 2020. Kulttuuriyksiköt ja museot. Luettavissa: <https://www.rovaniemi.fi/Vapaa-aika/Kulttuuriyksikot-ja-museot> Luettu: 15.9.2020

Rubin Anita s.a. Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Menetelmät: Skenaarioajattelu tulevaisuudentutkimuksessa. Turun kauppakorkeakoulu. Turun Yliopisto. Luettavissa: <https://tulevaisuus.fi/menetelmat/skenaarioajattelu-tulevaisuudentutkimuksessa/skenaarion-kasitteesta/> Luettu: 19.11.2020

Santa Claus Village 2020. Joulupukin pajakylän ja Napapiirin historiaa. Luettavissa: <https://santaclausvillage.info/fi/info/joulupukin-pajakylan-napapiirin-historia/> Luettu: 15.9.2020

Suomen yritysrekisteri 2020. Luettavissa: <https://suomenyritysrekisteri.fi/yrityshaku-tarjennettu/rovaniemi/> Luettu: 13.10.2020

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Rovaniemi. Luettavissa: <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/elmystuottaja%20ksikirja.pdf> Luettu: 29.9.2020

Terminfo 2010. Palveluliiketoiminnan sanasto. Luettavissa: <http://www.terminfo.fi/si-salto/palveluliiketoiminnan-sanasto--tukea-uusien-kasitteiden-vakiinnuttamiselle-238.html>

Luettu: 10.9.2020

Tilastokeskus 2020. Rovaniemen majoitustilastot. Luettavissa: [http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland\\_Majoitustilastot/visitfinland\\_matk\\_pxt\\_116x.px/table/tableViewLayout1/](http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland_Majoitustilastot/visitfinland_matk_pxt_116x.px/table/tableViewLayout1/) Luettu 17.9.2020

Työ- ja elinkeinoministeriö 2020. Visit Finland tutkimukset. Askelmerkit Suomen matkailun elpymiseen koronapandemiasta. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/499353/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/askelmerkit-suomen-matkailun-elpymiseen-koronapandemiasta-06052020.pdf> Luettu: 5.11.2020

Ulapland 2019. Tuoreimmat tiedot Rovaniemen Airbnb-majoituksesta. Luettavissa: <https://www.ulapland.fi/loader.aspx?id=3674dbca-d453-4b5e-8c37-75a7bc12fd7e> Luettu: 22.9.2020

United Nations 2017. New Globalization Report. New York. Luettavissa: <https://www.un.org/development/desa/en/news/intergovernmental-coordination/new-globalization-report.html> Luettu: 30.9.2020

Valtioneuvosto 2019. Yhdessä enemmän- kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019-2023. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161906/TEM\\_2019\\_60.pdf?sequence=4](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161906/TEM_2019_60.pdf?sequence=4) Luettu: 6.11.2020

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmalvelut. 1. Painos. Porvoo.

Visit Rovaniemi 2020a. Aktiviteetit. Luettavissa: <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/nae-koe/aktiviteetit/> Luettu: 16.9.2020

Visit Rovaniemi 2020b. Saapuminen Rovaniemelle. Luettavissa: <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/suunnittele/saapuminen/> Luettu: 16.9.2020

Visit Rovaniemi 2020c. Ravintolat. Luettavissa: <https://www.visitrovaniemi.fi/fi/nae-koe/ravintolat/> Luettu: 13.10.2020

Visitory 2019. Rovaniemen majoitus- ja matkailutilastot. Luettavissa: <https://visitory.io/fi/rovaniemi/2018-01/2018-12/> Luettu: 19.9.2020

# Liitteet

## Liite 1. Saatekirje

### Tervetuloa mukaan vaikuttamaan!

Hei!

Olen Laura Mölläri, Haaga-Helia ammattikorkeakoulun restonomiopiskelija. Teen kyselytutkimusta kotipaikkakuntani Rovaniemen tulevaisuuden talvimatkailupalveluista. Tutkimus on osa opinnäytetyötäni.

Kohderyhmäni ovat Rovaniemen alueen matkailuyritykset, ja ko. yritysten edustajat. Arvostaisin, jos viestini välittyisi tälle taholle yrityksessänne. Ohessa linkki kyselyyn, joka sisältää erilaisia skenaarioita Rovaniemen matkailupalveluista vuonna 2030. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 minuuttia. Vastaamalla voitte olla mukana arvokkaassa tutkimustyössä Rovaniemen hyväksi.

Opinnäytetyöni on valmistuessaan luettavissa verkkojulkaisuna osoitteessa theseus.fi otsikolla "Matkailuyritysten näkemykset Rovaniemen talvimatkailupalveluista 2030"

*Ystävällisin terveisin, Laura Mölläri*

Haaga-Helia Ammattikorkeakoulu

Matkailun liikkeenjohto, RL17SF

[laura.mollari@myy.haaga-helia.fi](mailto:laura.mollari@myy.haaga-helia.fi)

+358407372911

[Vastaa kyselyyn](#)

## Liite 2. Kyselylomake



### Rovaniemen matkailupalvelut 2030

#### Vastaajan taustatiedot

##### 1. Organisaatio, jossa työskentelen

- Majoituspalvelut  
 Ravintolapalvelut  
 Ohjelmapalvelut  
 Muu, mikä?

##### 2. Toimenkuvani organisaatiossa

- Yrittäjä tai toimitusjohtaja  
 Muu, mikä?

##### 3. Sukupuoli

- Nainen  
 Mies  
 Muu  
 En halua vastata

##### 4. Ikä

- Alle 25  
 25-35  
 36-45  
 46-55  
 Yli 55

Vastaa seuraaviin väitteisiin sen perusteella, kuinka todennäköisenä näet kyseisen skenaarion toteutumisen Rovaniemen matkailussa vuonna 2030.

##### 5. Kotimaanmatkailu on jäänyt pysyväksi trendiksi, ja muokannut palvelutarjontaa Rovaniemellä.

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

##### 6. Ikääntyvät matkailijat on huomioitu palvelutarjonnassa mm. terveyspalveluiden tehostamisella.

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

##### 7. Matkailijat suosivat heille räätälöityjä palveluita valmiiden massapalveluiden sijaan.

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**8. Virtuaalinen todellisuus on yleisesti käytössä Rovaniemen matkailupalveluissa (esim. VR-lasit).**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**9. Lumisen ajan lyheneminen vaikeuttaa talviaktiiviteettien järjestämistä Rovaniemen alueella.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**10. Luksuspalveluiden kysyntä on kasvanut merkittävästi.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**11. Paikalliset tarjoavat edelleen kotejaan vuokralle Airbnb majoitukseen.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**12. Pohjoinen design on matkailijoiden suosiossa.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**13. Paikalliset palvelut eivät pärjää kilpailussa ulkomaisille vastineille, esim. paikallinen käsityö vs. 'Kiina-kopiot'.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**14. Paikallisuus ja aitous tuotteissa ei kiinnosta asiakkaita.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**15. Matkailuyritykset kunnioittavat yhä luonnonvaroja ja käyttävät niitä kestävästi.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**16. Rovaniemellä vierailevat turistit arvostavat enemmän kattavaa palvelutarjonnan kirjoa, kuin palveluiden ympäristöystävällisyyttä.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**17. Luonnonvaroja on brändätty onnistuneesti luksustuotteiksi.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**18. Luontoa kuluttavia aktiviteetteja rajoitetaan palveluntuottajien yhteisillä sopimuksilla ja säännöksillä.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**19. Kestävän kehityksen mukaiset innovaatiot ovat yleisesti käytössä matkailupalveluissa, esim. sähkökäyttöiset moottorikelkat.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**20. Palveluntarjoajien rooliin kuuluu olennaisena osana matkailijoiden ohjaaminen ja perehdyttäminen vastuullisempiin valintoihin.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**21. Matkailuyritykset ovat onnistuneet minimoimaan toimintansa hiilijalanjäljen.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**22. Rovaniemen brändäytyminen turvallisena matkakohteena on onnistunut.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**23. Lapin matkailu houkuttelee uusia yrittäjiä.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**24. Rovaniemen matkailuyritysten omistajuuksia on siirtynyt ulkomaille.**

1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Jokseenkin samaa mieltä 4= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

**25. Jäikö jokin mietityttämään?**

**Kommentoi tai anna palautetta kyselystä.**


### Liite 3. Tutkimuskysymysten valikoituminen

Globaalit skenaariot	Lappi-sopimuksen skenaariot	Lapin Luotsin skenaario: Omalla painollaan	Lapin Luotsin skenaario: Routamaiden autiotuvat	Lapin Luotsin skenaario: <del>Rohki byä</del> Lappi
"Kotimaanmatkailu on jäänyt pysyväksi trendiksi ja muokannut palvelutarjontaa Rovaniemellä".	"Lumisen ajan lyheneminen vaikeuttaa talviaktiiviteettien järjestämistä Rovaniemen alueella".	"Matkailijat suosivat heille räätälöityjä palveluita valmiiden massapalveluiden sijaan".	"Paikalliset palvelut eivät pärjää kilpailussa ulkomaisille vastineille, esim. paikallinen käsityö vs. 'Kiina-kopiot'".	"Virtuaalinen todellisuus on yleisesti käytössä Rovaniemen matkailupalveluissa (esim. VR-lasit)".
"Palveluntarjoajien rooliin kuuluu olennaisena osana matkailijoiden ohjaaminen ja perehdyttäminen vastuullisempiin valintoihin".	"Luksuspalveluiden kysyntä on kasvanut merkittävästi"	"Rovaniemellä vierailevat turistit arvostavat enemmän kattavaa palvelutarjonnan kirjoa, kuin palveluiden ympäristöystävällisyyttä"	"Paikallisuus ja aitous tuotteissa ei kiinnosta asiakkaita".	"Matkailuyritykset ovat onnistuneet minimoimaan toimintansa hiilijalanjaljen".
"Luonnossa tapahtuvia aktiviteetteja rajoitetaan palveluntuottajien yhteisillä sopimuksilla ja säännöksillä".	"Pohjoinen design on matkailijoiden suosiossa".		"Rovaniemen matkailuyritysten omistajuuksia on siirtynyt ulkomaille".	
"Rovaniemen <del>brändäytymisen</del> turvallisenä matkakohteena on onnistunut".	"Matkailuyritykset kunnioittavat yhä luonnonvaroja ja käyttävät niitä kestävästi".			
"Ikääntyvät matkailijat on huomioitu palvelutarjonnassa mm. terveyspalveluiden tehostamisella".	"Luonnonvaroja on brändätty onnistuneesti luksustuotteiksi".			
	"Lapin matkailu houkuttelee uusia yrittäjiä".			
	"Kestävän kehityksen mukaiset innovaatiot ovat yleisesti käytössä matkailupalveluissa, esim. sähkökäyttöiset moottorikelkat".			