

Olli Hietanen

Loppuraportti pääkaupunkiseudun
matkailun tulevaisuusverstaista ja
Delfoi-kyselystä

TUTU-eJULKAISUJA 5/2008

TUTU-eJULKAISUJA 5/2008

Loppuraportti pääkaupunkiseudun
matkailun tulevaisuusverstaista ja
Delfoi-kyselystä

Olli Hietanen

Olli Hietanen, kehitysjohtaja

Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun kauppakorkeakoulu

olli.hietanen@tse.fi

Copyright © 2008 Olli Hietanen & Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun kauppakorkeakoulu

ISBN 978-951-564-552-4

ISSN 1797-132

Tulevaisuuden tutkimuskeskus

Turun kauppakorkeakoulu

Rehtorinpellonkatu 3, 20500 TURKU

Korkeavuorenkatu 25 A 2, 00130 HELSINKI

Pinninkatu 47, 33100 TAMPERE

Puh. (02) 481 4530

Faksi (02) 481 4630

www.tse.fi/tutu

tutu-info@tse.fi, etunimi.sukunimi@tse.fi



SISÄLLYSLUETTELO

1.	TAUSTAA.....	6
2.	PÄÄKAUPUNKISEUDUN MATKAILU VUONNA 2020 - TULEVAISUUSVERSTAS JA DELFOI-KYSELYN ENSIMMÄINEN VAIHE.....	7
2.1.	Tulevaisuuspyörässä esille nousseet tulevaisuusteemat.....	7
2.2.	Tulevaisuustaulukossa muodostetut tulevaisuuskuvat ja niiden ensimmäisessä kyselyssä saama palaute	8
2.2.1.	Vihdin luontopolku	8
2.2.2.	Ääripäät korostuvat	11
2.2.3.	Stopover	13
2.2.4.	Urbaani luontoloma	16
2.2.5.	Pietari pääkaupunkiseudun osana	19
2.2.6.	On Demand.....	22
3.	AVIAPOLIS 2020 - TULEVAISUUSVERSTAS JA DELFOI-KYSELYN ENSIMMÄINEN VAIHE.....	25
3.1.	Tulevaisuuspyörässä esille nousseet tulevaisuusteemat	25
3.2.	Tulevaisuustaulukon avulla muodostetut tulevaisuuskuvat ja niiden ensimmäisessä kyselyssä saama palaute	26
3.2.1.	Yksilöllisesti räätälöidyt kiinalaiset perhematkat	26
3.2.2.	Wellness-elämiskäytävä	29
3.2.3.	Aviapolis kaupunkivaltioiden verkosto	32
4.	DELFOI-KYSELYN TOINEN VAIHE: TULEVAISUUSPROSESSIN TULOSTEN TARKENTAMINEN	36
4.1.	Pääkaupunkiseudulla ei ole yhtä matkailuklusteria - vaan monta miniklusteria, joita tulisi kehittää eri suuntiin	37
4.2.	Pietari pääkaupunkiseudun osana	40
4.3.	Urbaani luontomatkailu	42
4.4.	Aitoja elämyksiä kiireisille ”sekä että käyttäjille”	46
4.5.	Ääripäiden kehittyminen	49
4.6.	Stopoverit ja gateway-matkailu	51
4.7.	On Demand (asiakkaiden tarpeisiin laaditut matkailupalvelut)	53
4.8.	Kestävä kehitys	55
4.9.	Wellness-elämiskäytävä.....	58
4.10.	Aviapoliksen kaksi visiota	61
5.	JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMINTASUOSITUKSET	64
	LÄHTEET	70

1. TAUSTAA

Pääkaupunkiseudun matkailun kasvu ja verkottuminen -projektin yhtenä toimenpiteenä toteutettiin alueen matkailun kehityksen ennakointi ja tulevaisuuden mahdollisuuksien hahmottaminen. Ennakointitoiminta käynnistettiin lokakuussa 2007 pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusverstaalla ja helmikuussa 2008 järjestettiin versta, jossa keskityttiin niin kutsutun Aviapolis-alueen (www.aviapolis.fi) tulevaisuuden mahdollisuuksiin. Verstaiisiin osallistui yli 60 matkailualan yrittäjää, kehittäjää ja asiantuntijaa.

Tulevaisuusverstaat tehtiin Metropolialueen matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskuksen, Laurea ammattikorkeakoulun (Aviapolis-alue) ja HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun yhteistyönä. Tulevaisuusverstaat toteutti Turun kaupunkorkeakoulun Tulevaisuuden tutkimuskeskus.

Laurea ammattikorkeakoulun *MAVIA–Aviapolis -alueen matkailun kehittäminen* -hankkeen toimesta järjestettiin helmikuussa 2008 Aviapolis-tulevaisuusversta. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun toimesta järjestettiin aiemmin syksyllä 2007 Pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusversta *Pääkaupunkiseudun matkailun kasvu ja verkottuminen* -hankkeessa.

Näiden kahden tulevaisuusverstaan tulosten pohjalta toteutettiin kevättalvella ja kesällä 2008 myös kaksiosainen Delfoi-kysely, jossa tulevaisuusverstaisten tuloksia täsmennettiin ja arvoitettiin.

- Pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusversta 9.10.2007 (Ravintola Pääposti)
- Aviapolis-alueen matkailun tulevaisuusversta 4.2.2008 (Laurea-ammattikorkeakoulu/Leppävaara)
- Delfoi-kyselyn ensimmäinen vaihe 25.3.–11.4.2008
- Delfoi-kyselyn toinen vaihe 12.–27.6.2008

Tulevaisuusverstaissa tuotetut tulevaisuuskuvat ja niiden ensimmäisessä Delfoi-kyselyssä saama palaute on esitetty luvuissa 2 ja 3. Luku 2 esittelee *Pääkaupunkiseudun matkailun kasvu ja verkottuminen* hankkeen tuloksia ja luvussa 3 vastaavasti Aviapolis-alueen tulevaisuusprosessin tuloksia.

Luku 4 sisältää toisen Delfoi-kierroksen tulokset. Tämän kyselyn lähtökohtana olivat asiantuntijoiden ensimmäisen kyselykierroksen vastaukset. Tulevaisuusverstaisten tulokset olivat ensimmäisen kyselyn lähtökohta – ja vastaavasti ensimmäisen kyselyn tulokset toisen kyselyn lähtökohtana. Tällä tavalla tulevaisuusprosessi pureutui kierros kierrokselta syvemmälle ja syvemmälle asiantuntijoiden mielipiteisiin ja mielipiteiden perusteluihin. Hankkeessa käytetyt menetelmät on esitelty tarkemmin liitteessä 1.

Tulevaisuusprosessin tavoitteena oli määrittää pääkaupunkiseudun julkisen sektorin toimijoiden ja kärki-/kasvuyritysten yhteistyönä alueellisia tulevaisuuskuvia sekä toimenpide-ehdotuksia. Kiireisen lukijan kannattaa hypätä suoraan lukuun 5, jossa esitellään tulevaisuusprosessin johtopäätökset. Syvällisemmin matkailualan tulevaisuudesta kiinnostuneelle palkitsevimpiä voivat kuitenkin olla lukuihin 2, 3 ja 4 kerätyt asiantuntijoiden kommentit. Mielipiteitä matkailun tulevaisuudesta löytyy laidasta laitaan.

2. PÄÄKAUPUNKISEUDUN MATKAILU VUONNA 2020 - TULEVAISUUSVERSTAS JA DELFOI-KYSELYN ENSIMMÄINEN VAIHE

2.1. Tulevaisuuspyörässä esille nousseet tulevaisuusteemat

Tulevaisuusverstaan ensimmäisessä työvaiheessa työryhmät valmistivat tulevaisuuspyöriä¹ pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuuden näkymistä vuoden 2050 aikajänteellä. Työvaiheen lopuksi suoritettiin äänestys, jossa Pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuushaasteiksi nousivat seuraavat teemat ja/tai ilmiöt:

- Urbaani lomakohde: kaupunkimaisuus, liikenneyhteydet, vihreys, puhtaus ja turvallisuus (5)
- Luonto, saaristo ja meri (3 + 2)
- Ilmastonmuutos (4)
- Kulttuuri ja monikulttuurisuus (2 + 2)
- Työmatkat/liikenne Pietariin (3)
- Lentokenttärata ja luotijuna (+ vanhakaupunki) (3)
- Elämysteollisuus (reality vs. virtual) (3)
- Kulttuuri ja monikulttuurisuus (2 + 2)
- On Demand elämispalvelut (2)
- China Town (2)
- Hybridi, ICT-autot, eri kuljetusmuodot yhdistyvät (2)
- Virtuaalinen (2)
- Ääripäät korostuvat: esimerkiksi palvelu vs. itsepalvelu (2)
- Samanhenkisten matkustus (ei demografista luokittelua) (2)
- Itämerellä lähtee päivittäin risteilyaluksia/-liikennettä (2)
- Lähialueyhteistyö voimakkaampaa (2)
- Myydään kaikkea ja koko ajan (1)
- Mielihyvämatkailu (1)
- Uusi Riviera (ilmasto + huippu) (1)
- Varaukset nopeammin (1)
- Viipymä pitenee (1)
- Parkour (kaupunkikiipeily) ja sisähallit (1)
- Lappi (1)
- Turvallisuus (1)
- Individualistimatkailua laadukkailla, dynaamisilla paketeilla (1)
- Matkustusta ympäristön tieto/taito/konsultointi saralla (1)
- Olemme syrjässä: heikkous vai vahvuus (1)
- Infra keskittynyttä ja osa rauhoitettua (liittyen mereen ja saaristoon) (1)
- Metroyhteys Tallinnaan (1)
- Erikoistuminen (1)

¹ Hankkeessa käytetyt menetelmät on kuvattu tarkemmin liitteessä 1.

Äänestyksen perusteella pääkaupunkiseudun matkailun näkökulmasta merkittävimpiä tulevaisuustee-
moja ovat:

1. Ääripäiden korostuminen
2. Samanhenkisten matkustaminen
3. Urbaanit luontolomat
4. Lentokenttärata ja luotijuna (ja siitä jatkokehittelynä Stopover-matkailu)
5. Pietari pääkaupunkiseudun osana
6. On Demand -elämispalvelut
7. Ilmastonmuutos

Näitä teemoja kehitettiin eteenpäin tulevaisuusverstaan toisessa työvaiheessa tulevaisuustaulukko-
menetelmällä. Työvaiheen tuloksena syntyi kuusi tulevaisuustarinaa/tulevaisuuskuvaa pääkaupunki-
seudun matkailusta. Alla esiteltäisiin tulevaisuuskuviin on liitetty myös niiden Delfoi-kyselyn ensimmäi-
sessä vaiheessa saama palaute (todennäköisyys ja haluttavuus sekä kooste avoimesta palautteesta).

2.2. Tulevaisuustaulukossa muodostetut tulevaisuuskuvat ja niiden ensimmäisessä kyselyssä saama palaute

2.2.1. Vihdin luontopolku

Dimitri ja hänen rakas vaimonsa Svetlana lähtivät pakoon Pietarin saasteita ja kaaosta puhtaaseen ja tur-
valliseen Suomeen. He valitsivat kohteekseen Vihdin luontopolun, josta olivat kuulleet pelkkää hyvää naa-
puriltaan Sergeiltä. Tämän seurauksena he varasivatkin matkan pääkaupunkiseudun virtuaalimaailmasta.

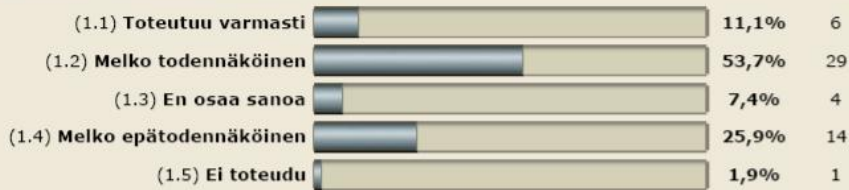
Perillä kohteessa he kokivat kaikkea sitä, mitä suurkaupungeissa ei voi kokea – eli kävellä puhtaassa luon-
nossa, uida, kalastaa, saunoa jne. He arvostivat suuresti puhtautta ja hiljaisuutta, mitä Vihti tarjosi. Matka-
laisista pitivät huolta eräopas Reijo tiimeineen.

Vihti on parin tunnin päässä Pietarista, toisin kuin muut vastaavat kohteet Suomessa. Ekomatkailu on erit-
tään suosittua ja Suomi on eräs niistä harvoista maista, joka vuonna 2020 voi vielä tarjota puhdasta ilmaa
ja luontoa.

Kokonaisvastaaajamäärä: 54

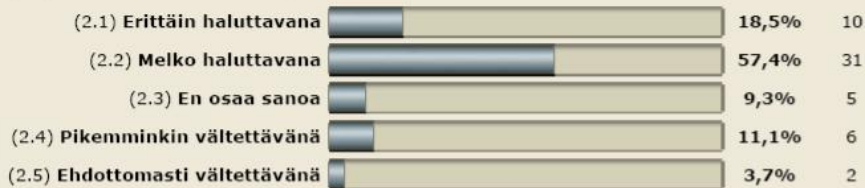
1. Kuinka todennäköisenä pidätte tätä tulevaisuuskuvaa?

Kysymykseen vastanneet: 54 (ka: 2,5)



2. Kuinka haluttavana pidätte tätä tulevaisuuskuvaa?

Kysymykseen vastanneet: 54 (ka: 2,2)



Perustelut vastauksille:

1. Maailma on menossa tähän suuntaan.
2. Matkailuelinkeinon yksi kasvusuunta.
3. Vapaa-ajan lisääntyessä uusimuotoisten palvelujen kysyntä kasvaa.
4. On selvää, että venäläiset ja etenkin Pietarin seutu ovat matkailun keskeinen potentiaali (jos yhteiskuntakehitys etenee rauhallisesti). Luontoarvoilla on vetovoimaa – kunhan ne eivät ole ainoastaan meidän luontokäsityksen mukaan markkinoituja. On myös vaikea arvioida, ovatko puhtaus ja hiljaisuus todella niitä arvoja josta laajemmin ollaan valmiita maksamaan 2020.
5. Puhdas luonto kuitenkin palvelujen läheisyydessä on luksusta maailman metropolien asukkaille.
6. Todellisuus Venäjän puolella ei tule tukemaan puhdasta luontoa, jolloin Suomen puolen kokemusten kehittäminen saa lisää painoarvoa. Vihdin luontopolku voitaneen nähdä osana Nuuksion luontokeskuksen kehittämissuunnitelmaa.
7. Lisääntyvät stressitekijät kasvattavat rauhoittavan ympäristön tarvetta. Kysyntä kasvaa. Kysymysmerkki on, osaammeko me hyödyntää tuota kysyntää. Lievästi epäilen.
8. Pitäisi tehdä se luontopolku oikeasti Vihtiin ja viedä ne ihmiset sinne, kun sitä luontoa oikeasti meillä on. Toisaalta todella vaikea toteuttaa virtuaalisesti riittävän tasokkaana esim. nuotion lämpöä ja rätinää ja siellä istumista, tuoksut varmaan kohtuullisesti onnistuisivat. Samoin sattumanvaraisuus elämyksissä jää virtuaalimaailmassa pois. Eli en usko, että virtuaalielämys koskaan korvaa aitoa. Kustannukset myös megalomaanisesti verrattuna kuljetukseen Vihtiin, jossa on aito infra puolen tunnin päässä lentokentältä. Aikajänne toteutumiseen liian lyhyt.
9. Haluttavaa on se, että Venäläiset käyttäisivät suomalaisia luontomatkailupalveluita. Se mikä epäilyttää on se, että pärjääkö Vihti kilpailussa...
10. Vihti on rakennettu vuoteen 2020 mennessä ja on osa urbaania pääkaupunkiseutua.
11. Vihdin mahdollisuudet on käytettävä asuntotuotantoon. Erämaamatkailulle tuskin on tilaa vuonna 2020 – muulle kyllä.

12. Näkisin pääkaupunkiseudun ennemmin kehittyvän toisenlaisen matkailun varaan, luonto yms. elämysmatkailu suomalaiseen metsään keskittyvänä sopii mieluummin Saimaalle ja Pohjois-Suomeen kuin tänne etelään. Etelä-Suomen vahvuudet ovat ennemmin rannikon vetovoimatekijöissä sekä metropolin houkuttavuudessa.
13. Luontoa löytyy lähempänä, esim. Lappeenrannan suunnasta.
14. Paikka voisi hyvin olla Espoon Nuuksio. Vielä lähempänä.
15. Baltian ja ex-IVY-maat tarjoa samanlaista luontoa ja siellä tulee toimeen myös venäjäksi. Vihdistä sinänsä tuskin tulee mitään TODELLISTA luontokohdetta koskaan
16. Erämatkailu ilman luontevaa palvelua mukavuuksineen ei yksin riitä
17. Ed. mainittu tulevaisuuskuva edellyttää kyllä palvelujen konseptointia ja tuotteistamista – myös ekomatkailun. Samoin tulee pitää huoli, että Suomen luonnossa matkailijat osaavat myös toimia oikein: edellyttäisi esim. verkkopalveluilta matkailijoiden perehdyttämistä siihen, miten toimia ympäristöä säästämällä suomalaisessa luonnossa.
18. Suomi ja pääkaupunkiseutu eivät ole erillisiä saarekkeitä, jotka yksin voisivat pitää huolta esim. ilman puhtaudesta. Ilmastonmuutoksen torjunta on kaikkien Itämeren valtioiden yhteistoimintaa. Sen sijaan Pietarin esim. liikenteen kasvu tai lisääntyvä turvattomuus edistävät (luonto)matkailua Suomeen. Ja toki Suomen omat päätökset esim. luonnon monimuotoisuuden turvaamisesta ja varvaamisesta matkailukäyttöön vaikuttavat suoraan tarjontamahdollisuuksiimme.
19. Vaikea uskoa, että Vihdistä löytyisi tarpeeksi eksotiikkaa.
20. Vaikka uskonkin tuotteeseen periaatteessa, en usko että yksin Vihti voisi olla matkankohde. Jos luontoretki on osa suurempaa kokonaisuutta, niin miksi ei.
21. Puhdas ja raikas ilma ovat (lähi)tulevaisuudessa vetovoimatekijöitä myös muilla markkinoilla kuin Venäjällä (esim. Intia, Kiina).
22. Kilpailee muiden vastaavien kohteiden kanssa Suomessa. Oikealla kohderyhmävalinnalla hyvät onnistumisen mahdollisuudet.

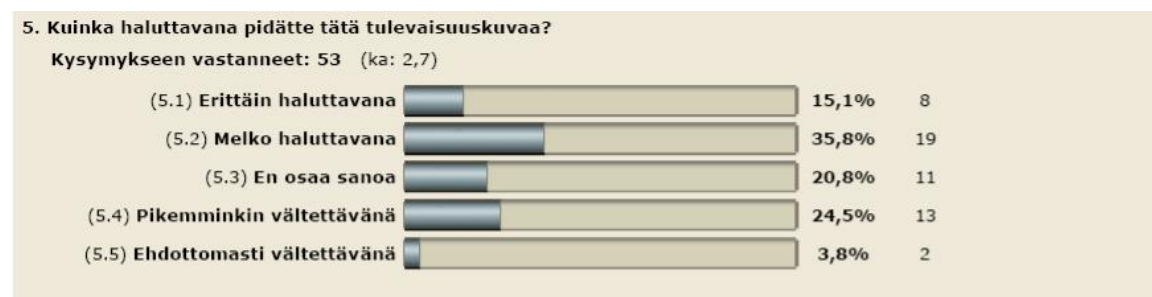
Vastausten kristallisointi:

- Luontomatkailu on realistinen kasvusuunta koko Suomen näkökulmasta – mutta myös pääkaupunkiseudun matkailun näkökulmasta. Pääkaupunkiseudun osalta haasteena on koko Nuuksion alueen/kokonaisuuden kehittäminen.
- Virtuaaliset tuotteet ja palvelut eivät korvaa luontomatkailussa aitoja. Virtuaalisilla palveluilla voidaan täydentää fyysisiä palveluja – ja niitä voidaan käyttää myös tiedottamiseen ja markkinointiin.
- Pietarin seutu on potentiaalinen asiakasryhmä. Myös Kiina ja Intia ovat potentiaalisia luontomatkailun asiakasryhmiä
- Mutta miksi tulla Vihtiin, kun luontoa löytyy myös muualta Suomesta? Tai miksi tulla Suomeen, kun luontokohteita ja jopa venäjänkielistä palveluja löytyy muualtakin – esimerkiksi IVY-maista?
- Haasteena kestävä matkailu – ja Suomen luonnon puhtauden säilyttäminen (vrt. muun muassa Itämeren tila)
- Vaihtoehdoisen tulevaisuuskuvan mukaan Pääkaupunkiseudun todelliset matkailuvaltit ovat jotakin muuta kuin luontoa (miksi markkinoida suurkaupunkia luontona?) ja Vihtiä tarvitaan asuntorakentamiseen ja ylipäätään muuhun kuin matkailukäyttöön.

2.2.2. Ääripäät korostuvat

Chris 20 v. maailmankansalainen varaa itsepalveluhotellista huoneen netistä/virtuaalimaailmasta. Lentää halpalentoyhtiöllä, jonka myös on varannut itse netistä. Tulee Helsinkiin netistä löytämänsä fantasiaapelin kansainväliseen tapahtumaan. Chrisin arvoja ovat yhteisöllisyys, elämyksellisyys ja vapaus. Chris käyttää lentokenttämetroa ja syö virtuaaliruokaa. Chris odottaa tekniikan toimivuutta ja samanhenkisten seuraa.

Rouva Wong tulee lääkärikonferenssiin ja tuo miehensä mukanaan. Hän on antanut miespuoliselle assistentilleen vaatimuslistan hotellista sekä konferenssin jälkeen haluamistaan palveluista. Huoneessa voi valita seinäkuvat, meren tuoksun ja äänen sekä linnunlauluherätyksen. Aamiainen on valmistettu hänen vakiodieettinsä mukaan suomalaisilla marjoilla lisättynä. Henkilökohtainen opas vie heidät heidän mieltymyksiänsä vastaaviin kaappoihin, konsertteihin ja tapaamaan suomalaista lääkäriperhettä. Matkalla he käyvät luotijunalla Pietarissa taide- ja oopperaillallisella. Herra Wong käy katsomassa Suomea ja maailmaa avaruuslennolla.



Perustelut vastauksille:

1. Tuo ääripäiden kehittyminen tuntuu uskottavalta – ja myös se, että tällä hetkellä työmatkoihin painottuva Aasian matkailu kääntyy tulevaisuudessa vapaa-ajan matkailuun (Aasian vaurastuessa).
2. Case Chris on jo tätä päivää, ihmiset varaavat ja matkustavat miten haluavat ja tapaavat freundejä ympäri maailman erilaisissa tapahtumissa. Case rva Wong taas on osittain utopiaa, sillä Venäjälle ei varmaan saada luotijunaa kymmeniin vuosiin ja avaruusmatkailulle ei liene kysyntää Suomessa, niin että se olisi kannattavaa. Henkilökohtaiselle palvelulle on kysyntää ja potentiaalia, jos vain tarjonta on kattavaa ja ihmiset sitä osaavat ostaa. Hotellihuoneiden yksilöllisyyden toiveet tulevat kasva-

maan, se voi olla edellä mainitun kaltaista tai aivan toisenlaista. Lisäksi edullisten hotellien tarve tulee kasvamaan, kuten myös huippuluokkaistenkin.

3. Pistäkää pöytälaatikkoon noin 10 vuodeksi ja ottakaa sitten esille...
4. Tämähän on jo paikoin todellisuutta, jos ei kokonaan Suomessa, niin muualle Euroopassa. Epäilen ainoastaan raideinfran toteutumista Suomen puolella.
5. Ihan kivoja, mutta liian pitkälle meneviä skenaarioita. Älyseinä tms. sanojen jälkeen minä lopetan yleensä lukemisen...
6. Liian ufoa! Ei ole uskottava näky.
7. Liian teknistä ja liian valmista. Aitous puuttuu.
8. Individualismi korostuu entisestään, samoin matkailijan matkailulle asettamat vaatimukset. Matkailussa tulisikin miettiä enemmän erikoistumista, mitä kenellekin tarjotaan ja miksi.
9. Ensimmäinen vaihtoehto/kuvaus on jo olemassa, toista mainontaa sysää eteenpäin. Lienee niin, että molemmat yhteisöllisyys ja yksilöllisyys ovat lisääntymässä. Molemmissa esimerkeissä on jotakin vastenmielistä. Palvelujen suunnittelijat voisivat miettiä omat arvonsa ja etiikkansa ensiksi.
10. Erityisesti pysähdyin sanaan "virtuaaliruoka" eli ravinnon saanti on fysiologinen edellytys, joten en usko virtuaaliruokaa yleistymiseen – muu edellä mainitusta olisi hyvinkin todennäköistä toteutua – luotijuna Pietariin jo v. 2010.
11. Mitä kaikki muut ihmiset tekevät – palvelevat näitä maailmankansalaisia ja lääkäreitä?
12. Matkailijavirrat sirpaloituvat tulevaisuudessa ja kuva on hyvin todennäköinen. Matkailijoiden roolit myös eriytyvät: sama henkilö voi toimia eri rooleissa matkaillessaan metropolialueelle: aluksi liikematkailijana pari päivää, tämän jälkeen 'turistina' tai ympäristöön matkailevana eko- tai teknologiatuotijana...
13. Vielä aika kaukana, mutta varmaan mahdollinen.
14. Pääkaupunkiseudun matkailuyritysten samoin kuin Suomenkin (pääkaupunkiseutu on osa matkailutuotetta "Suomi") on oltava sähköisten ja virtuaalitarjontojen valtavirrassa, mieluummin eturintamassa. Vuonna 2050 ja sen jälkeenkin matkailijat syövät ruokaa – en usko virtuaaliruokaa. Pietari ja Tallinna muodostavat Helsingin kanssa kokonaisuuden, josta matkailijat juuri kuvastusti löytävät haluamiaan kulttuuri- ja muita palveluja. Luotijunalla myös Tallinnaan!
15. Tekniikka kehittyä edelleen hurjaa vauhtia. Ihmisten vaatimustaso nousee elintason mukana. Avaruuslento askarruttaa. Onko sekin virtuaalinen?
16. Täyttä totta jo tänään. Kaikenlaiseen kysyntään on vastattava.
17. Oli hyvin personoitu tuote.
18. Henkilökohtaisesti en kovin perusta virtuaalijutuista enkä pelaamisesta. Niin ikään avaruus kuuluu taivaankappaleille ja tutkitaan sitä kaukoputkilla. Realistinen kokeminen on se mitä itse arvostan. Toki ihminen on kummallinen olento ja se voi saada kiksejä myös virtuaalijutuista.
19. Uskoakseni maailma tulee muuttumaan siihen suuntaan ettei edes varakkailta ole mahdollisuutta saada kaikkea haluamaansa
20. Konferensseja ei enää järjestetä livenä
21. Yksilöllisyys on yhä kasvava suuntaus. Heimoutuminen on trendi. Internet on täällä jäädäkseen. Toiveet ja odotukset diversioituvat.

Vastausten kristallisointi:

- Ääripäiden kehittyminen/eri asiakasryhmien tarpeiden erilaistuminen on uskottava kehityssuunta.
- Toisille virtuaaliruoat, (virtuaaliset ja fyysiset) avaruusmatkat, älyseinät yms. palvelut ja tuotteet ovat täyttä totta jo tänään – toisille vasta mahdollinen tai todennäköinen tulevaisuus. Kolmas vastaajaryhmä pitää tätä kaikkea ”liian ufona” – ja neljäs ryhmä ei haluaisi tätä vaikka se olisikin mahdollista (aitous on tärkeämpää kuin virtuaaliset palvelut, ”avaruutta on parempi tarkastella vain kaukoputkella”...).
- Entäpä jos kehitys kulkeekin siihen suuntaan, että vain rikkailla on ylipäättään mahdollisuus matkustaa – jos kestävä kehitys tekee matkailusta epäsuosittua ja kallista?
- Minkälaisia ovat matkailun eettiset kysymykset?
- Luotijuna Pietariin – ja Tallinnaan?
- Konferensseja ei tulevaisuudessa järjestetä livenä – ja työmatkoja vältetään?

2.2.3. Stopover

Nuorimies Jose Portugalista matkalla Helsingin kautta Aasiaan. Vaihtoaika Helsingissä noin 7 tuntia. Tutustuu kotona etukäteen Metro-Helsingin -portaaliin, josta löytää VirtualHelsinki → Stopover in a Day → klik. Kiinnostuu erityisesti kulttuuri-osiosta ja sieltä arkeologiset kohteet (siellä listaus paikoista). Lisäksi urheilun alta talviurheiluhallit (löytää virtuaalihallin ja testaa). Ostaa liput etukäteen ja printtaa ohjelman.

Lento saapuu Helsinkiin 6.6.2020. Jose hyppää ”Superjunaan”, joka vie viidessä minuutissa Helsinkiin. Ensimmäinen ohjelmanumero on kierros (rannetietokoneen/etukäteen portaalista otetun ohjelman mukaisesti) Emma, Nisbacka. Ottaa sen jälkeen rannetietokoneesta lähimmän Suomi-kahvilan (”Lokki”). Lisäohjelmana snoukkaa ja hiihtoa ja revontulia sisähallissa. Ostokset: Suomi Design ym. Sen jälkeen takaisin kentälle Superjunalla.



8. Kuinka haluttavana pidätte tätä tulevaisuuskuvaa?

Kysymykseen vastanneet: 53 (ka: 2,3)



Perustelut vastauksille:

1. Stopoverit voivat kasvaa. Periaatteessa matkailija hakee nopeata reittiä. Olen itse aktiivinen luontoharrastaja. Jos minulla olisi mahdollisuus bongata/valokuvata jokin alueelle tyypillinen laji, niin sen vuoksi voisin pysähtyä...
2. Valmiit ohjelmat menettävät merkitystään individualismin lisääntyessä.
3. Lentoyhtiöitä ja eri lentoja on saatavilla nykyään niin paljon, että pidän epätodennäköisenä 7 tunnin vaihtoa
4. Kasvava kohderyhmä, on jatkumoa nykyiselle matkailun kehitykselle. On hyvä juttu, paljon positiivisia asioita.
5. 2020 on aivan liian optimistinen tavoite saada superjunayhteys, kun normaalin junaradankin rakentamiseen ja jähkailuun on hukattu vuosia. Lisäksi paikalliset asukkaat haluavat myös nousta junan kyytiin, eikä se sitten ole enää superjuna. Jotta stopover-matkailusta kehittyisi jotain, pitäisi poikittaisliikenne metropolialueella saada huomattavasti joustavammaksi ja nopeammaksi. Espoosta (Emmasta) Aviapolikseen kestää matka 40 minuuttia nykyään, eikä suoraa yhteyttä edes ole! Kohteiden lukumäärä pitäisi olla rajoitettu, mutta niiden elämyksellisyys ja monimuotoisuus on tärkeää, jottei siirtymiin hukkaannu aikaa.
6. Jotkut asiat ihan uskottavia, revontulia sisähallissa, pitääkö meidän alentua sellaiseen?
7. Tämä on jo lähellä.
8. Tämäkin taitaa olla todellisuutta jo osittain. Aino epäilyksen paikka on taas nopea raideyhteys lentoasemalta Helsingin keskustaan.
9. monet näistä asioista ovat jo toteutumassa
10. Suomi ei ole ihan noin "edistysellinen haitekki maa"
11. Stopover on hyvä, rannetietokoneet (onneksi korjattu portaali) ei. Stopover-palvelut ovat ehdottomasti Helsingin kehittämisen teräviä suuntaajia!
12. Taas on sekoitettu mahdollisuuksia. Helsinki–Espoo–Vantaa -yhdistelmä ei realistinen ellei teleportaatio toteutunut. Jokin/jotkin kombot näistä mahdollisia ja suotavia.
13. Tekniikan järkevää hyödyntämistä (ilman noita sisäreivontulia)
14. Ihan mahdollista, hiihtoputkia on jo joka nurkalla.
15. Uskon, että osa matkailijoista haluaa virtuaalisia pikakokemuksia, toisaalta uskon, että perinteinen matkailu säilyttää myös osansa. Itse en ole kovin innostunut virtuaalisesta matkailusta, mutta näyttää välttämättömältä.
16. Tätä harrastetaan jo muualla. Henkilökohtaisesti tällainen tehokas ohjelmointi kauhistuttaa. En rakentaisi palvelua tällaisen tarpeen varaan.

17. Toteutuu varmasti – toisaalta stopover ruokkii yleisemmin käyttämään palveluja, jotka kuuluvat ns. primaarisiin matkailupalveluihin eli tutustumiseen kohteessa, jossa myös autenttisuus korostuu – päivän reissulla ei ehdi hyödyntää niitä palveluja, joita Helsingissä toivottaisiin hyödyntävän => ohjelmapalvelujen tuottajien määrä voi jopa vähentyä.
18. Perustiedot kaikkien saatavilla netissä, liikkuminen joukkoliikennevälineellä(?).
19. nämä kysymykset pitäisi hahmotella paremmin!! kaikissa tähän mennessä kysymyksissä melkoinen osa jo toimivaa, loput fiktiota. ne pitäisi olla erillään.
20. Monipuoliset teknologioita ja palveluita yhdistävät palvelukonseptit ovat haluttavia matkailupalveluiden kehittämisessä...
21. Inhimilliset rajat eivät anna mahdollisuutta tehdä näin paljon. Muuten ajatukset mielenkiintoisia ja melko todennäköisiäkin.
22. Juuri näin, palvelujen kehittämisessä yhdistetään teknologiset ratkaisut ja palvelujen tarjonta. Tätä tarjontaa (miksei myös luotijuna – tai kunhan olisi edes pikajuna) tulisi pääkaupunkiseudulla olla stopover-matkustajille jo nyt! Miksi odottaa vuoteen 2020?
23. Kuten sanottu jo edellisessä kohdassa. tekniikka kehittyä hurjaa vauhtia. Mihin se johtaa ja millä aikavälillä?
24. Aasian yhteydet kehittyvät niin nopeasti, ettei 7 tunnin vaihtoaikoihin kannata paljoakaan satsata. Muihin lyhyen ajan matkailusessioihin kyllä (esim. liikematkustajat, risteilymatkustajat).
25. Vaatii nimenomaan gateway-aseman hyödyntämistä: potentiaalia on, joten pitäisi onnistua, mutta miksi ei ole tehty juurikaan mitään tähän mennessä? Se on haluttava: mikä sen fiksumpaa kuin hyödyntää se lyhyt aika, jonka matkailija on tällä? Ja toisaalta, tuoda matkailijalle mielenkiintoisempi vaihtoehto koneen odotukseen, jolloin hän ehkä innostuu tulemaan Suomeen uudelleen, pidemmäksi aikaa.
26. Jos 7 tunnin odotusaika Helsingissä niin gateway-konsepti ei toimi. Mitenkä matkatavaran kanssa toimittaisiin? Portugalista lähteneenä tod.näk. vain ohuet kesävetimet ja jos Suomen talvi edessä ja koneeseen saa ottaa vain 5 kg käsimatkatavaraa, mihin kaikki romppeet laitetaan? Ja tuskin Jose haluaa matka-arkkuaan mukanaan raahata..
27. Helsinki tulee olemaan ja on jo nyt merkittävä reitti Amerikasta Aasiaan. Jos läpimatkaajille tulee Helsingissä odotusaikoja, niin palveluja siihen väliin pitääkin kehittää ja markkinoida.
28. Hyvinkin mahdollinen kehityssuunta. Kuitenkin ole epäileväinen tuon virtuaali revontulien ja snoukkaamisen suhteen. Uskon, että tulevaisuudessakin matkailija haluaa aitoja kokemuksia, eikä kuvitteellisia elämyksiä. Virtuaalisuus voi olla myös "este" matkalle lähtemiselle – ei tarvitse matkustaa, kunhan vain omistaa riittävästi audiovisuaalista tms. tekniikkaa. Kenenkä etu se voisi olla, paitsi ehkä tekniikan valmistajan ja myyjän.
29. Suomi- ja Helsinki-kuva ovat maailmalla kovasti vielä hakusessa. Jotta em. toteutuisi, pitäisi Suomen/Helsingin matkailumahdollisuudet ensin vielä matkustavaisten tietoisuuteen. Tämä on haasteellista...
30. Vastaa omia näkemyksiäni.
31. Superaktiiviset kuluttavat matkailijat ovat toivottavia, mutta tuskin aktiviteetit näin voisivat kertautua. Toisaalta myös ruuhkat ja myöhästelyt lennoissa ja kentillä tuovat epävarmuutta aikatauluihin ja niitä ei uskalla täyttää muilla aktiviteeteilla.

32. Globaalit lentoyhtiöt ja allianssit ovat muuttuneet radikaalisti ja Suomi ei enää ole mikään stopover kohde koska koneet lentävät suoraan kustakin kaupungista perille.
33. Muistuttaa jossain määrin omaa toimintaani jo tänään – olen hyödyntänyt muun muassa Kööpenhaminan tarjontaa 6 h stopoverilla. Miksi kaikki haluaisivat viettää aikansa lentokentällä jos tarjolla on vaihtoehtoja?
34. Mielestäni perustuu jo pitkälti olemassa olevaan tai ainakin hyvin todennäköiseen tulevaisuuden kehitykseen. Ajatuksessa viehättää se, että ko. hra käyttää kohdealueen palveluja ja sitä kautta jättää sinne myös rahaa.

Vastausten kristallisointi:

- Toiset keuhvat tulevaisuuskuva mielenkiintoiseksi ja todennäköiseksi – toiset näkevät hankalana sen, että tulevaisuuskuviissa todellisuus ja fiktio sekoitetaan. Vastaavasti toiset katsovat tulevaisuuskuvan olevan suurelta osin jo tätä päivää – toisten mielestä jopa 2020 on liian nopea aikataulu tulevaisuuskuvan toteutumiseksi.
- Raideyhteyksien nopeaan kehittymiseen ei uskota: luotijuniin ei uskota, koska tavallisiakaan ei saada aikaiseksi. Myöskään Helsinki–Espoo–Vantaa -akseli ei toimi, koska poikittaisliikenne ei nykyisellään toimi.
- Matkailijat haluavat nopeita yhteyksiä – stopoverit voivat silti yleistyä ja ovat siksi pääkaupunkiseudulle mahdollisuus. Odotusajat eivät kuitenkaan ole 7 tunnin luokkaa vaan lyhyempiä...
- Teknologia näyttyy matkailun tulevaisuuskuviissa 1) suurena mahdollisuutena (jossa pitää olla kärjessä), 2) välttämättömänä pahana, johon pitää jossakin määrin sopeutua ja jopa 3) vältettävänä, kielteisenä ilmiönä.
- Tehokas ajankäytön suunnittelu/ohjelmointi kauhastuttaa elämäntapana...
- Tekniikan (esimerkiksi energiatehokkuuden) kehittymisen vuoksi stopoverit voivat loppua, kun koneet lentävät suoraan kohteisiin lähtökaupungeistaan.
- Lisäarvopalvelut voivat tulevaisuudessa olla lentokenttien (stopoverien) kilpailukykytekijä – ja hyvän kuvan lentokentästä (ja kaupungista/maasta) saanut matkustaja voi palata myös myöhemmin pidemmälle lomalle.

2.2.4. Urbaani luontoloma

Matkailija on työssä oleva vapaa-ajan matkailija suurkaupungista. Puolen vuoden tiukka työprojekti takana: teknologia/virtuaalimaailmassa. Tulee ”ihmisten ilmoille” tuttuun ja turvalliseen Helsinkiin. Arvostaa mahdollisuutta luontoelämyksiin ja kulttuurin nauttimiseen lyhyessä rajatussa ajassa.

Pakettiin kuuluvat Juhlaviikot (kulttuuri), Kalastusta (1/2 päivää) ja käynti Nuuksiossa (1/2 päivää). Lisäksi vuokrattuna fillari. Aikataulu ja kohteet on suunniteltu etukäteen: varattu – ja myös koettu/kokeiltu virtuaalisesti ennen matkaa.

Matkaan kuuluu myös seikkailuisuus, jossa netissä oleva roolipeli koetaan/ pelataan livenä Helsingissä. Helsinki tarjoaa AITOUTTA: suomalaista oikeaa metsää ja oikeaa ruokaa.



Perustelut vastauksille:

1. Suomi-kuva myönteinen.
2. Virtuaalinen, fyysinen ja jopa satu (esimerkiksi roolipelit) sekoittuvat tulevaisuudessa. Ja tuntuu uskottavalta, että kaiken sekavan keskellä alkuperäisen ja aidon merkitys korostuu – siitä voi tosin tulla niche, mutta kallis sellainen...
3. Tavallisiakin ihmisiä löytyy ja suomalaisuus + muut perinteiset arvot kiinnostavat joitakin.
4. Hintataso tulee vastaan.
5. Kasvava kohderyhmä, on jatkumoa nykyiselle matkailun kehitykselle. Hyvä, että meiltä löytyy matkailupalveluja.
6. Luontolomat toteutuvat jossain määrin jo nyt ja fillareita löytää Stadista kyllä. Roolipeli Livenä Helsingissä, not so good idea, kuulostaa todella oudolta... tai pienen piirin jutulta. Eri asia oli Pietarissa/Moskovassa miljonääreille järkätyt oikeat seikkailujutut, joissa heidät jätettiin "heitteille" kaupunkiin selviämään itsenäisesti, mutta tähän Hki ei ole tarpeeksi villi. Helsingin viehätys on myös siinä että se on elävä kaupunki, ei mikään turistikohte, joten ei sitä pidä pilata tuomalla seikkailuryhmiä sinne. Ja Helsingin keskustasta löydät H&M, Mäkkärin ja muut ei niin suomalaiset jutut, joten aika heikkoa se AITO suomalaisuus.
7. Lähempänä totuutta kuin edelliset esimerkit.
8. Tämän tapainen toiminta on mahdollista jo muualla Suomessa, niinkin lähellä kuin Itä-Uudellamaalla esim. Eli ei tulevaisuutta vaan nykypäivää, myös pääkaupunkiseudulla.
9. Onko tässä mitään uutta, mitä ei jo nyt olisi olemassa?
10. Helsinki on helmi sekä kokonsa että tarjontansa puolesta verrattuna muihin pääkaupunkeihin.
11. Aidot ja oikeat asiat ovat meidän valtteja.

12. Aitousessa ei pidä liioitella. Aitous on myös helppoutta, selkeyttä ja sopivuutta. Matkailija voi käydä vain yhdessä konsertissa ja lopun aikaa tuijottaa suu auki kahvilassa ohikulkijoita...
13. Yhdistelmä on outo, vaikea kuvitella.
14. Naivein, mutta kenties todennäköisin vaihtoehto tähänastisista. Haluaako tiukan työputken päässä ihminen rentoutua 100 % ohjelmoidusti – saati ehtiikö/ haluaako testata ensin ja sitten vielä käyttää saman ajan livenä samaan asiaan. Aitoa Helsinkiä – oikea ruoka oikea metsä???
15. Liikaa virtuaalisuutta.
16. Aitous myy. En usko, että suomalaisetkaan matkustavat Brasiliaan mennäkseen katsomaan kuvia metsästä, vaan menevät metsään.
17. Aitoon ja perinteeseen perustuva matkailu tuntuu kauaskantoiselta.
18. Esimerkeissä olevat henkilöt ovat skitsofreenisia. Jos tulee nauttimaan luonnosta, niin se vaatii aikaa ja hiljaisuutta. Hitaus on tärkeä momentti. Rakentaisin palveluja luonnon ehdoilla enkä vääntäisi luontoa hedonististen egoistien ehdoilla.
19. Helsingin turvallisuudesta ei lähitulevaisuudessa ole jäljellä sitäkään vähää kuin nyt.
20. Uskon, että autenttisuus korostuu – tämän kyselyn tuottajat tuntevat olevan kovin innostuneita erilaisiin roolipeleihin, larppaus tai vastaava ei ole "main stream", koska vaikka tavoittelee autenttisuutta, se ei siihen koskaan pääse; käsikirjoitus ohjaa liikaa – tuotehan on tyypillinen city breaks, joka on jo tällä hetkelläkin mahdollisuus hankkia.
21. Uskoisin tämän vaihtoehdon oleva lähempänä tulevaisuudessa kuin aikaisemmat vaihtoehdot. Toiminnot ns. normaaleja.
22. Luonto hyvä.
23. Mitä on suomalainen oikea metsä Hesän lähellä?? Liikenteen kasvava meteli (autot + lentokoneen ym.)häiritsevät. Muutoin tässäkin osa jo toimivaa faktaa.
24. Helsinkiä pitäisi konseptoida juuri Helsinginä – urbaania luontoa löytyy varmasti lähempääkin kuin em. ns. perinteisistä kohteista: meri, merenrannat, puistot, bulevardit, raikas ja puhdas ilma (!) jne. voi toteutua hyvin kaupunkimaisemassakin...
25. Kun inhimilliset aikarajat muistetaan, niin ihan mielenkiintoinen ja mahdollinen.
26. Näissä esimerkeissä korostuvat roolipelit – ehkä aivan oikeinkin. Luonto, puhdas! Itämeri, kulttuuritarjonta ja niihin yhdistettynä turvallisuus (asiakas- ym.) ovat nyt ja tulevaisuudessa matkailutarjonnan kulmakiviä ja tuotekehityksen kohteita.
27. Tämä ehdotus kuulostaa jo realistisemmalta. Käytetään teknologian tuomaa mahdollisuutta. Rinnalla säilytetään luonto ja mahdollisuus kokea luonto ja reaali maailma. Virtuaali maailma tuo mahdollisuuksia joita voi käyttää hyväksi. Virtuaali maailma ei kuitenkaan saa viedä ihmisen kosketusta reaali maailmaan.
28. Lyhyt loma, paljon nähtävää ja lyhyet välimatkat. Toteutuu.
29. Oikeat kokemukset vielä nousevat arvoon arvaamattomaan. Hikoilu liikunnan parissa, silmin havaittava kauneus, korvin kuultavat äänet luonnosta ovat niitä asioita joita kroppa ja mieli kaipaa.
30. Tyypillinen kiireisen ihmisen elämys, nopeasti kaikkea mutta laadukkaasti. Varmasti voidaan myydä, kunhan logistiikka vain pelaa. Tietoa saatavilla, helppo ostaa ja selkeät mitä missä ja milloin.
31. Aitous on jo nyt muotia, paketin sisältö voi vaihdella. Kalastuskin riippuu paljon siitä, mitä Itämerelle tapahtuu lähivuosikymmeninä...

32. Mahdollista toteuttaa palveluna.
33. Tukee nykyisiä kehittämissuuntia palvelutuotekehityksessä.
34. Viimeisimmät tutkimukset viittaavat siihen että meistä on tullut "sekäkäyttäjiä". OECD-maiden kansalaiset liikkuvat sujuvasti eri elämys ja kokemusmuotojen välillä – ei ole enää kovin paljon puhtaita ooppera- tai luontomatkailijoita. Halutaan erilaisia mielenkiintoisia asioita koettavaksi, vaikka saman illan tai päivän aikana.
35. Kuulostaa hyvältä, mutta tässä jää miettimään, minkälaisia arvoja on teknologia/ virtuaalimaailmassa työtänsä tekevällä henkilöllä. Kiinnostaako häntä "suomalainen oikea metsä ja oikea ruoka", hänellä ei todennäköisesti ole mitään käsitystä, siitä mitä ne ovat.

Vastausten kristallisointi:

- Vastauksista nousee esille vahva usko siihen, että aitous myy: suomalainenkin menee Brasiliaan katsoomaan metsiä eikä metsän kuvia. Aitous on myös helppoutta, selkeyttä ja sopivuutta. Mutta onko aitous tulevaisuuden matkailutuotteissa kallis niche maksukykyisimmille asiakkaille – vai tavallisille ihmisille/kaikille matkailijoille suunnattu perustuote?
- Helsinki on elävä kaupunki eikä pelkkä turistikohte mikä mahdollistaa aitouden. Helsinkiä pitäisi-kin siksi konseptoida juuri Helsinkiä – mutta mitä on aito helsinkiläisyys?
- Myös tämän tulevaisuuskuvaan/-kysymyksen vastauksissa näkyy matkailualan toimijoiden perustavanlainen erimielisyys matkailun arvoista, tavoitteista – ja jopa nykytilasta...
- Onko tulevaisuuskuissa ja vastaajien mielipiteissä riskinä sukupolven ryhmytyshyönte: suuret ikäluokat ja nykyiset aikuiset eivät etsi ja arvosta virtuaalisuutta – päinvastoin kuin lapset ja nuoret. Vastaavasti suuret ikäluokat etsivät luonnosta hiljaisuutta – ja nuoret jotakin muuta: esimerkiksi pelimaailmaa ja yhteisöllisiä aktiviteetteja. Elämäntavat ja elämäntilanteet erilaistavat käyttäjäryhmiä.
- Tyypillinen kiireisen ihmisen elämys: nopeasti mutta laadukkaasti kaikkea: edellyttää, että tietoa on helposti saatavilla ja että tuote on helppo ostaa. Nykyihminen on "sekäkäyttäjiä". OECD-maiden kansalaiset liikkuvat sujuvasti eri elämys ja kokemusmuotojen välillä – ei ole enää kovin paljon puhtaita ooppera- tai luontomatkailijoita, vaan halutaan erilaisia mielenkiintoisia asioita koettavaksi, vaikka saman illan tai päivän aikana.

2.2.5. Pietari pääkaupunkiseudun osana

Suomalainen Julia lähtee luotijunalla Pietariin. Hän on matkalla Social Events -työpaikkatilaisuuteen, työpaikkaansa Pietarissa. Junamatkan aikana on menossa tiimikilpailu, jossa ratkaistaan iltaohjelma ja tiimin tulevan ohjelman taso. Tiimikisassa tuotetaan uuden projektin suunnitelma ja ideointivaihetta. Rajamuodollisuudet hoituvat automaattisesti ihon alla olevalla XSI-sirulla.

Julian tiimi voitti tiimi-kisan. Heidät palkittiin tässä kv-kilpailussa incentive-palkinnolla: illallinen oli tasoltaan paras. Tiimi palkittiin myös henkilökohtaisella palkkiomatalla. Matkakohteen saa valita (Helsinki-)Vantaalta. Hävinnyt joukkue tutustui paikallisen oppaan kanssa Putin-mausoleumiin.

15. Tässä vaihtoehdossa ei ole muuta erikoista kuin tunnistussiru. En usko valtioiden rajojen olevan mitenkään tärkeitä tulevaisuudessa. Venäjä on suomalaisille suuri mahdollisuus.
16. Metropoleja yhdistävät palvelut on erittäin tärkeitä kehittää – Pietari–Helsinki -palvelukonsepteja tarvitaan...
17. Mitä tähän lisäsi? Ainoa ei-uskottava on Putinmausoleum.
18. Ihmisten siruttaminen ei kuulosta mielekkäältä. Täytyykö ihmisen alistua sirutukseen tulevaisuudessa?
19. Luoteis-Venäjän kulutuskysynnän kasvu on niin mittavaa, että olisi suurta typeryyttä jättää sitä hyödyntämättä.
20. Kuten edellä, paitsi haluttavuus tippui XSI-sirun vuoksi. Iso veli valvoo -systemi ei ole kannatettava tulevaisuudenkuva.
21. Elämykset puuttuvat.
22. Vähän oli sekava tuote, mitä sitä oikein oltiin tekemässä ja kenen kanssa. Halutaanko lähteä matkalle, josta ei oikein ole tietoa sen enempää. Jos aika on rajallista, haluan itse mitä ja missä.
23. Menee ehkä hetki ennen kuin Venäjän rajamuodollisuudet muuttuvat ratkaisevasti. Kuka haluaa enää tulevaisuudessa tehdä matkaostoksia? Ollaan kestävän kehityksen kannalla – kulutetaan enimmäkseen elämyksiin – eikö?
24. Realistinen tulevaisuuskuva pääosin.
25. Virtuaalisesti tämäkin hoidetaan
26. Mahdollinen, jos yhteiskuntakehitys noudattaa nykyistä latua Suomessa ja Länsi-Venäjällä. Joka tapauksessa Helsingin seudun ja Pietarin yhteys tiivistyy hyvin todennäköisesti.
27. Tässä jää nyt epäselväksi, mihin ko. ryhmä matkansa suuntaa. Vaikuttaisi siltä, että jos lähtö on Hki-Vantaalta, ei se tod.näköisesti Suomeen suuntaudu. Suunnitelmat luotijunayhteydestä Pietariin ovat kyllä Suomen matkailun kannalta ensiarvoisen tärkeitä ja rajamuodollisuuksien nopeuttaminen ja sujuvoittaminen erittäin tärkeitä.
28. Monin osin toteutuva. Erityisesti Helsinki–Pietari -yhteistyöllä suuret mahdollisuudet.

Vastausten kristallisointi:

- Työperäisen matkailun seuraava aste: elämyksellisyys (elämyksellinen työmatkailu).
- Toinen puoli vastaajista katsoo tulevaisuuskuvan olevan suuressa määrin totta jo nyt. Toisten mielestä tulevaisuuskuva (ja koko kysely) on puutaheinää ja hörhöilyä. Sama kahtiajakoisuus asenteessa ja arvoissa nähtävissä kaikissa kysymyksissä/tulevaisuuskuvuissa. Jotkut tyrmistyvät pelkästään siitä, että tällaisesta ylipäätään puhutaan – toisten mielestä tulevaisuuskuva on arkipäivää.
- Pitäisikö suomalainen matkailuklusteri jakaa omalakisiiin pienklustereihin: 1) urbaanit kohteet/kaupunkimatkailu, 2) luontomatkailu ja ”aidot kulttuurikohteet”, 3) elämykselliset työmatkat/stopoverit, 4) on demand koulutus- ja hyvinvointimatkailu ja 5) virtuaalimatkailu/matkailuun liittyvät virtuaalipalvelut?
- Metropoleja yhdistävien palveluiden kehittäminen on erittäin tärkeitä: Pietari–Helsinki, Tallinna–Helsinki ja Tukholma–Helsinki -palvelukonseptit.

2.2.6. On Demand

105-vuotias vireä vanhus, nimeltään Putin, on saapunut Suomeen terveydellisistä syistä. Sopiva siirränäinen on tarjouksessa. Hänellä on kaksi tuntia ylimääräistä aikaa. Kännykkäänsä hän saa profiilinsa mukaiset, tilanteeseen sopivat tuote- ja palvelutarjoukset.

Putin valitsee mielihyvää tuottavan rentoutuspalvelun. Leikkauksen aikana hän tekee virtuaaliostoksia. Elintoimintotietokone kertoo, että leikkaus onnistuu hyvin ja että hän toipuu. Siksi hän valitsee leikkauksen aikana samppanjaa ja kaviaaria, jotka lähetetään Keuruulaiseen, suureen ja kansainväliseen hyvinvointikeskukseen. Se valittiin leikkauksen aikana kuntoprofiilin perusteella.



Perustelut vastauksille:

1. Ihminen ei ole robotti – toivottavasti niin ei ole tulevaisuudessakaan.
2. Olisi hienoa, jos Suomi pystyisi tuotteistamaan koulut sekä sosiaali- ja terveyspalvelut. Se olisi kestävää matkailua...
3. Kasvava, varakas kohderyhmä. Wellbeing sopii hyvin Suomen profiiliin. Kilpailu tällä tuotteella kuitenkin kova (vrt. Saksan ja Itävallan sairaalahotellit).
4. Kts edellinen osio. Ei kannata käyttää aikaa tällaiseen. Hyvinvointipalveluihin kannattanee satsata myös PKS seudulla ja tarjota niitä venäläisille rikkaille, tosin niistä rahoista kilpailevat maailmalla monet muutkin kohteet.
5. Onko tämä matkailua vaiko lääketieteellistä mielikuvitusta?
6. Tästä tuli huonot vibraatiot.
7. En usko, että tämä toteutuu vielä 2020. Tutkimukseen uskottavuus on koetukselle asenteellisuuden takia. Keuruulainen sanan keskellä on adjektiivi eikä sitä kirjoiteta isolla alkukirjaimella.
8. En usko että tulevaisuudessakaan nautitaan leikkauksen yhteydessä samppanjaa ja kaviaaria

9. Tämän me osaamme jo, realismia jo nyt.
10. Edelleen hyvä skenaario, hyvinvointia voi ostaa myös lääkäriasemalta.
11. Jos lähtökohtana pidetään terveystmatkailua, ok. Toteutuu varmasti. Inhimilliset rajat kuitenkin säilyvät teknologiasta riippumatta eli tuskin 105-vuotias n. 10 vuoden päästä selviää rentoutumaan operaatiosta toiselle puolelle Suomea – ja miksi menisi, kun Uudellamaallakin on osaavia ja hyviä kohteita riittävästi. Aivot ne on rikkaillakin.
12. Leikkauksen aikana Putinilta on varmasti taju kankaalla. Koko homma haiskahtaa HYVIN isolta rahalta.
13. Ylioptimistinen Keuruun suhteen.
14. Hienoa, jos ihmiset elävät noin pitkään. I doubt.
15. On todennäköistä, että venäläisiä voi tulla siirrännäisleikkaukseen. Voihan olla, että ko henkilö haluaa vain rauhassa keskittyä leikkauksen odotteluun. En tiedä ottavatko kännyköiden kehittelijät tuolloinkaan huomioon ikäihmiset käytettävyyssuunnittelussa!
16. Miksi Putin tulisi Suomeen terveydellisistä syistä?
17. Hmm, pääpiirteissään jo toteutuu (vrt. venäläiset synnyttäjät), tuskin tuo ateriointi ihmisen fysiologiin toimintoihin ehtisi niin paljon "darwinilaisittain" kehittyä että moisia aterioita voitaisiin vielä nauttia leikkauksen aikana tai yhteydessä
18. Tämä vaihtoehto tuntuu aivan abstraktilta. En osaa antaa muita perusteluja.
19. Nämä on kaikki liian teknologiavoittoisia.
20. Onkos tämä nyt jokin mielikuvitusleikki koko kysely????????
21. Hyvinvointipalvelujen kaupallistaminen olisi yksi Suomen kilpailukykyä edistävä asia ja tähän on potentiaalista kytkeä matkailu-, elämys- ja näihin liittyviä teknologiapalveluita.
22. Pääkaupunkiseutu ei pysty edelleenkaan kilpailemaan esim. Aasian kanssa tarjonnasta terveystmatkailussa.
23. Voimistaa ihmisten epätasa-arvoa. Miten heikompiteuloiset saisivat lääkäripalveluja? Miten huonosaisten kävisi? Jos elimetkin annetaan eniten tarjoavalle? Kamalaa!
24. Siirrännäispalvelut kasvavat todennäköisesti nopeammin Venäjällä kuin muualla: suuret tuloerot ylläpitävät tarjontaa. Suomen terveydenhuollon pitäisi uudistua aivan kokonaan ennen kuin siitä voisi tulla hyvä business ulkomaalaisille asiakkaille.
25. Miksi ei huippukirurgiaa? Juuri sitä korkeaa osaamista, jonka tuottamiseen meidän tulee panostaa, kun tuotantoteollisuus vähenee.
26. Putin makaa jo mausoleumissa. Ja sitä paitsi, uskon, että Suomessa on potilaita ihan tarpeeksi omasta takaa.
27. Suomen luonto ja terveydenhuolto on yksi maailman parhaista. Kyllä suomalaisten pitää sitä markkinoidakin. Itse asiassa Hyvinkää oli 1900-luvun alussa merkittävä paikka venäläisille tulla nauttimaan raikkaasta parantavasta ilmasta. Hyvinkäällä on vieläkin vanhan Parantolan rakennuksia pystyssä. Ja Sveitsin puisto on upea paikka.
28. Jos kyse on elinsiirrosta, niin kuin tässä ymmärtääkseni on, ei esteenä ole palvelujen tuottaminen, vaan ihmisen kehon asettamat esteet. Ennen elinsiirtoa tai leikkauksen jälkeen ei potilas ole kykenevä pitkään aikaan lähtemään yhtään mihinkään, edes Keuruulle.
29. Suomalainen terveydenhuolto olisi loistava vientituote, jos palveluhenkilökunnan asenteet saadaan vastaamaan asiakkaiden toiveita ja tarpeita.

30. Hyvinvointimatkailua lisää
31. Liian kasautunutta.
32. Vision toteutuminen riippuu niin paljon teknologian kehittymisestä.
33. Utopinen hanke. Mielenkiintoisa tulevaisuudenkuva – toivottavasti ei toteudu kaikilta osin. Terveysmatkailu varmasti kasvava ala väestön ikääntyessä.

Vastausten kristallisointi:

- ”Wellbeing sopii hyvin Suomen profiiliin. Kilpailu tällä tuotteella kuitenkin kova (vrt. Saksan ja Itävallan sairaalahotellit)” vastaan ”Ei kannata käyttää aikaa tällaiseen”. Hyvinvointipalvelujen kaupallistaminen olisi yksi Suomen kilpailukykyä edistävä asia ja tähän on potentiaalista kytkeä matkailu-, elämys- ja näihin liittyviä teknologiapalveluita. Miksi ei huippukirurgiaa? Juuri sitä korkeaa osaamista, jonka tuottamiseen meidän tulee panostaa, kun tuotantoteollisuus vähenee.
- Matkailualan vastaajien kahtiajako näkyi myös tässä kysymyksessä: Toisten mielestä koko tutkimuksen uskottavuus on koetuksella ja kyseessä on pikemminkin abstrakti ajatusleikki kuin tutkimus. Toisten mielestä tulevaisuuskuva vastaa nykyistä osaamistamme ja on realismia jo nyt. Vastaukset osoittavat sen, että pikemminkin matkailualan uskottavuus ja toimintakyky on koetuksella toimijoiden suurten ristiriitojen vuoksi. Toimijaryhmien äärikannat ovat niin kaukana toisistaan, että Suomessa ei käytännössä ole yhteistyöhön kykenevää ja toiminnallisen kokonaisuuden muodostavaa matkailuklusteria.
- Voimistaa ihmisten epätasa-arvoa. Miten heikompituloiset saisivat lääkäripalveluja? Miten huonosaisten kävisi? Jos elimetkin annetaan eniten tarjoavalle? Kamalaa!

3. AVIAPOLIS 2020 - TULEVAISUUSVERSTAS JA DELFOI-KYSELYN ENSIMMÄINEN VAIHE

Helmikuussa 2008 järjestettiin Laurea AMK:n tiloissa toinen tulevaisuusverstas, jossa tarkasteltiin erityisesti Aviapolis-alueen matkailun tulevaisuutta. Työvaiheet ja menetelmät olivat samanlaiset kuin edellä esitetyssä Pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusverstaassa: ensin tehtiin tulevaisuuspyörä Aviapolis-alueen matkailusta vuoden 2050 aikajänteellä jonka jälkeen tulevaisuustaulukon avulla muodostettiin tulevaisuuskuvia vuoden 2020 aikajänteellä.

3.1. Tulevaisuuspyörässä esille nousseet tulevaisuusteemat

Tulevaisuusverstaan ensimmäisessä työvaiheessa tehtiin tulevaisuuspyöriä (Aviapolis 2050) ja työvaiheen lopuksi suoritettiin äänestys, jossa esille nousivat seuraavanlaiset tulevaisuushaasteet:

- Liikenne (2)
- Tunneli Tallinnaan ja Pietariin
- Putkia kokemuksiin (1)
- Esimerkiksi luontoelämykset maksavat eniten (1)
- Matkailutermin määrittely uudelleen (1)
- Transit yleisliikenne ilmassa (hydro) (3)
- Tieto liikkuu (1)
- Tullivapaa alue (2)
- Aviapolis = Piilaakso (3)
- Älykkäisyys (ravintolat, hotellit) (1)
- Virtuaali ”Schengen” (3)
- Virtuaali Suomi versus aitous (4)
- Aviapolis on malli, joka voidaan kopioida alueille, joissa on kapasiteettia 50 miljoonalle asukkaalle (2)
- (matkailubrändäyskeskus) (3)
- Best Practice – malliesimerkkejä, menestys (1)
- Ilmastonmuutos (3)
- Vihreä keidas = Aviapolis (5)
- Ilmasto = eko (2)
- Uudet energialähteet (tuuli, maalämpö) (1)
- Palvelut (kulttuuri, ostokset, hyvinvointi/liikunta, saunamaailma, hiljaisuus) (3)
- Henkisyys, yksilökeskeiset heimot (2)
- Eri uskontojen temppelit (1)
- Yksilön tarpeet, räätälöinti (2)

- Kulttuurit samaistuvat (uskonto, kieli, fyysiset piirteet) (3)
- Protektionismi (palataan vanhaan) (3)
- Kansainvälisyys, monikulttuurisuus, englanninkieli (1)
- Ei tarvita vaatteita, matkalaukkuja yms.: nappia painamalla uudet (1)
- Jatkuvuus turvallisuudesta (Baltic Countries) (1)
- Aviapolis = Suomi! Pohjoismaat (3)
- Mikä alue se on? Alueen kyseenalaisuus (3)
- Ulkomaat, Venäjä, teollisuus (1)

Äänestyksessä jatkokäsittelyyn nousivat seuraavat tulevaisuusteemat:

1. Virtuaalisuus versus aito ja alkuperäinen
 2. Kulttuurit samaistuvat
 3. Aviapolis formaatti ja Brändäyskeskus
 4. Kestävä kehitys
 5. Älykäs ympäristö/alue
 6. Palvelut
 7. Henkisyys
 8. Yhteisöllisyys versus yksilön tarpeet
 9. Alueellisen rajauksen kyseenalaistaminen
-

Näitä teemoja kehitettiin eteenpäin tulevaisuusverstaan toisessa työvaiheessa (tulevaisuustaulukoissa). Työvaiheen tuloksena syntyi kolme tulevaisuustarinaa/tulevaisuuskuvaava Aviapolis-alueen matkailusta. Alla esiteltäisiin tulevaisuuskuviin on liitetty niiden Delfoi-kyselyn ensimmäisessä vaiheessa saama palaute (todennäköisyys ja haluttavuus sekä kooste avoimesta palautteesta).

3.2. Tulevaisuustaulukon avulla muodostetut tulevaisuuskuvat ja niiden ensimmäisessä kyselyssä saama palaute

3.2.1. Yksilöllisesti räätälöidyt kiinalaiset perhematkat

Finnairin lento Kiinasta saapuu Aviapolikseen kello 08.00. Lennolla Aviapolikseen saapuu rouva Li (55 v.) perheineen. Rouvan mukana ovat herra Li, lapsiprinssi (15 v.) sekä rouvan sisko (lapsenvahtina). Rouva Li on eläkeläinen, joka on tehnyt uransa liikemaailmassa.

Lin perhettä on kentällä vastassa New Internet opas ekoauton kanssa. Tavarat kuljetetaan erikseen suoraan hotelliin (Flamingon Lux Teehuone). Herra Li vieään golfkentälle, jossa hänen käytössään on eko-auto, caddie sekä mandariinipoika. Kaikki varaukset on tehty etukäteen. Rouva Li lähtee Designkierrokselle. Täti lähtee prinssin kanssa kalastamaan.

Iltapäivällä perhe ruokailee yhdessä (tilaavat kiinalaista ja karhua). Sen jälkeen pika sight seeing metro-
 poliin. Illalla perhe pelaa ja laulaa Flamingossa. Prinssi iskee diskossa prinsessoja. Vauhdikkaan illan
 jälkeen nukutaan hotellissa – kunnes (virtuaalinen) suomalainen saaristomaisema herättää linnunlau-
 luun. Aamiaisen jälkeen on kuljetus koneelle.

Rouva Li valitsi (yhden yön) lomakohteekseen Aviapoliksen, koska arvosti hiljaisuutta, tilaa ja turvalli-
 suutta – ja koska eurooppalaisuus on eksoottista. Valintaan vaikuttivat myös laadukkaat stop over -
 palvelut, kieliongelmissa auttava teknologia sekä mahdollisuus oppaaseen ja tulkkiin tarvittaessa.



Perustelut vastauksille:

1. Suomen tunnettuus ekologisenä maana ja luonnon kokemuksena myönteinen.
2. Vapaa-ajan matkailu Kiinasta Suomeen/länteen kasvaa...
3. 1 yön lomia tulisi välttää päästöjen vähentämiseksi. Jos haluaa hiljaisuutta, tuskin valitsee hotellia lähellä lentokenttää.
4. Hintataso voi tulla tässäkin vastaan.
5. Aviapolis kehitty jo nyt vahvasti tähän suuntaan. Kiinnostava ja positiivinen tarina.
6. Aviapoliksen alue ei ole, eikä tule olemaan rauhallinen, avara ja tilaa tarjoava. Karu tosia on että, Flamingo, kuten alueen muutkin hotellit sijaitsevat toimisto- ja teollisuusalueella, vaikkakin vihreää ympärillä on. En näe eurooppalaisuuden nouseva eksoottiseksi, toisekseen yhden yön matkailu Kiinasta ei ole uskottavaa. Eikä ole kovin ekologista matkustaa lentäen Kiinasta ja ajella sitten muka ekoautoilla täällä...
7. Herätys saaristomaiseman tunnelmaan kuulostaa oikein mukavalta.
8. Mielenkiintoinen, melkeinpä nykypäivään liittyvät asiakkaan vaatimukset ja toivomukset. Eiköhän tällaisia perheitä jo liiku maailmalla.

9. Stop-over sellaisenaan vaikuttaa uskottavalta. Jälleen kerran pienet yksityiskohdat sotkevat kokonaisuuden: Mikä on mandariinipoika? Miesseuralainen vai mandariineja tarjoava poika? En usko, että 15-vuotias voi vielä 2020 vapaasti diskoilla ja iskeä tyttöjä ravintolassa.
10. Jo nyt aasialaiset saapuvat Suomeen samantapaisista syistä.
11. Kaikki tämä onnistuu jo nyt, mandariinipoikia pitää vaan hankkia jostakin
12. Voi olla että Aviapolis vetää hirveästi matkustavia. Mutta aitous vetää aitoon merenrantaan eli Helsingin keskustaan. Eli: Aviapolis on niille, jotka ovat jo käyneet Helsingissä ja jotka ovat vain lepäämässä lennon välissä. Muille aito todellinen Helsinki.
13. Tympäisevää rahanlevitystä.
14. Kyllä siinä saa olla aika virtuaalinen, että tekee Vantaan betonimetsästä houkuttelevan, ei millään pahalla.
15. Aviapoliksen ympäristö on ainakin nykyisellään luotaan työntävä, että ei ole perustetta miksi juuri siellä viettäisi yhden yön. Jos on varaa matkustaa yöksi toiseen maaosaan niin on varaa herätä aitoon linnunlauluun aamulla. Miksi esimerkin henkilöt ovat kaavamaisia. Voihan molemmat esim. golfata yhdessä?
16. Prinssejä ja prinsessoja – miksi?
17. Perusskenaario on toisiaan vastaan, tod.näk. perhe on jo matkustanut Euroopassa, joten siitä ei voi sanoa "eksoottinen", muutenkin se on myös kiinalaisille alueena sekä nimenä stereotypoineen tuttu – mutta tuoda Aviapolis jonkinlaisena trendisetterinä => todellinen haaste! Ilman trendikkyyttä ei tod.näk. ole prinssejä ja prinsessoja jahtaamassa toisiaan. Muuten vanhempien osuus vaikutti enemmän toteuttamiskelpoisemmalta.
18. Epätasa-arvoisuus.
19. Tällaista ajatushaaveilua harjoitettiin jo muutama kuukausi sitten seminaarissa. Kaikki on mahdollista, jos aikana on tarpeeksi pitkä.
20. Tämä edellyttää kyllä koko Aviapolis-alueen kehittämistä puistomaiseksi businesta, matkailua ja elämyspalveluita yhdistäväksi ympäristöksi. Kehäkolmosen hiljentäminen (uudet ratkaisut meluntorjuntaan...) on tarpeen ...
21. Lentokentän nimi/paikan nimi Aviapoliksena vieras, koska en tunne koko konseptia. Aviapolista on vaikea kuvitella hiljaisena.
22. Kiinalaisten matkailijoiden potentiaali on edelleen suuri ja luonto, hiljaisuus ja siihen perustuvat tuotteet ja palvelut ovat kysynnän ja siis tuotekehityksen ytimessä.
23. Kamalaa!
24. Tässä vaiheessa: lyhytlomat ovat haluttuja kiireisessä elämässä, mutta miten ilmastonmuuttuminen vaikuttaa? Tarkoitan, että paljon lyhyitä lomia & pitkiä lentoja on erittäin saastuttavaa ja paljon polttoainetta kuluttavaa. Mikäli on keksitty vaihtoehtoinen polttoaine, tämä olisi ihan ok.
25. Uskon että herra Li haluaa käydä suihkussa ennen kuin lähtee pelaamaan pitkän lennon jälkeen golfia.
26. Miksi tulla Suomeen asti, jos tyytyy noin vähään. Virtuaalisuomea voisi saada Kiinassakin.
27. Osa kuulostaa ihan ok, mutta vähän lennokasta noi prinssi ja prinsessajutut?
28. Ehkäpä tyyppillinenkin kiireisen asiakkaan juttu. Onko se toivottavaa on eri asia. Toisaalta onhan "imperiumin vastaiskukin" mahdollista. Enää ei halutakaan kokea kaikkea yhdessä päivässä, vaan

antaa itselleen aikaa. Osataanko me se tuotteistaminen – kokoa ajan ei ole jotain ohjelmaa, voi olla tekemättä yhtään mitään.

29. Kiina ja Intia rules tulevaisuudessa!
30. Ihan realistista tulevaisuutta Aviapoliksen osalta.
31. Sisältää reaalista elämyksellisyyttä.
32. Miksi joku haluaisi matkakohteeksi Aviapoliksen ja Flamingon? Tai ainakin jo vuonna 2020? Eikö-hän matkakohde ole Helsinki Metropolis, toki vierailuun voi kuulua Flamingo tms.
33. Vaikuttaa erittäin mielenkiintoiselta tulevaisuuden kavalta.
34. Kiinnostavasti uutta teknologiaa – miten ne vastaavat kuluttajan kysyntää – selvitettävä?

Vastausten kristallisointi:

- Aviapoliksen alue ei nykyisellään ole rauhallinen, avara ja tilaa tarjoava, vaan Flamingo – kuten alueen muutkin hotellit – sijaitsevat toimisto- ja teollisuusalueella.
- Aviapoliksen kehittämiselle on kaksi (vaihtoehtoista) suuntaa: koko aluetta voidaan kehittää niin, että siitä kehittyy businesta, matkailua ja elämyksiä yhdistävä viihtyisä ja toiminnallinen kokonaisuus. Vaihtoehtoisesti alueesta voidaan kehittää laadukas ympäristö paljon matkustaville – vaikka todellinen aitous ja rauha löytyisivätkin hieman kauempaa (Helsingistä ja lähialueen luonto- ja kulttuurikohteista). Ensimmäisessä vaihtoehdossa Aviapolis olisi viihtyisä ja suosittu kaupunginosa – ja jälkimmäisessä viihtyisä lentokenttä ja työssäkäyntialue.
- Vastaajilla oli myös tämän tulevaisuuskuvan kohdalla vahvasti erisuuntaisia näkemyksiä matkailun arvopohjassa: kamalaa, tympäisevää rahanlevitystä ja eriarvoista versus terveys- ja hyvinvointimat-kailu todennäköisenä tulevaisuutena.

3.2.2. Wellness-elämyskäytävä

Jürgen on (viiksekäs) 44-vuotias saksalainen insinööri – hyvin koulutettu ja lievästi ylipainoinen. Luon-teeltaan hän on hyvinvoinnistaan kiinnostunut ja nautinnonhaluinen. Jürgen arvostaa tehokkuutta, laa-tua ja ammattimaisuutta.

Työssään Jürgen matkustaa 10 kertaa vuodessa Aasiaan reitillä Berlin–Hki/Vantaa–Aasia. Hki/Vantaalla on 8 tunnin pysähdys. Työpaikkansa intranetin kautta Jürgen on liittynyt yhteisöön, jossa on tiedot hänen matkailijaprofilistaan ja terveydestään/terveyskäyttäytymisestään. Intranetissä oleva palvelu antaa muun muassa suosituksia ruokavalion muuttamiseen kohdemaan tavoille.

8 tunnin pysähdys Hki/Vantaalla on tarkoituksellinen, jotta Jürgen olisi parhaimmassa terässä ja virees-sä loppupisteessä. Pysähdyksen aikana Jürgen hyödyntää Aviapoliksen elämyskäytävää, joka sisältää mm. liikuntamahdollisuuksia, jumppaohjeita, tietoa ja ravintoa. Jürgenin työnantaja tukee työhyvin-vointia edistävän ja työn laatua parantavan elämyskäytävän käyttöä kv-liikuntaseteleillä.

Elämyskäytävän profiilitietoihin perustuva virtuaalisuus valmistaa Jürgenin tulevaan wellness-elämykseen. Henkilökohtaisesti paketoituun dynaamiseen osuuteen kuuluu kentältä sauvakävelyä läheiseen Flamingoon, jossa jumppaa, rentoutusta ja avantouinti.

Pitkällä lennolla on mahdollisuus hyvään uneen, kirkasvaloon yms. hyvinvointipalveluihin, joilla esteettään jetlag. Paluu- ja menomatkan tiedot terveydentilan muutoksista dokumentoidaan.

Elämyskäytävän palvelut tuottaa Wellness Experience Incoming (WEI), joka on uudenlainen hyvinvointialan miniklusteri/verkostoyritys. WEI rakentaa asiakkaiden arvoihin ja tarpeisiin perustuvia tuotteita ja palveluita yhdistämällä ja tuotteistamalla eri toimijoiden osaamisen asiakaslähtöisiksi arvoketjuiksi. WEI:n menestys perustuu kilpailun hallintaan sekä verkostomaisen toiminnan ansaintalogiikan hallintaan ja verkoston uusiutumiskyvyn ylläpitämiseen.



Perustelut vastauksille:

- Hyvinvointi osana tulevaisuuden kehittymistä on myönteistä ja jos pohjoismainen hyvinvointivaltio edelleen elää myös suomalaisten keskuudessa, niin tulevaisuus haluttavaa.
- Elämysellinen ja funktionaalinen työmatkailu. Kuulostaa pikemminkin mielenkiintoiselta kuin todennäköiseltä, Jürgenin sijaan todennäköinen kohderyhmä ovat nuoret, koulutetut, terveet ja varakkaat naiset – joiden määrä kasvaa sekä Lännessä että Aasiassa... tai sitten minä olen vain väärää sukupolvea...
- Tarina vaikuttaa uskottavalta.
- Wellness palveluiden kasvattaminen liittymälentojen välillä on hyvä ja mielenkiintoinen idea. Ehkäpä jopa toimiva, mutta matkustajat tuskin ovat halukkaita kantamaan kuntosalivaatteita mukanaan, joten miten se ratkaistaan. Olisi myös huomattava, ettei tehdä Flamingosta alueen ainoa

palvelukeskusta, ja ettei se ole ainoa joka tarjoaa näitä palveluita. Muutoin dissataan muita alueen palveluntarjoajia, ja yhteisöllisyys kärsii.

5. En usko, että paljon matkustava tieteen tahtoen venyttää matka-aikaansa kahdeksalla tunnilla. Mikä on Berlin suomeksi?
6. Pitkien lentojen välillä lepo ja virkistys ohjattuna ja monipuolisena on tärkeää ja haluttua.
7. Realismia jo nyt.
8. Uskon että lentomatkailuun liittyy wellness-palvelut. Taustalla se, että lentomatkan terveystriskit tiedostetaan yhä paremmin ja jörgenit eivät halua jalkoihinsa veritulppia...
9. Taas järkeä peliin. Aika on kallista, 8 h odotus on liian pitkä usein matkaavalle hyväntahtoisista tavoitteista ja palveluntarjonnasta huolimatta. Jos Hki/Vantaa haluaa pitää gateway- asemansa, yhteyksiä pitää olla enemmän.
10. Ei ole köyhillä asiaa tähän maailmaan.
11. Kyllä tuo viimeinen lause on sellaista kehittämisjargontöhkää, että huhhuh. Haiskahtaa TOSI virkamiesmäiseltä innolta, jolla ei ole reaali maailman kanssa mitään tekemistä. Ei ole oikeasti oltu yrittäjinä päivääkään, ei isossa eikä pienessä firmassa. Haloo! Tämä voi toteutua, mutta oikeasti näiden virtuaali maailmojen kaupallistaminen niin, että viivan alle jää mitään tuotekehityskustannusten poiston jälkeen, on todella vaikeaa.
12. Näyttää toimivan jo osittain Heathrown terminaali 5:ssä..
13. Hyvin todennäköistä ja tähän ajatukseen voisi panostaa.
14. Huh-heijaa!!!
15. Nykyisen lentoyhtiöstrategian mukaisesti 8 tunnin gappi asiakkaan lentojen osalta kuulostaa epäuskottavalta – kaikki eivät tarvitse Jürgenin kaltaista "vahvistusta" seuraavalle etapille => pääsääntöisesti "nopeasti perille" on tehokkaampi ja tuo enemmän kauppaa lentoyhtiöille – vaihtoehtona on, että lentoyhtiöllä olisi useita eri vuoroja ko. kohteeseen, jolloin se mahdollistaisi Jürgenin kaltaisen nautiskelijan toiveet.
16. Kaiken ei tarvitse olla teknistä.
17. Erittäin todennäköinen ja tarvittava tulevaisuuskuva.
18. Stopover-tarjonta ja teknologia yhdistetään, erittäin todennäköistä. Jürgen matkustaa bisneksessä, valohoidot eivät edelleenkään sisälly raskaista päästökaupan maksuista "kärsivään" economyluokan lentotarjontaan. Islannissa ja siis
19. Reykjavikissä on jo nyt stopover BlueLagoon tuote, miksei meillä siis tämä verkostopalvelutuote.
20. Mahdollista. Ihmisen hyvinvointiin ja terveyteen tullaan panostamaan tulevaisuudessa hyvin paljon. Uskon myös, että erilaiset yritykset ovat kiinnostuneita parantamaan henkilökuntansa viihtyvyyttä ja hyvinvointia. Miten tekniikka sitten tulevaisuudessa tässä hyödynnetään, en osaa sanoa.
21. Jälleen taloudellinen tuottavuus Suomelle gateway-asemana.
22. Uskon wellnessin kasvuun. En tosin usko, että Aviapolis pystyy wellnessiä tarjoamaan.
23. Hyvä bisnes stopoveriin jos on äärimmäisen työ- ja kunto-orientoitunut. Useat varmaan kuitenkin mieluummin käyvät vilkaisemassa Helsingin keskustaa.
24. itse asiassa kaikki ne toimenpiteen – busineksena tai ei – jotka edistävät terveyttä ja puuttuvat ihmisten ylipaino-ongelmiin ovat hyviä. Ylipaino on merkittävä terveydellinen riski ja sen aiheuttamien terveydellisten haittojen hoito on yhteiskunnallinen ISO kustannus.

25. Ihan hyvä vaihtoehto kentän baarissa istumiselle tai muutoin asemalla pitkästymiselle. Ihan mahdollinen juttu.
26. Epäilen tarkoituksellisia Stopovereita...
27. Lisää yhteistyötä palvelujentarjoajien verkostoihin, niin täysin mahdollista.
28. Toivottavaa, mutta räätälöinnin taso melko korkea ja voi tuottaa paljon kustannuspaineita palvelulle.
29. Mielenkiintoinen ja kehittämisen arvoinen konsepti.
30. Terveysmatkailu kasvaa. Kiinnostava sektori – Varmasti joiltain osin toteutettavissa. Kysymys??? Miten alan kehitty kansainvälisesti??? Voisiko Suomi olla edelläkävijä??? – mahdollisuuksia

Vastausten kristallisointi:

- Elämyksellinen ja funktionaalinen työmatkailu on vähintäänkin mahdollinen tulevaisuuskuva. Jürgenin sijaan todennäköinen kohderyhmä kuitenkin on nuoret, koulutetut, terveet ja varakkaat naiset – joiden määrä kasvaa sekä Lännessä että Aasiassa.
- Aika on kallista, joten 8h odotus on liian pitkä. Jos Hki-Vantaa haluaa pitää gateway-asemansa, niin yhteyksiä pitää olla enemmän ja odotusaikojen lyhyempiä. Matkan aikana käytettyjen hyvinvointipalveluiden kysyntä ehkä kasvaa, mutta Stopoverien on oltava niin lyhyitä kuin mahdollista.
- Virtuaalimaailmojen kaupallistaminen niin, että viivan alle jää mitään tuotekehityskustannusten poiston jälkeen, on todella vaikeaa. Korkean teknologian avulla tuotetut Stopover-palvelut ovat kuitenkin todennäköinen tulevaisuuskuva (vrt. Islannin/Reykjavikin BlueLagoon).
- Mikäli teknologia (esimerkiksi lentokoneiden energiatehokkuus) muuttuu siihen suuntaan, ettei välilaskuja enää välttämättä tarvita, niin hyvinvointipalveluihin liittyvät stopoverit voivat tulevaisuudessa olla myös itsetarkoituksellisia: pysähdytään erityisesti oopperan, luontomatkan yms. elämys- tai terveystalteen vuoksi – esimerkiksi osana yritysten työhyvinvointiohjelmia.
- Suomalainen/pääkaupunkiseudun matkailubusiness on keskittynyt yksinkertaiseen kuljettamiseen ja yöpymiseen. Muihin palveluinnovaatioihin ei ole perinnettä, kykyä/osaamista eikä motivaatiota.

3.2.3. Aviapolis kaupunkivalttioiden verkosto

Aviapolis tarjoaa vantaalaiselle lapsiperheelle täyden palvelun paketin: muun muassa koulutuksen (monipuolisia päiväkotia ja kouluja), työpaikat (työvoimatoimiston profiloitu toimipiste), harrastukset (tiloja, toimintaa ja seuroja) sekä myös hyvinvointi-, viihde- ja elämyspalvelut (muun muassa alueen hotelleissa ja kauppakeskuksissa).

Alue on helposti saavutettavissa ja myös alueen sisällä on vaivatonta liikkua. Alueen rakentamisen ja kehittämisen arvoina ovat olleet perhe ja pienyhteisöt. Siksi Aviapoliksessa yhdistyvät yksilöllisyys ja yhteisöllisyys. Aviapolis-alueen pienyhteisöt muodostuvat alueella asuvista, alueella työskentelevistä sekä alueella vierailevista (esimerkiksi matkailijoista).

Alueen monipuolinen palvelutarjonta kokoa yhteen kotimaisia ja ulkomaisia yksityisiä ja julkisia palveluita. Palvelut on kehitetty erityisesti Aviapoliksen asukkaiden sekä alueella vierailevien matkailijoiden

ja alueella toimivien yritysten tarpeisiin. Palvelut tuotetaan verkostomaisesti ja alueella on vahvaa osaamisen kehittämistä

Aviapolis on luonteeltaan kuin pieni kaupunkivaltio, joka tekee yhteistyötä muiden vastaavien alueiden/Aviapoliksien kanssa. Tämä mahdollistaa globaaliyhteisöllisyyden – esimerkiksi siten, että Aviapolis-kansalaisella on samat palvelut ja oikeudet kaikissa maailman Aviapoliksissa.



Perustelut vastauksille:

1. Kuva oikeansuuntainen jos se ei aseta ihmisiä eriarvoiseen asemaan ympäröivän muun asutuksen kanssa...
2. Polarisaation ja globalisaation myötä uudet yhteisöllisyyden muodot voivat yleistyä. Tällaiset hyvinvoivien yhteisöt ovat minusta varsin todennäköisiä...
3. Aviapolis enemmänkin logistiikka, palvelu ja shopping alue. Väestömäärä jää pieneksi, koska paljon pientaloja.
4. Global Aviapolis fund (tai vastaava)... hmmm, en usko oikein sellaiseen, koska tarpeet ja kohteet ovat eri maissa niin erilaiset, eikä edes EU ole päässyt kunnolla yhdentymään niin että kansalaiset olisivat oikeasti tasa-arvoisia. Vantaan Aviapolis toimii jo osittain noin, jos vain asukkaat osaisivat kaiken löytää ja yrittäjät mainostaa. Ulkopuolisten vieraiden liikennöinti häiritsee kuitenkin, kun alueella pitää liikkua omalla autolla ja koska kunnollista sisäistä liikennettä ei ole. Välimatkat ovat vielä pitkät alueen sisällä.
5. Edellä olevat monet caset liittyvät Aviapolikseen ja huipputeknologiaan, elämys = hieman kalseaa, suomalaisuus loistaa poissaolollaan. Halutaanko Suomessa sellaista jota voidaan kokea ihan missä vaan Aviapoliksessa?
6. Trendi on jo ollut olemassa aika pitkään: Lentokentät ja niiden ympäristöt palvelevat myös paikallisväestöä.

7. En voisi kuvitella asuvani Vantaalla tai muuallakaan maaseutupaikkakunnalla, Helsinki on ainoa oikea paikka asua.
8. Metropolialueen ongelmat, suomalainen kateus, vantaalaisuus??? alueen todelliset lisäarvot, muutakin kuin lentokenttä ja sijainti???
9. Minusta Aviapolista pitää kehittää sydämellä ja erittäin vahvoilla (perhe/heimo)arvoilla. Ihmisen hyvä-tyyppiset lähtökohdat ovat jälleen sitä aitous, jota suomen kannattaisi lähteä tavoittelemaan. PS. Hyvä idea sitouttaa vastaamaan sillä, että saa loppuraportin. Sitä siis odotellaan!
10. Märkiä unia.
11. On se niin todella vaikeaa nähdä tuollaista tulevaisuutta Vantaalla, kun tietää nykyisen palvelujen tason ja sen, miten RUMA Aviapolis nyt on. Paljon on töitä tehtävänä, kun valitettavasti kaikesta virtuaalisuudesta huolimatta ihminen kuitenkin oikeasti tulee Vantaalle. Ellei tätä liiketoimintaa tehdä jotenkin siltä pohjalta, että asiakas ei matkusta minnekään, vaan jää kotiin. Ja se ei liene tarkoitus. Miksi muuten ajatellaan, että Suomeen matkustettaessa pitää hirveästi olla virtuaalisuutta? Eikö keksitä mitään, mitä ilkeäisi oikeasti tarjota aitona asiakkaille. Muualla maailmassa tehdään rahat ihan oikeilla kohteilla. Miettikää asiaa toisin päin, kuinka moni teistä matkustaisi Pariisiin, Thaimaahan, Intiaan, Reykjavikiin, New Yorkiin ja vierailisi vain virtuaalikohteissa?
12. Itse en näe keinotekoista kaupunkia houkuttelevana, mutta.. ken tietää.
13. Jos on tahtotila, niin tämä on mahdollista.
14. Mitä ne tekevät, joilla ei ole rahaa? En halua elää edellä kuvaillussa ja kuvitellussa matkailumaailmassa. Miksi tällaista huuhaata?
15. Alkuosa lukemastani oli toteuttamiskelpoinen – lopussa "aviapoliskansalaisuus" ehkä enemmän huvitti, palvelupaketteihin liittyviä kanta-asiakasohjelmia/ jäsenyyksiä voisi enemmänkin nähdä Aviapoliksenkin osana – kuitenkin tällaisia kokonaisuuksia kun ajattelee yhteensä asiakaspotentiaalina, niin puhutaan kuitenkin melkoisesta "niche-tuotteistamisesta"
16. Ei tasa-arvoinen.
17. Aviapolis sulautuu melko pian Vantaan Espoon ja Helsingin yhteismassaan, johon se unohtuu so muttuu karuksi lentokenttämeliympäristöksi. Valitan!
18. Aviapolis tulisi olla em. lisäksi jatkuvasti kehittyvä Living Lab -ympäristö eli tätä kautta 'kaupunkivaltioiden kaupunkivaltio' – edelläkävijä busineksen, palvelujen, matkailun, luonnon, teknologian ja kansainvälisyyden kehittämissympäristönä...
19. Mielenkiintoinen.
20. Pääkaupunkiseutu on yhdistynyt jo vuosia sitten yhdeksi "kunta" tai mikäserakennesittenonkaan yhteenliittymäksi. Valtavirrassa on luonto, luonnonmukainen asuminen ja yksilöllisyys.
21. Jotakin tähän suuntaan voisi olla mahdollista.
22. Utopiaa!
23. Kuplamaailma, jossa kaikki samanlaista kuin muualla on paikattomuutta, jossa ei ole inhimillisyyttä ja persoonallisuutta.
24. Aviapolis on liian lähellä lentokenttää.
25. Niinpä, nykyihmisen pitää saada mahdollisimman helposti kaikki palvelut. Sekä maksulliset että maksuttomat. Ei kukaan halua hypätä paikasta toiseen palvelujen perässä. vai onko yhteiskunta

rakentamassa kaikki liian helpoksi, ilman että tarvitsee itse tehdä mitään? Mistä enää saa kokea onnistumisen tunteita kun kaiken saa valmiina???

26. Jo nyt perheet hakeutuvat asumaan alueille, jotka vastaavat heidän arvojaan ja palvelutarjonnaltaan perheen sen hetkistä tarvetta. Jos se on ollut mahdollista, aina ollaan toimittu omien toiveiden mukaisesti – eri asia on kuka ne toiveet on sinne päähän asettanut.
27. Globaaliyhteisöllisyys on kaunis ajatus, joka ehkä joutuu odottelemaan toteutumistaan...
28. Näyttää hyvältä.
29. Noudattaa nykyistä kehityssuuntaa.
30. Tällaiset "homogeeniset" yhteisöt välkkyvät ajoittain tulevaisuusvisioissa, mutta niiden toteutuminen on epätodennäköistä. Ihminen on sekava eläin ja se haluaa monimuotoisia ja yksilöllisiä elämänmuotoja. Ei ole kovin toivottavaa että pk-seudulle syntyy erillisiä, muista rajautuvia kyliä.
31. Hyvin todennäköinen visio.
32. Monilta osin toteutuva.

Vastausten kristallisointi:

- Polarisaation ja globalisaation myötä uudet yhteisöllisyyden muodot ja hyvinvoivien yhteisöt voivat yleistyä. Toisten vastaajien mielestä Aviapolis-yhteisö kuulostaa mielenkiintoiselta – jopa todennäköiseltä: Aviapolista pitää kehittää sydämellä ja erittäin vahvoilla (perhe/heimo)arvoilla. Toinen ääriäitä kauhistuu kuvatun kehityksen sivuvaikutuksia: Mitä ne tekevät, joilla ei ole rahaa?
 - Trendinä on, että lentokentät ja niiden ympäristöt palvelevat myös paikallisväestöä. Tämä trendi korostaa Aviapoliksen palvelujen kehittämistarvetta. Palveluita voivat parhaimmillaan käyttää muutkin kuin matkustajat.
 - Miksi ajatellaan, että Suomeen matkustettaessa pitää olla hirveästi virtuaalisuutta? Kuinka moni matkustaisi Pariisiin, Thaimaahan, Intiaan, Reykjavikiin tai New Yorkiin – ja vierailisi vain virtuaalikohteissa?
 - Investoimalla vahvasti Aviapolis-alueen teknologiaan, palveluihin ja yhteisöllisyyteen, alueesta voi kehittyä Living lab: edelläkävijä asumisen, matkailun, palvelujen, luonnon, teknologian ja kansainvälisyyden yhdistämisessä.
 - Ilman rohkeutta, irtiottoa ja investointeja business as usual johtaa Aviapolis -alueen sulautumiseen Vantaan, Espoon ja Helsingin yhteismassaan, jolloin Aviapoliksesta kehittyi vain tyyppillisen ruma lentokenttäalue.
-

4. DELFOI-KYSELYN TOINEN VAIHE: TULEVAISUUSPROSESSIN TULOSTEN TARKENTAMINEN

Delfoi-kyselyn toisen vaiheen lähtökohtana olivat edellisissä luvuissa (2 ja 3) esitetyt asiantuntijoiden vastausten kristallisoinnit, joiden perusteella muotoiltiin 10 teemaa/tulevaisuushaastetta ja niiden alla yhteensä 27 tulevaisuusväitettä. Tulevaisuusprosessissa esille nousseet tulevaisuusteemat ovat:

1. Onko pääkaupunkiseudulla yksi matkailuklusteri vai monta miniklusteria?
2. Pietari pääkaupunkiseudun osana
3. Urbaani luontomatkailu
4. Aitoja elämyksiä kiireisille ”sekä että” käyttäjille
5. Ääripäiden kehittyminen
6. Stopover- ja gateway-matkailu
7. On Demand (asiakkaiden tarpeisiin laaditut matkailupalvelut)
8. Kestävä kehitys
9. Wellness elämiskäytävä
10. Aviapoliksen kaksi visiota

Asiantuntijoita pyydettiin ottamaan kantaa näiden teemojen alla esitettyihin tulevaisuusväitteisiin – sekä myös miettimään mahdollisia toimenpiteitä haluttujen tulevaisuuskuvien toteuttamiseksi.

Olen yllä esitetyn tulevaisuusväitteen kanssa:

Samaa mieltä

Eri mieltä

Kommenteja ja toimenpide-ehdotuksia

Vastauksissaan ja kommentteissaan osa asiantuntijoista ihmettelee ääneen mistä tutkimuksen tekijä on moiset omituiset tulevaisuuskuvat keksinyt. Tämä epätietoisuus johtuu pääsääntöisesti siitä, että tulevaisuusprosessiin sitoutettiin eri vaiheissa uusia asiantuntijoita, jotka eivät tieneet ja ymmärtäneet prosessin historiaa: tulevaisuuskuvat on rakennettu asiantuntijoiden itsensä muodostamista tulevaisuuskuvista ja niiden Delfoi-kyselyn eri vaiheissa saamasta palautteesta.

Jotkut asiantuntijat kommentoivat vastauksissaan myös kyselyssä esitettyjen tulevaisuusväitteiden vaikeaselkoisuutta ja monitahoisia, minkä vuoksi oli vaikea olla samaa tai eri mieltä jonkin väitteen kanssa – tai edes ymmärtää, että mitä kyseisessä kohdassa väitettiin. Delfoi-menetelmässä painopiste ei kuitenkaan ole sen selvittämisessä, että kuinka moni asiantuntija on jonkin tulevaisuuskuvan/-väitteen kanssa samaa tai eri mieltä – vaan tarkastelun kohteena ovat perustelut: miksi joku on samaa tai eri mieltä väitteen kanssa. Huomionarvoista on myös se, minkälaisia teemoja asiantuntijat nostavat ylös enemmän tai vähemmän sumeista tulevaisuuskuvista. Näitä valintoja ja perusteluja analysoimalla pyritään Delfoi-menetelmässä löytämään asiantuntijoiden vastauksista uusia tulevaisuusteemoja, jotka ovat vasta hahmottumassa. (Kuusi 2003) Tulevaisuusprosessin tulos ei toisin sanoen pelkisty ainoastaan siihen, mitä asiantuntijat tulevaisuudesta väittävät – vaan tuloksia tulkitessa luetaan myös rivien välit: onko vastauksista ja kommenteista löydettävissä signaaleita valtaviiran ajattelun alla muhivasta muutoksesta?

Tulevaisuusväitteet/-kuvat ja niiden Delfoi-kyselyn toisella kierroksella saama palaute on esitetty alla (lukuissa 4.1.–4.10). Vastausten/palautteen analyysi ja toimenpidesuosituksien esittäminen on esitetty luvussa 5.

4.1. Pääkaupunkiseudulla ei ole yhtä matkailuklusteria - vaan monta miniklusteria, joita tulisi kehittää eri suuntiin

Tämän kyselyn tulevaisuusväitteet perustuvat aikaisempaan, huhtikuussa 2008 toteutettuun ensimmäiseen *Pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuuskyselyyn*. Toinen puoli vastaajista katsoi tässä aiemmassa kyselyssä esitettyjen tulevaisuuskuvien olevan suuressa määrin totta jo nyt. Toisten mielestä tulevaisuuskuvat (ja koko kysely) olivat puutaheinää ja hörhöilyä. Sama kahtiajakoisuus asenteessa ja arvoissa on nähtävissä kaikissa kysymyksissä ja tulevaisuuskuvissa: jotkut tyrmistyvät pelkästään siitä, että tällaisesta ylipäättään puhutaan – toisten mielestä tulevaisuuskuvat ovat jo arkipäivää.

Näiden toimijaryhmien äärikannat ovat niin kaukana toisistaan, että pääkaupunkiseudulla ei käytännössä ole yhteistyöhön kykenevää ja toiminnallisen kokonaisuuden muodostavaa matkailuklusteria. Siksi pääkaupunkiseudun matkailuklusteri pitäisi jakaa pienempiin teemaklustereihin, joita kutakin tulisi kehittää erillisenä kokonaisuutena ja omalla tavallaan. Esimerkiksi:

- 1) urbaanit kohteet/kaupunkimatkailu,
- 2) luontomatkailu ja ”aidot kulttuurikohteet”,
- 3) elämykselliset työmatkat,
- 4) on demand koulutus- ja hyvinvointimatkailu ja
- 5) virtuaalimatkailu/matkailuun liittyvät virtuaalipalvelut.

Kokonaisvastaajamäärä: 24

Olen yllä esitetyn tulevaisuusväitteen kanssa:

Kysymykseen vastanneet: 24 (ka: 1,4)

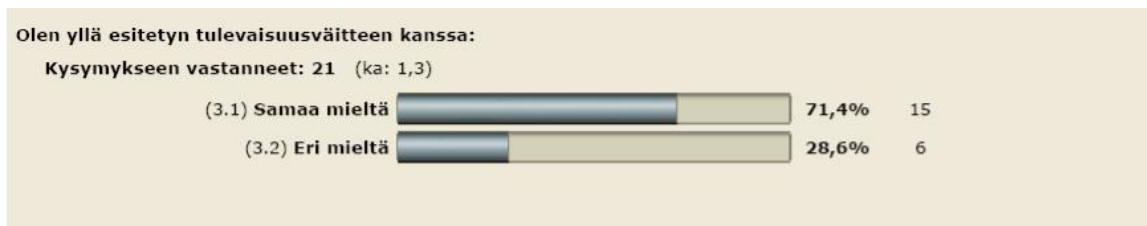


Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Kyse on kansainvälisesti vain yhdestä kohteesta, joka voi olla melko monimuotoinen. Kahtiajakaisuus voi johtua myös ensimmäisen kierroksen tapausten kuvauksista.
2. Mikäli alan toiminnat pirstaloituvat paitsi alueellisesti myös teemoittain, tulee yhteistyö olemaan entistä hajanaisempaa ja sekavampaa.
3. Matkailuklusteria kannattaa kehittää yhtenäisenä. Tavoitteet pitää asettaa korkealle, mutta mitään todella erikoista tai pilviä hipovia hullutteluja ei kannata tavoitella. Erilaisuus on hyvästä, ei erikoisuus, sillä erikoiset jutut eivät kestä aikaa.
4. Pääkaupunkiseudun matkailullista kehittämistä tulisi tarkastella nimenomaan yhtenäisenä kokonaisuutena ja toiminnolle löytää kolmen kaupungin yhdessä hyväksymä toimintatapa.
5. Ei näin pienellä porukalla saada aikaan yhtään mitään, jos jokainen touhuu omaan laskuunsa. Yhteistyö on ainoa mahdollisuus eri teemaklustereiden kesken. Sitä paitsi asenteetkin voivat joskus muuttua...
6. Jos kakku on liian suuri, edetään piirakoilla – ne on helpompia niellä ja ovat joustavampia liikutella suuntaan jos toiseen. Teemaklusterit voidaan myöhemmin niputtaa suuremmiksi kokonaisuuksiksi, jos ja kun etuja syntyy sitä kautta.
7. Kannattaa ajatella asiakaslähtöisesti: sama asiakas saattaa ostaa kaikkia ym. palveluja.
8. Naurettava väite, joka vain osoittaa, että jotkut piirit olettavat oman teemansa olevan vetovoimaisempi kuin onkaan. Tässä tulisi kyllä seurata matkailutrendejä pitkällä aikavälillä. Kaupunkilomat (ns. lyhyt lomat) ovat se, joka toimii
9. lypsylehmänä tällä alueella. Siihen voi rakentaa näitä teemallisia ohjelmakokonaisuuksia. Toinen isompi teema on kiertomatkat, joka periaatteessa pitäisi kyllä laittaa jo automaattisesti alueiden ja yritysten tekemään yhteistyötä.
10. "Elämykselliset työmatkat". heh. Kuulen tämän 1. kertaa. Tarkoitetaanko tällä eräänlaista työmatkaan (esim. kongressiin) liittyvää elämyksellistä osuutta? Tätä tehdään jo ja on tehty vuosia. Uskon kyllä, että yhteistyömahdollisuuksia on. Emme ehkä aina ole vain osanneet ymmärtää sitä rakentaa klusterin näkökulmasta toiminnallisesti.
11. Matkailuklusterin sisällä voi olla erilaisia painotuksia, mutta nämä muodostavat toisiaan täydentävän ja innovaatioita mahdollistavan mosaiikki/ palapelikokonaisuuden, jossa osat täydentävät toisiaan.
12. Turhaa pilkkoa esim. esiteltyllä tavalla, koska nytkään eivät seudulliset matkailutoimijat pysty/halua/osaa toimia yhdessä. Tässä tulisi vain lisää alueellista "säälää".

Varsinkin teknologia ja elämysteollisuus jakavat matkailualan toimijoiden mielipiteitä merkittävässä määrin. Toisille virtuaaliruoat, (virtuaaliset ja fyysiset) avaruusmatkat, älyseinät yms. palvelut ja tuotteet ovat täyttä totta jo tänään – toisille vasta mahdollinen tai todennäköinen tulevaisuus. Kolmas vastaajaryhmä pitää tätä kaikkea ”liian ufona” – ja neljäs ryhmä ei haluaisi virtuaalisuutta ja teknologian avulla tuotettuja elämyksiä vaikka se olisikin mahdollista (aitous on tärkeämpää kuin virtuaaliset palvelut, ”avaruutta on parempi tarkastella vain kaukoputkella”...). Teknologia näyttäytyy matkailun tulevaisuuskuviissa:

- 1) suurena mahdollisuutena (jossa pitää olla kärjessä),
- 2) välttämättömänä pahana, johon pitää jossakin määrin sopeutua ja jopa
- 3) vältettävänä, kielteisenä ilmiönä.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Teknologia on nykypäivää ja tulevaisuutta, mutta emme tiedä ja tunne vielä sen kaikkia mahdollisuuksia.
2. Matkailun tärkein tavoite on tuottaa matkailutuloja laajassa mittakaavassa. Virtuaalisen matkailun tuotto ei yllä lähellekään perinteisen matkailun tuotto- ja työllistämismahdollisuuksia.
3. Teknologiasta pitää ottaa hyvässä kaikki irti, eikä sitä pidä pelätä. Aitous on kuitenkin tärkeintä, tekniikka ei voi koskaan korvata ihmistä eikä aitoa tunnetta.
4. Siis mitä tässä kysytte?
5. Teknologian uudet mahdollisuudet eivät ole pelkästään virtuaalisten elämysten tai kokemusten tuottamisessa. Asiakkaan mahdollisuus osallistua itse tuotekehitykseen ja paketointiin antavat mahdollisuuden tehokkaampaan tuotantoon.
6. HALOO: kolmesta vaihtoehdosta voi olla joko kaikista samaa tai eri mieltä??? Eli mitä kysytään?
7. Energian hinta voi pistää aika monta kuviota täysin uusiksi, myös ja erityisesti matkailun.
8. Maailma teknologistuu vauhdilla ja esim. siruteknologia leviää yhä laajemmalle. Olkaamme siinä mukana, mieluiten kärjessä. "Emme voi siirtää vuotta – menkäämme itse vuoren juurelle". Teknologian ja matkailun innovatiivisessa.
9. Yhdistämisessä on vain voitettavaa. Perinteissä riippuminen vie taantumaan ja näivettää. Lisäksi ulkomaista kehitysrataa yms. tulee paremmin, kun on esittää kiinnostavia, uusia hankeideoita. Myös kotimaan rahoittajat suhtautuvat positiivisesti toimialayhdistämiseen, erityisesti teknologian.
10. 1:n kanssa samaa mieltä
11. Teknologia on suuri mahdollisuus, jonka avulla voidaan luoda kiinnostusta kustannustehokkaasti.
12. Nyt tuo kysymys oli asetettu jotensakin epäselväksi. Jos vastaa "Samaa mieltä", niin mihin noista kolmesta väitteestä vastaa? Minä näen "Samaa mieltä" vastaukseni kohdistuen numero ykköseen.

13. Teknologia ei ole uhka tai 'aitouden' tuhoaja. Tärkeää on pitää mielessä, että tulevaisuuden matkailupalveluiden käyttäjille (so. tämän päivän lapsille/nuorille) virtuaalisuus on yhtä aitoa kuin mikä tahansa muu todellisuuden muoto.
14. mutta vai osittain, koska matkailu on ja pysyy henkilökohtaisten elämysten antajana joko jollekin erityisryhmälle tai perheille.
15. Pitää tietysti seurata kehitystä ja olla myös hieman edellä kokeiluissa jne.
16. Tästä kohdasta ei kyllä selviä väittämä, koskapa et pääse valitsemaan kohdista 1–3!
17. suurena mahdollisuutena (jossa pitää olla kärjessä)

4.2. Pietari pääkaupunkiseudun osana

Metropoleja yhdistävien palveluiden kehittäminen on erittäin tärkeää: Pietari–Helsinki, Tallinna–Helsinki ja Tukholma–Helsinki -palvelukonseptit (tai/ja näitä kaikkia kaupungeja yhdistävät palvelukonseptit).

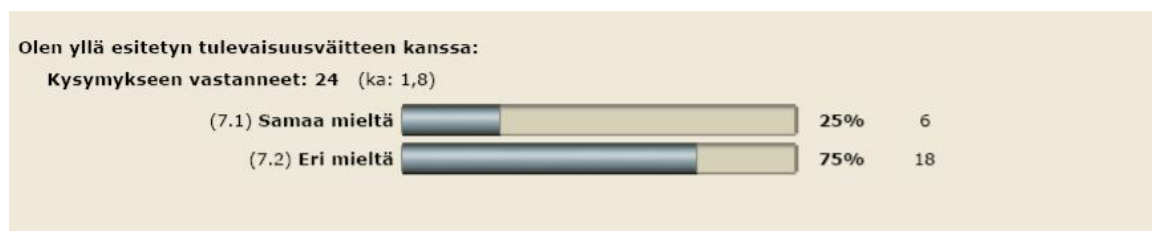


Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Kääntäisin otsikon Helsingistä osana Pietaria tai Itämerta.
2. Maailma pienenee, joten todellinen mahdollisuus kun kaikki toimivat samoilla periaatteilla. Ensiksi on kuitenkin saatava Hki–Espoo–Vantaa–Kauniainen yhdistettyä ja kotimaan paletti kuntoon.
3. Erilaisuus, ei yhtenäisyys, on matkailussa voimaa.
4. Esitetyt yhteydet ovat tulevaisuudessa entistä tärkeämpiä liikkumisen kustannusten kasvaessa vähemmän ekotehokkaissa yhteyksissä
5. Pietari on aliarvostettu mahdollisuus. Tosin se ei ole pelkästään meistä kiinni...
6. Globaalisti ja Eurooppa -tasolla ajateltuna "kaksoiskaupungit" yms. kiinnostavat yhä enemmän. Samalla matkalla näkee enemmän! Sitä paitsi yhteistyötä on tehty satoja vuosia, muoto vaihtelee ja voimakkuus vain vaihtelee.
7. Totta kai jonkin kokoiselle matkailijaryhmälle on arvo, että mitä Helsingissä on oppinut, pätee myös Tukholmassa, Tallinnassa ja (utooppista) Pietarissa, mutta kaiken kaikkiaan niitten matkailijoiden määrä, jotka käyvät samalla
8. lomalla useammassa kuin yhdessä em. kaupungeista, taitaa olla pienehkö.
9. Helsinki on hyvin harvoin monokohde; tavallisimmin Helsinki yhdistetään joko luontokohteeseen tai kaupunkiin. Pietarin myynti on noussut runsaasti kaukomarkkinoilla (omassa yrityksessämme).
10. Olemme tehneet tätä jo vuodesta 2002.

11. Joiltakin osin kyllä. Itämeren 'helmet' voisi olla toimiva konseptointi ja alueen vetovoimaa lisäävä tekijä. Yhteiset palvelukonseptit eivät saa kuitenkaan vaarantaa kunkin kaupungin omaa profiilia/identiteettiä.
12. taas vai osittain, koska ajatuksena hyvä, mutta melkoisen utopistinen, varsinkin Pietarin suuntaan. Muuallehan se jo "murto-osin" toimii.
13. Yhteistyötä on jo nyt ja pitää edelleen kehittää.
14. Pietarin merkitystä ei meillä ole vielä tajuttu. Meillä on naapurissa maailmanluokan helmi, johon kohta pääsee entistä nopeammilla junilla. Ehdottomasti megaluokan asia, joka pitää hyödyntää.

Raideyhteyksien nopeaan kehittymiseen ei uskota. Luotijuniin (Pietari ja Tallinna) ei uskota, koska tavallisiakaan yhteyksiä ei saada aikaiseksi. Myöskään Helsinki–Espoo–Vantaa -akseli/poikittaisliikenne ei nykyisellään toimi.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Ihanne tai tavoite on nopeat yhteydet, mutta me olemme se "heikoin lenkki".
2. Raideliikenne luotijunineen on sivuseikka matkailun kehittämisen kannalta. Tosin sen kehittäminen on tärkeää, koska erityisesti pääkaupunkiseudun poikittaisliikenne on tosiaan todella surkealla tasolla.
3. Liian monta kokkia sopassa ja liikaa omien intressien vaalimista. Mikäli pks olisi vain yksi kaupunki, voisi raideyhteistyön kehittäminen onnistua. Huippunopeille raideyhteydelle tuskin tulee olemaan kysyntää, jollei TLN–HKI -raidetunnelia rakenneta.
4. Nopea vaivaton yhteys Pietariin on etu. Ja Espooseenkin tulisi päästä helpommin. Nyt Espoossa ei osaa suomalaisenkaan julkisilla kulkuneuvoilla.
5. Raideliikenne muodostuu entistä merkittävämmäksi tekijäksi nopeiden yhteyksien lisääntyessä.
6. Päätökset junaliikenteen nopeuttamisesta on jo tehty.
7. Ei toimi nyt mutta tulevaisuudessa kyllä – ympäristöasiat ovat tulleet päätöksentekoon mukaan.
8. Luotijunat ovat tulevaisuutta ja niillä korvataan energiatehokkaasti ja aikatehokkaasti lentämistä (joka siis ei ole niin paha hiilidioksidipäästäjä kuin yleisesti uskotellaan!).
9. Muuallakin maailmassa on saatu luotijunat aikaan; eiköhän se onnistu näilläkin leveysasteilla – jos tahtoa riittää.
10. Olen itse markkinoinut tätä tuotetta nyt talven ja kevään aikana. Voin sanoa, että tähän on ainakin matkanjärjestäjien osalta suurta mielenkiintoa olemassa. Erityisenä ongelmakohtana on Venäjän viisumit. Ne tulisi saada helpommin käyttöön.

11. Poikittaisliikenne tulee kehittymään länsimetron ja kehäradan myötä. Luotijuna Pietariin on uskottavampi kuin Tallinnaan tehtävä tunneliratkaisu: joka sekkin olisi erityisen toivottava Suomen Keski-Eurooppaan yhdistävänä käytävänä.
12. No Tallinnaan ei, mutta Pietari kyllä. Näin voidaan siirtää massoja, yhteistyö on sitten jotain muuta!
13. Poikittaisliikenne paranee lähivuosina merkittävästi kehäradan valmistumisen myötä. Myös nopea junayhteys Pietariin on mahdollinen lähivuosina. Uskon että kaikkalainen kanssakäyminen ja vuorovaikutus lisääntyy kuten myös matkailuyhteistyö.
14. Pitäisi ainakin alkaa uskoa, nimittäin esim. Helsinki–Pietari nopeat junat on jo tilattu! Toivottavasti Tallinna saavutetaan tulevaisuudessa helposti ja nopeasti, jotta Suomen saavutettavuus ei kärsi siinä, missä manner Eurooppa rakentaa vauhdilla luotijunaverkoston. Poikittaisliikenne ei toimi, se pitää paikkansa. Tärkeä investointi on monessakin mielessä Kehärata.
15. Saavutettavuus on oleellista ja tänä päivänä tärkeää ovat ympäristöarvot, juna on hyvä vaihtoehto.

4.3. Urbaani luontomatkailu

Luontomatkailu on realistinen kasvusuunta. Pääkaupunkiseudun osalta haasteena on esimerkiksi Nuuksion kokonaisuuden kehittäminen.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Kyse on kuitenkin enemmän luontoelämyksistä urbaaneissa ympäristöissä.
2. Luonto on jo nyt tärkeä osa pääkaupunkiseudun matkailun imagoa. Nuuksio on yksi osa sitä.
3. Ympätään mieluummin Hki kaupunkilomana Lapin tai saariston kanssa.
4. Muitakin alueita on kuin Nuuksio, joka ylikuormitettu.
5. Nuuksion alueen toimintojen kehittyminen voi nostaa lähiluontomatkailun pääkaupunkiseudulla entistä houkuttelevammaksi ohjelmaksi myös työmatkailussa.
6. Ja taas ollaan kahden käsitteen loukussa. Urbaani luontomatkailu ja Nuuksio eivät ole samassa kategoriassa, vaikka puisto sijaitseekin lähes kokonaan Suomen toiseksi suurimmassa kaupungissa. Urbaani luonto avautuu matkailijalle
 1. esim. Suomenlinnassa, kaupunkien puistoissa jne... NUUKSIO on suurimmalle osalle maailman kansalaisia – myös suomalaisia – täyttä erämaata!
7. Täysin hyödyntämän voimavara. Safarit kehiin ja palveluja vaan kehittämään uusille kohderyhmille, nyt Nuuksio on vain luontoväen käytössä!
8. Muitakin alueita (kuten pk-seudun edustan saaristoa) tulee kehittää.

9. Kyllä uskon luontomatkailun kasvuun, en kuitenkaan mihinkään nopeaan tai rajuun nousuun. Olen enemmän huolissani yrittäjäkunnan vähydestä ja kapasiteettien pienuudesta. Myös miten luonto huomioidaan talvella?
10. Urbaani luontomatkailukäsite vaatii tarkennuksen. Urbaani luontokokemus voi syntyä myös kaupunkialueella. Nuuksiolla on erityinen rooli erämaa-alueen tunnelman ja elämysten tuottajana. Puistoalueet, älyleikkipuistot, älykkäät seniorien levähdyskeitaat jne. ovat nimenomaan urbaaneja luontokokemuksia tuottavia. Aina ei tarvita suurta metsää ympärille – riittää että luontoa/ luontokappaleita on yhdistetty kaupunkiympäristöön visuaalisina ja toiminnallisina elementteinä, ääni-, väri-, tuoksumailma tulee myös huomioida (esim. hiljainen keidas keskellä keskuspuistoa..).
11. Nuuksiossa nyt jo kymmeniä pieniä toimijoita. Ensin rakennetaan heidän välinen yhteistyö kuntoon ja siitä vasta lähdetään kehittämään laajempia kokonaisuuksia.
12. Nuuksio on tulevaisuuden portti Suomen luontokeskuksiin. Ei pidä unohtaa myöskään Helsingin ja Espoon mahdollisuuksia hyödyntää merta matkailussa.
13. No joo, pääkaupunkiseudun yksi vahvuus on sijaita keskellä luontoa, joka on kansainvälisesti ajatellen aika ainutlaatuista. Nuuksio on mahdollisuus, mutta kun niistä mahdollisuuksista pitäisi päästä itse asiaan eli kannattavaan liiketoimintaan!
14. Suomi tunnetaan luonnosta, se tulisi näkyä myös kaupunkilomalla. Nuuksio ja toisaalta saaristo ovat aivan vieressä

Aitous myy: suomalainenkin menee Brasiliaan katsomaan metsiä eikä metsän kuvia. Aitous on myös helppoutta, selkeyttä ja sopivuutta. Virtuaaliset tuotteet ja palvelut eivät korvaa luontomatkailussa aitoja, mutta niillä voidaan täydentää fyysisiä palveluja – ja niitä voidaan käyttää myös tiedottamiseen ja markkinointiin sekä tuotteen kokemiseen ennen ja jälkeen.

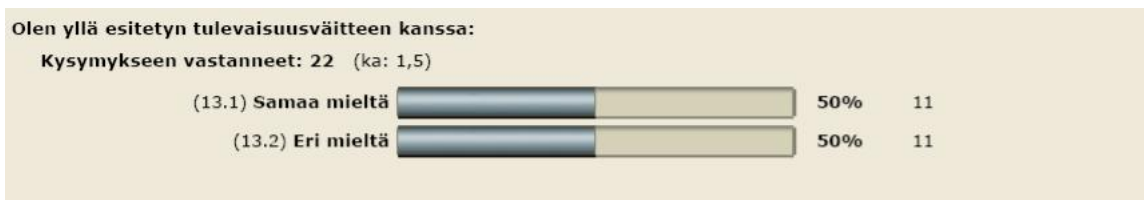


Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Suomalainen ei mene Brasiliaan katsomaan metsiä vaan häviävää Amazonasin aluetta, joka on muutakin kuin vain metsää. Mikä on tutkimuksen tekijöiden matkailuosaaminen ja -ymmärrys? Virtuaalisuus ei korvaa luontoelämystä vaan
 1. mahdollistaa tiedonsaannin ja mahdollisesti toisenlaisen elämyksen.
 2. Juuri näin.
 3. Näin on!
 4. Suomessa ei vielä osata käyttää tekniikkaa virtuaalimarkkinointiin, mutta ehkäpä senkin opimme.
 5. Tämä jyrkkä kahtia jako kuvaa vanhaa ajattelutapaa. Aitous tulevaisuuden matkailijoille luodaan myös virtuaalisuutta, teknologiaa ja luontoa yhdistämällä. Aitous käsitteenä on syytä uudelleen määritellä.

6. mutta varsin suppea näkökulma matkailuun tässäkin!!! Mitä tässä nyt haluttiinkaan tietää?
7. Aitous on tärkeä elementti matkailussa. Sen ei kuitenkaan sulje pois teknologian tarjoamia mahdollisuuksia.
8. Virtuaalisuus on hyvä markkinointiväline, se ei kuitenkaan korvaa kokemusta – tässäkin asiassa.

Luontomatkailua ajatellen Pietarin seutu on potentiaalinen asiakkaiden lähtöalue. Myös kiinalaiset ja intialaiset ovat potentiaalisia luontomatkailun asiakasryhmiä. Mutta miksi esimerkiksi pietarilaiset tulisivat Nuuksioon yms. pääkaupunkiseudun luontokohteeseen, kun luontoa löytyy myös muualta Suomesta? Tai miksi tulla ylipäätään Suomeen, kun luontokohteita (ja jopa venäjänkielistä palvelua) löytyy muualtakin – esimerkiksi IVY-maista?



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Suomella ja metropolialueella on mahdollisuutensa stop-over kohteena, lyhyt- ja mökkilomissa.
2. Kuten sanottu, luonto on yksi osa pääkaupunkiseudun matkailun imagoa. Tosin sen varaan ei voida pelkästään rakentaa strategiaa.
3. Venäläinen luonto matkailuvalttina suomelle, ei oikein todellinen maailmankuva. Myydään mieluummin suomea.
4. Ellei asiakasryhmien erityispiirteitä oteta huomioon kulttuurien ja kuluttajakäyttäytymisen näkökulmista jää Suomen tarjonta pian halvempien kohteiden jalkoihin.
5. Venäläisten kiinnostus suomalaiseen luontoon ei kulminoitu pääkaupunkiseudulle, kiinalaisten ja intialaisten ehkä kyllä. Edellyttää merkittävää tuotteistamista, jotta noin erilaisesta kulttuurista tuleva Venäjä ei pysty pitkään aikaan palvelemaan luontopuolella muuta kuin omatoimisia seikkailumatkailijoita. Palvelut ja palveluasenteet puuttuvat täysin. Kehitys vie aikansa, kun lähtökohta on nolllapiste.
6. Kysyntä tulee siinä, kun luontomatkailu yhdistetään esim. kulttuuri-/kaupunkimatkailuun. – Ei siellä metsässä kukaan urbaani matkailija kovin kauan viihdytä kuitenkaan, halutaan kokea muuta-kin esim. design asioita...
7. Tämä osuus on huolimattomasti muotoiltu. Tekstissä ei ole mitään väitettä, jonka kanssa voisi olla samaa tai eri mieltä. Hyi!
8. Luontomatkailu ei voi olla pk-seudun erityinen kilpailuvaltti, enintään täydentävä elementti.
9. Suomi-kuva Aasiassa on melko epämääräinen. Jos markkinointiponnistelut Intiassa ja Kiinassa onnistuvat, Suomi on potentiaalinen luontomatkailukohde. Venäjällä Suomella on hyvä maine esim. kalastusmaana. Potentiaalia Venäjällä on valtavasti. Suomalaisten venäjänkielen taito on heikko ja

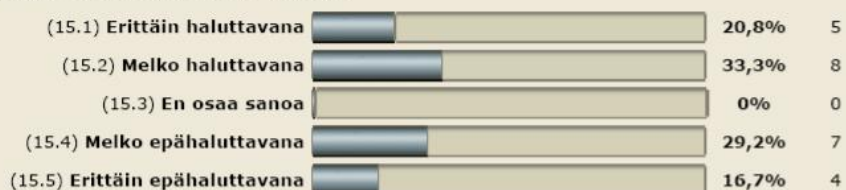
valitettavasti emme ole vielä osanneet hyödyntää niitä 50 000 venäjää äidinkielenään puhuvaa henkilöä (jotka Suomessa asuvat) matkailijoiden palvelemiseen.

10. En näkisi Leningradin Oblastia tässä yhtenä merkittävänä alueena. Venäläisille tähän luontoelämykseen liittyy myös mökkimajoitus ja haluammeko rakentaa Nuuksion alueen täyteen mökkejä? Myös kiinalaisten osalta täytyy huomioida se, että heille useammille luonto itsessään viittaa primitiiviseen olotilaan. Tällä hetkellä Kiinassa vallitsee sama tilanne kuin Venäjällä reilu 10 vuotta sitten. Kaikki mielenkiintoinen liittyy moderniin ja uuteen. Sama tilanne, jonka Suomi läpikävi 60–70 -luvuilla. Luonto itsessään ei käsitykseni mukaan kuulu siihen. Luonto enemmänkin "valjastetaan" tämän modernin käyttöön. Mielestäni potentiaalisimmat maat tulevat post-moderneista talouksista, joilla a) on varaa maksaa näistä palveluista, b) arvostavat enemmän luontokokonaisuuksia ja c) ovat "valistuneita" ymmärtämään luonnon merkityksen.
11. Niin mikä vetää Suomeen – tällä hetkellä Suomen vetovoimaa syntyy monen muun kuin luontoteeman kautta: – Suomi teknologian edistyneenä maana – Helsinki tapahtumien/konferenssien kaupunkina – liikematkustaminen + lyhyt lomat jne jne jne.
12. Kannattanee pilkkoa tämä kysymys järkeviksi osiksi!
13. Tarkasteltava myös muiden kuin Pietarilaisten kannalta asiaa. Luontomatkailuun tulee liittää elämys ym. palvelua jne.
14. Näin on, en kyllä ensimmäiseksi alkaisi myymään pääkaupunkiseudun luontoa pietarilaisille saati kiinalaisille tai intialaisille, joilla luontosuhde on jotakin ihan muuta kuin meillä!
15. Joskin luontoa on myös muualla, on luonnon kokemisen mahdollisuus ja sen saavutettavuus oleellisia seikkoja – palvelut ja tuotteet luovat kysynnän.

Aitouden osalta valittavana on kaksi visiota: 1) aitous tulevaisuuden matkailutuotteissa kalliina nichenä maksukykyisimmille asiakkaille – ja 2) aitous tavallisille ihmisille/kaikille matkailijoille suunnattuna perustuotteena?

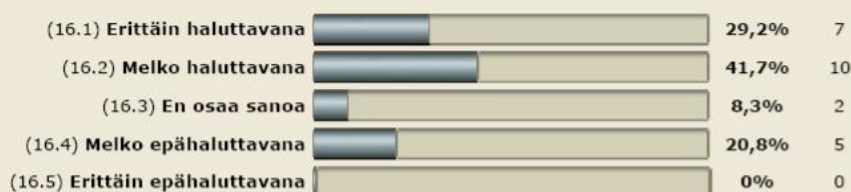
Kuinka haluttavana pidätte yllä esitettyjä visiota aitoudesta harvoille tarjottuna nichenä?

Kysymykseen vastanneet: 24 (ka: 2,9)



Kuinka haluttavana pidätte yllä esitettyä visiota aitoudesta massoille suunnattuna perustuotteena?

Kysymykseen vastanneet: 24 (ka: 2,2)



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Matkailun ideaali on demokraattisuus.
2. Tavalliset ihmiset pitävät tavalliset matkailuyritykset pystyssä. Niche-lomalaiset etsivät vain uusia kokemuksia.
3. Eivät ole toisiaan poissulkevia vaihtoehtoja.
4. Suomi ja suomalainen luonto ei kestä massaturismia, mutta kyllä matkailutuote suomalaiset ja muutkin kävijät oikein tuotteistettuna ja ajastettuna toimivat.
5. Meidän hintatasomme ja palveluosaaminen on parempi suunnata laatua arvostaville matkailijoille, ei massoille.
6. Molempia voi markkinoida ulkomaisille, mutta markkinointi lienee tehokkaampaa, jos mukaan otetaan muitakin elementtejä kuin luonto.
7. Sopii hyvin Helsinki-brändiin.
8. Viittaan tuohon aiempaan 'aitouden' käsitteeseen, joka ei kuvaa tulevaisuutta jos se jaetaan jyrkästi 'luontoon' joka aitoutta ja muuhun (ml. teknologia) joka ei muka olisi tulevaisuuden matkailijalle aitoutta.
9. Aitoudesta voidaan pyytää aina parempaa hintaa.
10. Liian suppea näkemys, jotta voisi kommentoida.
11. Luontomatkailu brandi tai tunnettavuus syntyy vain suuren joukon kokemusta perusteella – sana leviää. Eri asia on, tehdäänkö sekä hyvinkin exclusiivisia tuotteita ja toisaalta edullisia "joka miehen" retkiä tms.

4.4. Aitoja elämyksiä kiireisille ”sekä että käyttäjille”

Pääkaupunkiseudun todelliset matkailuvaltit ovat jotakin muuta kuin luonto (miksi markkinoida Helsingin seutua luontona?) ja Vihtiä tarvitaan asuntorakentamiseen ja ylipäätään muuhun kuin matkailukäyttöön.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Metropolialue on kansainvälisesti hyvin luonnonläheinen alue, mutta turha sitä on luontokohteena markkinoida. Luontoelämykset ovat toki mahdollisia.

2. Luontoa on ulkomaalaiselle Helsingissäkin paljon, mm. meri ja kehyskunnissa löytyy upeita luontokohteita.
3. Luonto on Suomessa lähellä, myös pääkaupunkiseudulla. Kaivopuistoa lähinnä sijaitseva luonnonpuisto on Harakassa ja tätä jaksetaan ääneen ihmetellä Ursulassa vuodesta toiseen kulttuurista riippumatta.
4. Pääkaupunkiseudun urbaaniuden etu on luonnonläheisyys. Siis niin kauan kun ei rakenneta ähkyksi. Ja VIHDIN tarpeellisuus sekä asunto- että matkailukäyttöön on ihan yhtä itsestään selvää.
5. Esim. Lahden oikoradan varrella näkee ruuhka-Suomen todellisuuden. Keskieurooppalaiselle koko Etelä-Suomi on korpea.
6. Helsinki ja pk-seutu on Suomen urbaanein seutukunta – siitä lähdetään eikä sitä kannata hävetä, ollaan pikemminkin siitä ylpeä. Matkailua on muutakin kuin metsässä dallailua.
7. Taas teksti vailla selkeää väitettä!
8. Pääkaupunkiseudulla yhdistyy luonto ja tehokas infran käyttö ja rakentaminen luontevasti.
9. Muistakaa hyvät ihmiset, ettei Helsingin seudun maankäyttöä ja tulevaisuutta suunnitella matkailun tarpeisiin vaan täällä asuvia ja täällä toimivia yrityksiä varten!
10. Helsingin seudun matkailuvaltteja ovat kulttuuri ja luonnonläheisyys – voittamaton "jokaiselle jotain" yhdistelmä. Etelä Suomessa voi helposti syventää matkailukokemusta – kun viipymän pidentäminen voi tänä kiireisenä aikana olla aika haasteellista (paitsi esim. intialaisten kohderyhmässä; he tekevät pitkiä ulkomaanmatkoja).
11. Totta. Luonto on osa suomalaista elämäntyyliä myös urbaanissa tilassa. Jos luonto olisi merkittävä jo nyt, Nuuksio olisi meidän 16 miljoonasta vuosittaisesta matkailijasta jo läpikoluttu. Onko trendejä osoittamassa millaisesta "luontoelämyksestä" on kokemus. Riittääkö puistomaisema? 10 minuutin piipahdus luontokeskuksessa? Vai puolen päivän patikointi erämaassa?
12. Taas tämä jyrkkä kahtia jako. Viittaan vastaukseen urbaaneista luontokokemuksista. Kaupunkiympäristö voi luoda uusia mahdollisuuksia luontokokemuksiin...
13. Koko pk-seutu on luontoa monenkin matkailija silmissä. Meri, saaristo ja lentokoneesta katsoenkin metsä.
14. Löytyy kiinnostavampia kehittämiskohteita, kuten liikematkailu, kokous- ja kongressimatkailu, vapaa-ajanmatkailu jne.
15. Luonto ja sen läheisyys ovat osa pääkaupunkiseutua.

Tyypillinen kiireisen ihmisen elämys: nopeasti mutta laadukkaasti kaikkea. Edellyttää, että tietoa on helposti saatavilla ja että tuote on helppo ostaa. Nykyihmiset ovat "sekä että käyttäjiä", jotka liikkuvat sujuvasti eri elämys ja kokemusmuotojen välillä. Ei ole enää puhtaita ooppera- tai luontomatkailijoita, vaan halutaan erilaisia mielenkiintoisia asioita koettavaksi, vaikka saman illan tai päivän aikana.

Olen yllä esitetyn tulevaisuusväitteen kanssa:

Kysymykseen vastanneet: 23 (ka: 1,2)



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Tämä on ollut tiedossa jo pidemmän aikaa...
2. Matkailu individualisoituu koko ajan, ja matkailijat laativat itse ohjelmansa useista eri osatekijöistä.
3. Ei tilanne ole muuttunut aiemmasta, se vain on havaittu.
4. Stressiä pitää vähentää eikä lisätä.
5. Sama trendi kuin ruokailussa, halutaan palvelua 24 h/7d, pientä kokemusta, vatsantäytettä useasti ja pieniä määriä.
6. Nyt tekstissä on kirjoitusvirheitäkin.
7. Juuri tässä on Helsingin mahdollisuus: monenlaisia elämyksiä esimerkiksi konferenssin ohessa erilaisille ihmisille.
8. Matkailukokemuksen syventäminen on in.
9. Huomaa kuitenkin esim. tapahtumien osalta, että matkailija on valmis jonkin erityisharrastuksensa tai mielenkiintonsa vuoksi matkustamaan minne tahansa, missä ko. tapahtuma järjestetään. Siitä huolimatta globaalisesti ko. matkailija voi olla niche-asiakas. Vrt. urheilukisojen fanittajat tai esim. Helsingin järjestämässä Euroviisutapahtumassa olleet vieraat (vrt. julkistettu tutkimus).
10. Täysin samaa mieltä – kuluttajat luovat itse elämyskokonaisuutensa, joka voi olla vaikkapa lyhyt loma, johon kuuluu kulttuuria, urbaaneja luontoelämyksiä, rauhoittumista tulevaisuuden spa:ssa ja virtuaaliostoksia tulevaisuuden hotellin try&buy palveluna ja uusimman teknologian elämyksiä virtuaalikuutiassa.
11. Toki nykyihminen haluaa kokea erilaisia asioita ja maksaa myös niistä, mutta en silti laittaisi ihan samaan koriin tarjolle hyvin erilaisia asioita. Ihmiset ovat kuluttajina hyvinkin erilaisissa rooleissa eri tilanteissa ja siihen pitäisi tarttua ja pystyä tarjoamaan hetkeen sopivia tuotteita. Todellakin niin, että niistä saa helposti ja nopeasti tietoa ja ne ovat vaivattomia kuluttaa (mutta myös maksaa). Meillä uskotaan sähköisiin välineisiin aivan liian paljon.

Miksi ajatellaan, että Suomeen matkustettaessa pitää olla virtuaalisuutta? Kuinka moni matkustaisi Pariisiin, Thaimaahan, Intiaan, Reykjavikiin tai New Yorkiin – ja vierailisi virtuaalikohteissa?

Olen yllä esitetyn tulevaisuusväitteen kanssa:

Kysymykseen vastanneet: 23 (ka: 1,5)



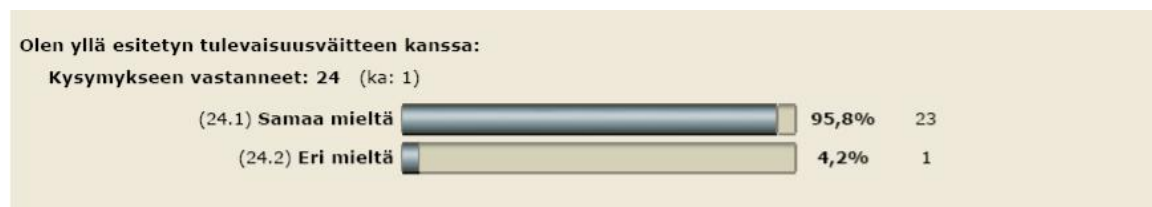
Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Virtuaalisuus ei välttämättä tarkoita jotakin kohteessa käyntiä korvaavaa vaan sitä tukevaa tai lisäarvoa tuottavaa.
2. Aitous tulee olemaan päivän sana tulevaisuudessa.
3. Hölmösti rakennettu väittämä, kun voi kruksata kumman vaan.

4. Mahdollisuus palata matkaan ja saada lisäinformaatiota on matkailijalle ehdottomasti lisäarvo.
5. Netti-ilmiöiden ym. virtuaalimuotojen kehittäminen tukee matkailun vientiä, mutta ei voi korvata sitä.
6. Virtuaalimatkailu on todellisuuspakoa.
7. Virtuaalitutustuminen on paikan ennakkomarkkinointia ja vahvistaa sitoutumista matkaan jo ennakolta. Samoin jälkimarkkinointi on helppoa virtuaalisesti..
8. Sana VÄITE näkyy kerta kaikkiaan olevan tämän kyselyn laatijoille vieras. Kukahen maksaa laatijoiden palkkion? Kenelle?
9. Suomen on saavutettava uudelleen teknologiaosaamisen johtajuus, siinä virtuaalisuus on tärkeää. Se on myös tulevaisuuden asiakkaiden luonteva toimintaympäristö.
10. Suomessa ei tarvitse olla virtuaalisuutta (jos niin ei haluta). Virtuaalisuutta voisi olla netissä (esim. pelit yms.) ja vaikkapa lentokentän uusissa terminaaleissa siten, että kiinnostus Suomea kohtaan herää.
11. Virtuaalisuus voi hyvin toimia mm. imago- ja tuotemarkkinoinnin välineenä.
12. Virtuaalisuus laajentaa matkailukohteen 'neljanteen' ulottuvuuteen. Virtuaalisesti voi tutustua kohteisiin vaikkapa jo lennon aikana: samalla voi rakentaa omaa elämyskokonaisuuttaan. Paikan päällä virtuaalisuus tarjoaa laajentaa kohdekaupungin tuntemusta – virtuaalikuutio voi vaikkapa viedä aikamatkalle historialliseen Suomeen/Helsinkiin tai siirtää matkailijan tapaamaan Suomen presidenttiä linnanvastaanotolla. Virtuaalisuuden mahdollisuudet vievät matkailijan elämyksiin, joita ei muuten olisi mahdollisuus toteuttaa... Lauloipa Celine Dionkin jo virtuaalisen dueton Helsingin konsertissaan Andrea Bocellin kanssa: ilman virtuaalisuutta tämäkin upea elämys olisi jäänyt kokematta.
13. Kehittyvä teknologia luo uusia mahdollisuuksia. En usko, että voisi korvata matkaa sinänsä. Merkitystä matkailumarkkinoinnissa varmasti on, sillä voisi tutustua etukäteen kohteeseen.
14. Virtuaalisuus toimii markkinoinnissa ja tiedottamisessa, ei kokemuksena kts. yllä.

4.5. Ääripäiden kehittyminen

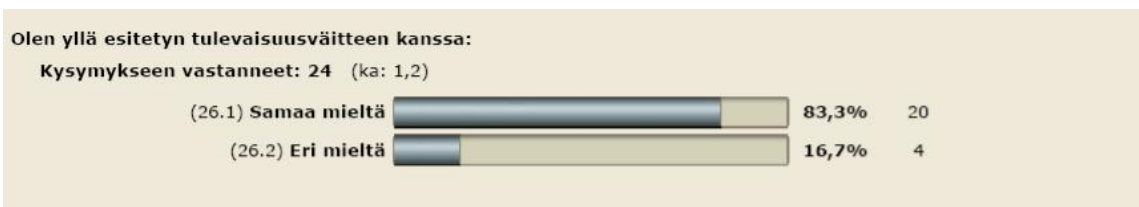
Ääripäiden kehittyminen/eri asiakasryhmien tarpeiden erilaistuminen on uskottava kehityssuunta: tulevaisuudessa samassa lentokoneessa istuu yksilöllisesti räätälöidyllä matkalla olevia kiinalaisia perheitä ja itse matkansa suunnitelleita ja varanneita selkäreppumatkalaisia...



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Ja jopa samassa luokassa... jälleen kerran jo todellisuutta.
2. On jo nyt todellisuutta.
3. Palveluihin selkeitä vaihtoehtoja. Paketointia.
4. Itsestään selvyys. Keskiluokka on jo nyt katoamassa lentoliikenteestä.
5. Energian kallistuessa ne reppureissaajat jäävät koneista.
6. Ei tämä ole mitään tulevaisuutta vaan täyttä totta jo tänään!
7. Tästä on jo viitteitä mm. omien asiakaskuntahaastattelujen osalta. Myös jakeluteillä on nähtävillä erilaistumista FIT tyyppiseen matkailuun ja näyttää siltä, että nämä matkanjärjestäjät ja matkatoimistot saavat siitä toimeentulonsa.
8. Mosaiikkimaisuus toteutuu tulevaisuudessa – matkailijoiden, matkakohteiden jne. osalta.
9. Näin tapahtuu jo nykyään.
10. Muistaen kuitenkin, että sama ihminen voi kuluttujana olla hyvinkin monenlaisessa roolissa eri aikoina!
11. Ihmiset ovat erilaisia mieleltään, arvoiltaan ja kukkaroltaan – nämä pitää aina muista tuotteistamisessa.

Suuret ikäluokat ja nykyiset aikuiset eivät etsi ja arvosta virtuaalisuutta – päinvastoin kuin lapset ja nuoret. Vastaavasti suuret ikäluokat etsivät luonnosta hiljaisuutta – ja nuoret jotakin muuta: esimerkiksi pelimaailmaa ja yhteisöllisiä aktiviteetteja. Elämäntavat ja elämäntilanteet erilaistavat käyttäjäryhmiä.



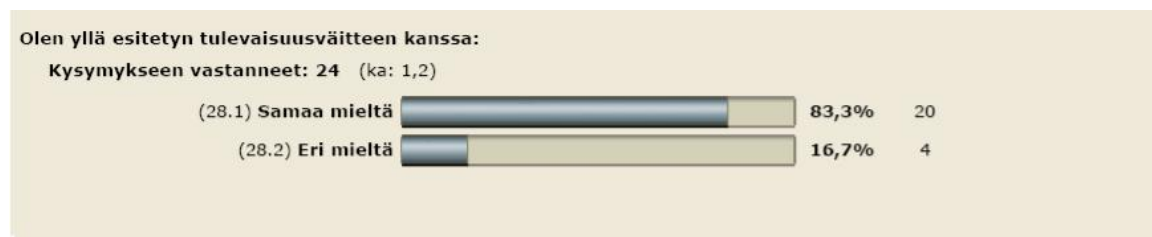
Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Jälleen kerran, mikä on virtuaalisuuden funktio?
2. On jo nyt todellisuutta. Pitää muistaa, että nuoret voivat etsiä myös hiljaisuutta ja suuret ikäluokat ja aikuiset virtuaalisuutta. Aktiviteetit pitää suunnitella ikäluokattomiksi, niin että kaiken ikäiset voivat niistä nauttia.
3. Käyttäjäryhmien erilaistuminen ei ole katoava piirre vaan luonnehtii tulevaisuuden käyttäjätarpeita myös matkailussa.
4. Positiiviset kokemukset saavat myös nuorison liikkeelle, jos tuotteistus on riittävän houkuttelevaa. Meille selvästi ydinhaasteita, sillä luonto-osaaminen heikkenee merkittävästi, ellei kiinnostusta saada kasvamaan nuorten parissa.
5. Japanilaisten mukaan ihmisen tulisi viettää luonnossa vähintään viisi tuntia/kk.
6. Markkinat pirstaloituvat matkailussakin yhä pienempiin segmentteihin.

7. Suomalainen suurten ikäluokkien edustaja voi etsiä hiljaisuutta, mutta esim. ikänsä Lontoossa tai NY:ssä asunut suurten ikäluokkien edustaja ei todellakaan välttämättä etsi hiljaisuutta – hiljaisuus voi olla jopa pelottavaa.
8. Näin taitaa olla.
9. Jyrkkä kahtia jako ei toteudu tulevaisuudessa. Mosaiikkimaisuus näkyy myös siinä, että palveluita ei joka kerta toteuteta tai vaadita samanmuotoisina. Sama henkilö voi tiettyinä hetkenä olla perhematkaaja, liikematkaaja, puolison kanssa matkaava jne.: nämä roolit enemmänkin määrittävät miten asioihin tietyssä tilanteessa suhtaudutaan. Fakkiintuminen ei ole tulevaisuutta.
10. Osa etsii, osa ei.

4.6. Stopoverit ja gateway-matkailu

Elämykselliset lisäarvopalvelut voivat tulevaisuudessa olla lentokenttien kilpailukykytekijä – ja hyvän kuvan lentokentästä (ja kaupungista/maasta) saanut matkustaja voi palata myös myöhemmin pidemmälle lomalle.



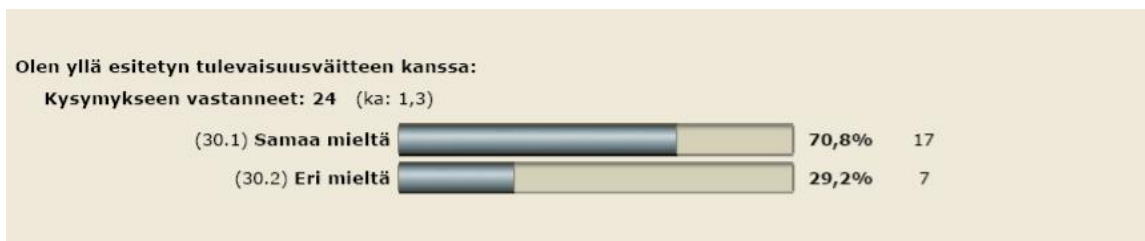
Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Gateway-matkailuun olisi panostettava, sillä koneen vaihdon yhteydessä olisi aika usein mahdollista tehdä muutakin kuin istua lentoasemalla.
2. Tällä ei ole merkitystä tulevaisuuden kannalta. Lentokentät ovat aina tylsiä paikkoja, joissa oleskeluaan vain pakon sanelemina.
3. Kyllä, vertaa esim. Reykjavik ja lisäpalvelut siellä.
4. Näin toimin itsekin jo nyt. Lentokentät ovat näyteikkunoita maan/kaupungin/kohteen toimivuudesta.
5. Lentoaseman on hyvä erottautua muista asemista. Lentoasema luo maabrändiä gateway -asiakkaalle.
6. Olisi todella hienoa, jos lentokentältä voisi lähteä esim. kaupunkikiertoajelulle – tai pitkän lennon jälkeen kylpylään muutamaksi tunniksi.
7. Suhtaudun näihin stop-over- ja gateway-matkailukeskusteluihin varautuneesti, koska kuten mm. Finnair toivoisi, niin meillä ei ole tarvetta lisätä lyhyen viipymän matkailua. Meiltä alkaisi katoamaan täältä pk-sektorilta matkailuyrityksiä, koska ne tappelisivat samasta asiakkaan ajasta ja vain suosituimmat ja tavallisimmat palvelut veisivät voiton. Tällä hetkellä meidän ensisijainen tavoite on

viipymän kehittäminen, toisella sijalla talvimatkailun kehittäminen ja kolmannella vasta – uusien asiakasryhmien saaminen Helsinkiin.

8. Tämä vaatii omaa tuotteistamista. Lyhyet pyrähdykset kentältä keskustaan ja nähtävyyksiin/shoppailuun/urbaanin tunnelman hakemiseen vaativat nopeita kulkuyhteyksiä, toimivaa kenttää ja palveluiden konseptointia.
9. Kilpailu kiristyy ja myös tällä alueella kilpaillaan tulevaisuudessa nykyistä enemmän.

Matkailijat haluavat nopeita yhteyksiä – stopoverit (välipysähdys matkalla 24 h tai yli) voivat silti yleistyä ja ne ovat siksi pääkaupunkiseudun matkailulle todellinen mahdollisuus. Gateway-matkailussa (välipysähdys alle 24 h) odotusaikojen tulisi kuitenkin olla niin lyhyitä kuin suinkin (alle 7 tuntia). Tekniikan (esimerkiksi energiatehokkuuden) kehittymisen vuoksi stopoverit ja gateway-matkailu voivat myös loppua, kun koneet lentävät suoraan kohteisiin lähtökaupungeistaan.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Erityisesti kun joudutaan matkustamaan useiden aikavyöhykkeiden yli.
2. Koneet tuskin lentävät nykyistä enemmän suoraan paikasta toiseen, koska polttoaineen hinta pakottaa vähentämään lentoja. Se pakottaa lentoyhtiöt laatimaan uusia reittiyhdistelmiä, jotka tulevat hankaloittamaan matkustamista.
3. Vaikea uskoa että hubit katoavat. Ovat kuitenkin liiketoiminnan keskittymiä ja siksi saavat "ilmaista" mainosta.
4. Gateway matkailu kasvaa, liikennelogiikka ajaa siihen.
5. Lentomatkailusta on tehty niin epämiellyttävää, ettei siihen kovin helposti saa liitettyä elämänsäpalveluita muuta kuin pakollisia koneenvaihtoja varten. Ilmastonmuutoksen torjuminen tulee väistämättä nostamaan lentomatkailun kustannustasoa radikaalisti. Tällöin matkaillaan tehokkaasti suoraan sinne, minne ollaan menossa.
6. Islanti on onnistunut stopover-markkinoinnissa. Suomella on siihen myös mahdollisuus, jos Finnair niin haluaa. Toistaiseksi Finnairilla ei ole ollut moraalista velvollisuutta saada asiakkaansa pysähtymään Suomessa; Finnair on panostanut lyhyisiin vaihtoaikoihin ja liikematkailuun. Ehkäpä huonot ajat tuovat muutoksen tuulia ja vapaa-ajan matkailijakin on taas haluttu.
7. Tällä hetkellä ko. stop-overeita tarjotaan asiakaskunnalle (kiinalaiset, japanilaiset, intialaiset), joille kuitenkin matkan sisältö on enemmän ns. country hopping -tyyppistä, johon lyhyet kesto eri kohdemaissa ja kohteissa ovat tyypillisiä. Täytyy kyllä myöntää, että intialaisten viipymä Helsingissä on poikkeuksellisen pitkä (lähes 5 vrk) verrattu muihin kansainvälisiin matkailijoihin (2 vrk). Onko tä-

mä merkki stop-overin tai gateway-matkailun onnistumisesta? Epäilen. Olen yllättynyt siitä, että Helsingin matkailijamäärien eli 16 miljoonan matkailijan osalta, eri tahot tuntuvat olevan huolissaan Helsingin vetovoimasta itsessään ja tarjoavat vain tätä stop-overia. Gatewayn näkökulmasta olemme hyödyntäneet jo Itämeren piirissä olevaa kaupunkiverkostoa ja teemme yhteistyötä Suomessa eri matkailualueiden kanssa. Kuitenkin markkinointiponnisteluista huolimatta tuntuu, että Finnairilla on tämä käsitys ja tämä keskustelu on käynnistetty lähinnä sen vuoksi, että Finnair ei ole saanut rakennettua lentoaikataulujaan sopivaksi Itä-Aasian ja Euroopan välisille lennoille. Finnair on tarjonnut mm. Japanissa jatkolennon seuraavana päivänä (1 yö) Helsingistä Eurooppaan samaan hintaan kuin suoraan transit-matkustajille, jotka eivät siten tarvitse yöpymistä. Ja tähän sitten tarjotaan yhteistyötä. Sen pystyy hoitamaan jo paikalliset DMCT ja incoming-toimistot itsenäisesti. Siihen ei tarvita erillistä markkinointiponnistusta.

8. Kyllä varmasti ensi sijainen suuntaus on suoriin lentoihin – tosin pitkät etäisyydet esim. USA–Hki–Aasia jatkossakin edellyttää välipysähdystä.
9. Rajatulle kohderyhmälle hyvä tuote. Ei lopu aina tarvitaan syöttöliikennettä – kustannussyistä.
10. Kyllä jo tämän päivän kuluttaja haluaa päästä "perille" mahdollisimman vaivattomasti (ilman stop-overeita tai gatewaytä) ja nopeasti.
11. Kaikki eivät ole samasta puusta leikattuja. Kysyntä ohjaa myös tarjontaa. Toki myös energianhinta ja käytettävissä oleva aika määrää tarjontaa ja kysyntää.

4.7. On Demand (asiakkaiden tarpeisiin laaditut matkailupalvelut)

Esimerkiksi huippukirurgia on juuri sitä korkeaa (palvelu)osaamista, jonka tuottamiseen Suomen tulee panostaa, kun tuotantoteollisuus vähenee. Wellbeing sopii hyvin myös suomalaisen matkailualan profiiliin. Hyvinvointipalvelujen kaupallistaminen olisi yksi Suomen kilpailukykyä edistävä asia ja tähän on potentiaalista kytkeä matkailu-, elämys- ja näihin liittyviä teknologiapalveluita. Kilpailu tällä tuotteella on kuitenkin kova (vrt. Saksan ja Itävallan sairaalahotellit).

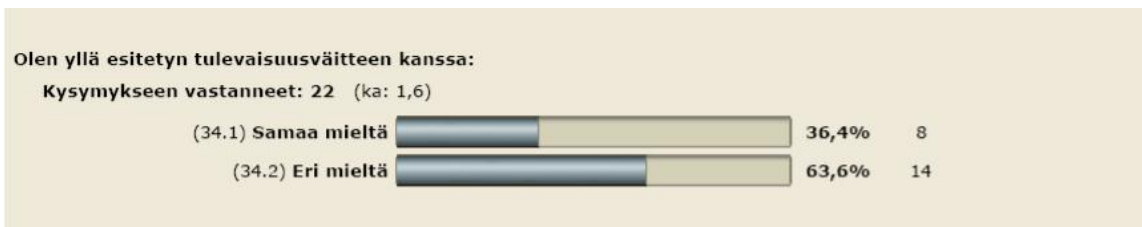


Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Suomen imago huippukirurgiakohteena ei absoluuttinen. Kilpailu maailmalla on kovaa. Töitä olisi tehtävä.
2. Ei ole Suomen imago.
3. Taitoa on, asenteita kaivataan.

4. Markkinat ovat kasvussa. Jos lääkärit ovat liian kalliita tai niitä ei saa, tuodaan heitä Intiasta. Business on kannattavaa ja sopii Suomelle kuin voi leivän päälle.
5. Minkähän kassa tästäkin olisi nyt tarkoitus olla mitä mieltä? Kysely olisi pitänyt koeajaa kriittisellä ryhmällä.
6. Kun naapurimaana on Venäjä, mahdollisuudet ovat valtavat.
7. Nämä kirurgiset leikkaukset ja radikaalimmat hoitomuodot ovat jonkinlainen jäävuoren huippu, mutta toki Wellbeing kokonaisuudessaan on mielenkiintoinen. Tämä pitäisi laajemmin ottaa matkailuteollisuuden piiriin ja tuotteistaa se matkailun näkökulmasta sekä markkinoida osana matkailukeskusten toimintaa.
8. Yleensä hyvinvointiin liittyvät palvelut tulevat lisääntymään – eri asia on onko kirurgia Suomen ydinosaamista...
9. Wellbeing matkailu lisääntyy. Siihen kytkeytyy myös muita matkailun palveluja.
10. Hyvinvointi matkailu on totta. Onko huippukirurgia matkailuvaltti, en usko. Suomeen tullaan mahdollisesti hoitamaan sairautta, ei sairauslomalle.

Sosiaali- ja terveyspalveluita ei kannata käyttää matkailutuotteena, koska se lähinnä voimistaisi ihmisten epätasa-arvoa. Miten heikompituloiset saisivat lääkäripalveluja, jos niistä tehtäisiin varakkaiden matkailupalveluita? Miten huono-osaisten kävisi jos elimetkin annetaan eniten tarjoavalle? Kamalaa, tympäisevää ja eriarvoistavaa rahanlevitystä. Mitä tekevät ne, joilla ei ole rahaa?



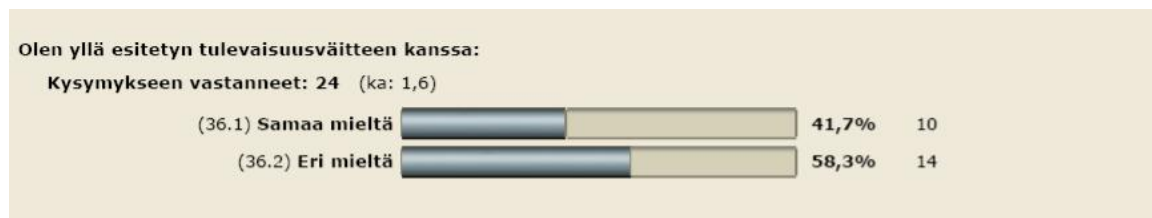
Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Kyse ei kai ole paikallisväestön palvelujen huonontamisesta vaan yksityisistä palveluista. Suomen julkiset terveyden- ja sairaanhoitopalvelut eivät taida käytännössä olla kovinkaan rapoiset tällä hetkellä.
2. Matkailupalveluihin rinnastettavat sosiaali- ja terveyspalvelut eivät saa viedä resursseja yhtään tavallisten veronmaksajien hoidolta. Tosin lääkäreille voi olla houkutus siirtyä yksityiselle puolelle parempien ansioiden toivossa.
3. Toisarvoista mikä on matkan perusmotiivi. Viipymässä käytetään paljon erilaisia palveluita.
4. Hyvin maksavat asiakkaat varmentavat myös heikompituloisten palveluja. Elinluovutuksessa lainsäädäntö peliin.
5. Otetaan rikkailta rahat ja parannetaan niillä täkäläisiä palveluja, joista hyötyvät kaikki.
6. En ymmärrä logiikkaa, jolla väite on tehty...
7. Maksavat asiakkaat voivat nimenomaan kehittää Suomen terveydenhuoltoa.

8. Eiköhän tämä mahdollista enemmänkin sitä, että meillä "taviksillekin" jäisi näitä palveluja tulevaisuudessa hyödynnettäviksi. Toki tähän ehkä tarvitaan lainsäädäntöä tai muita ohjeistuksia eli palvelut olisivat osa Suomen omaa sosiaali- ja terveystaloutta.
9. Onpas kirjoitettu ihmeelliseen sävyyn. Eihän kysymys ole ihmisten epätasa-arvoistamisesta!
10. Elinsiirrot eivät ole elämys tai hyvinvointi tuotteita. Siinä on kyse ihmisen terveydestä ja lähes aina myös kuolemasta jos siirtoa ei saada.

4.8. Kestävä kehitys

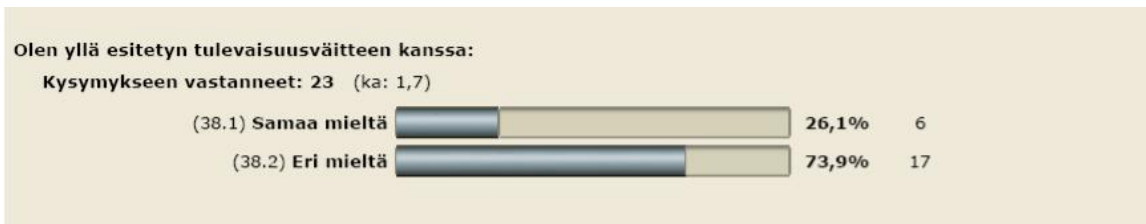
Konferensseja ei tulevaisuudessa järjestetä livenä – ja työmatkoja vältetään.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Verkostoitumisen ja sosiaalisten suhteiden rakentaminen ja ylläpitäminen ei aina onnistu digitaalisesti.
2. Ihmiset aina haluavat tavata face to face. Sinänsä turhat työmatkat vähenevät, mutta konferenssin tai kokouksen sisältö ratkaisee.
3. Parhaat kontaktit, tulokset ja myynti syntyvät kasvotusten.
4. Ihmisten yhteisöllisyyden tarve ei katoa minnekään.
5. Tarve tavata asiakkaat ja yhteyshenkilöt naamatusten ei liene häviämässä.
6. Kokousmatkailu on kasvussa ja ihmisillä tarve kokoontua myös jatkossa.
7. Virtuaaliratkaisut lisääntyvät mutta eivät kokonaan syrjäytä vuorovaikutusta livenä.
8. Konferensseja järjestetään jatkossakin, mutta harkitummin kuin nyt. Lentomatkojen kustannustaso tulee oleellisesti nousemaan ja se pienentää volyyymiä.
9. Väliaikaisesti voi käydä näin. Pitkällä tähtäimellä keksitään ympäristöystävällisiä tapoja liikkua ja kokoontua. Kaikki kehitys tapahtuu vuorovaikutuksessa.
10. Kyllä luulen, että näihin on tarvetta. Se miten ne toteutetaan on enemmän fokuksessa.
11. Osaltaan yrityksen siirtyvät videokokouksiin ja kestävä kehitys suuntaa siihen, että vain tärkeimmissä tapauksissa matkustetaan paikan päälle. Konferenssien laatu ja sisältö nousevat keskeisiksi valintakriteereiksi.
12. Väitän, että tulevaisuudessakin ihmisten on kohdattava "face to face". Varmasti toki ilmastonmuutoksen myötä "turhaa" matkustamista vältetään käsittääkseni jo nyt ja jatkossa entistä enemmän, mutta en kyllä usko siihen, etteivätkö ihmiset haluaisi kohdata kollegojaan myös tulevaisuudessa.
13. Todennäköisesti monet kokoukset yms. voidaan hoitaa netin tai muun tekniikan välityksellä. Eri asia on miten ja kuka sen palvelun tarjoaa ja hinnoittelee. Siinä on varmasti liiketoiminnan mahdollisuus.

Kestävä kehitys tekee matkailusta epäsuosittua ja kallista.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Kestävä ja vastuullinen matkailu mahdollistaa elinkeinon tulevaisuuden.
2. Kallista ehkä, mutta ei epäsuosittua tästä syystä.
3. Lähimatkailu voi tulla suosituimmaksi kuin kaukomatkailu, mutta ihmiset haluavat aina liikkua ja nähdä uusia paikkoja tai olla hetken pois tutusta ympäristöstä.
4. Matkailu ei katoa minnekään, kohteet ja tuotteet vain vaihtuvat.
5. Matkailu ja halu nähdä ja kokea eivät katoa. Matkailu muuttaa muotoa.
6. Päin vastoin antaa mahdollisuuksia myös tulevaisuuden matkailuun. Kalleus on suhteellista, Suomessa hinnoiteltu korkeammin kuin useissa muissa maissa. Kestävän kehityksen ratkaisut ovat useimmiten edullisia myös yrittäjille!
7. Öljyn hinta karsii turistik.
8. Tarvitaan innovatiivisuutta ja uutta ajattelua. Tekniikka kehittyy myös nopeasti, kunhan siihen sijoitetaan voimavaroja.
9. Epäsuosittua ei, kallista kyllä.
10. Opettelemme matkustamaan vihreästi.
11. Se pidentää matkailukeskusten ikää ja samalla niiden vetovoimaisuutta.
12. Kestävä kehitys suuntaa tapaan matkustaa ja matkailla – matkailu sinänsä ei tule olemaan epäsuosittua.
13. Kyllä niin voi käydä!
14. Kestävä kehitys ohjaa matkailua, ei poista tai lopeta sitä.

Kehitys kulkee siihen suuntaan, että vain varakkailta on ylipäättään mahdollisuus matkustaa.



Kommenteja ja toimenpide-ehdotuksia:

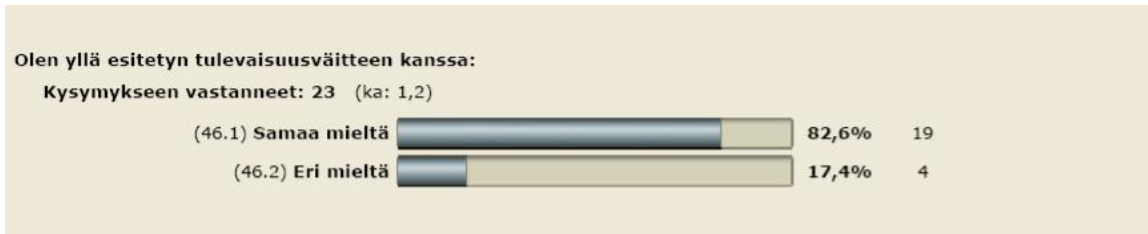
1. Matkustaminen on ollut varakkaiden etuoikeus, sillä käytännössä vain 2–4 % maailman väestöstä tekee ulkomaan matkoja. Volyymi on joka tapauksessa suuri.
 2. Muutoksia matkatottumuksissa on jo nähtävissä. Lähialueet ja "se elämäni matka" tulevat yleistymään.
 3. Junat kulkevat myös tulevaisuudessa.
 4. Matkustamisen hinta tulee porrastaa matkustajan tulotason mukaiseksi.
 5. Ainakaan nykyajan matkailumarkkinoiden muutokset eivät anna tähän viitteitä. Enemmänkin päinvastoin. Uusia markkina-alueita Aasiasta, Afrikasta ja Etelä-Amerikasta avautuu melko nopeallakin tahdilla.
 6. epärelevantti ajatus.
 7. Kysynnän ja tarjonnan puitteissa kehittyä edelleen.
 8. Toivottavasti ei!
 9. Ihmiset tulevat aina viettämään lomaa. On meidän matkailualan toimijoiden asia kehittää eri ryhmille sopivia vaihtoehtoja.
-

Minkälaisia eettisiä kysymyksiä liittyy matkailuun?

1. Vastuullisuus niin liiketoiminnassa kuin kuluttamisessa ja käyttäytymisessä.
 2. Ympäristö ja luontoarvot – kulttuurin muuttuminen tai tuhoutuminen (kaupallinen folklorismi. Suomessa näitä ylikuormitettuja kohteita vähän tai ei laisinkaan).
 3. Alueen oma kulttuuri katoaa? Alueen luonto kärsii? Rahat menevät itsekkääseen käyttöön? Lisää eriarvoisuutta? Kulttuuriperintö katoaa? Onko oikein että vetovoimaisemmat alueet syövät vähemmän vetovoimaisia esim. tilaisuuksien hankkimisessa?
 4. Pakolaiset, rajoitukset, turvallisuus, rikollisuus, huumeongelmat.
 5. Ks. ed.
 6. Suhtautuminen ilmastonmuutokseen – kestävä ratkaisut palveluiden tuottamisessa.
 7. Suhde ilmastonmuutoksen torjuntaan muodostuu erittäin ratkaisevaksi.
 8. Toisin tähän vastuullisen liiketoiminnan näkökulman, josta uskon mahdollisesti tulevan Suomelle uusi kilpailuetu, kunhan yritykset veisivät tätä kestävä kehityksen matkailun näkökulmaa hieman laajemmalle. Se tulisi liittää mm. Laatu1000 -ohjelman osaksi.
 9. Vastuullisen liiketoiminnan näkökulma nousee keskeiseksi ja päällimmäisenä kestävä kehitys.
 10. Kyllä kestävä kehitys ja esim. ilmastonmuutos ovat vaikeita kysymyksiä matkailun kannalta.
 11. Kestäväkehitys – tasa-arvoisuus, eri rotujen, kulttuurien, varallisuuden näkökulmista. – aitous – matkailu on odotusarvoja lomasta tai kohteesta, ne täytyy voida todentaa – kokea.
 12. Luonnon liikakuluttaminen, alkuperäisväestön alistaminen.
-

4.9. Wellness-elämiskäytävä

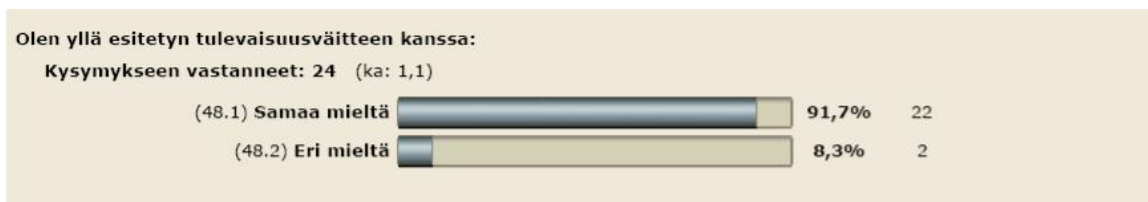
Elämysellinen ja funktionaalinen (esimerkiksi terveysvaikutteinen) työmatkailu on vähintäänkin mahdollinen tulevaisuuskuva. Todennäköinen kohderyhmä on nuoret, koulutetut, terveet ja varakkaat naiset – joiden määrä kasvaa sekä lännessä että Aasiassa.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Aivan liian rajoittunut näkökulma.
2. On jo nyt toteutunut. Gym, Spa, wellness ovat kilpailuvaltteja ja vaadittuja asioita kaikkien asiakkaiden keskuudessa.
3. Vanhenevat ikäryhmät ovat todennäköisempi matkailijaryhmä esitetyssä segmentissä.
4. En osaa sanoa.
5. Herra jestas mikä nimihirviö! Wellness elämiskäytävä! Mistä te keksittekin näitä! Voisiko joku josakin tilanteessa kuvailla tätä käytävää yhteisissä kokouksissamme? Puhutaanko ihmisen elämän kaaresta – "kehdestä hautaan" tyyppisesti? Vai hoitomuotojen kokonaisvaltaisesta tarjonnasta yksittäiselle ihmiselle räätälöidysti? Näkyykö käytävän päässä valoa? :)
6. Terveysvaikutteinen tai wellness lomailu on eri asia kuin "päivä- tai raskaskirurgia".

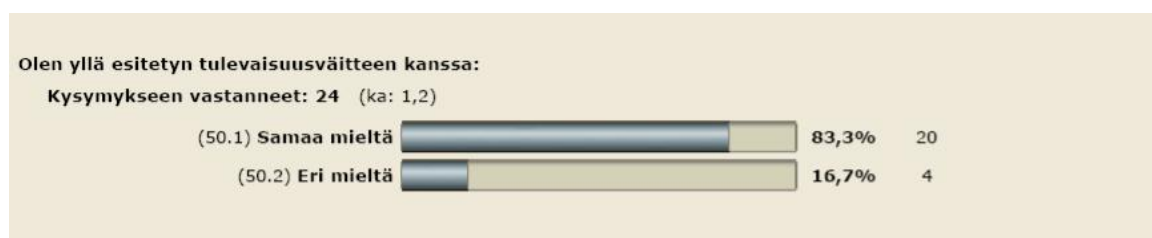
Aika on kallista, joten 8 h odotus on liian pitkä. Jos Helsinki-Vantaan lentoasema haluaa pitää gateway - asemansa niin yhteyksiä pitää olla enemmän ja odotusaikojen lyhyempiä. Matkan aikana käytettyjen hyvinvointipalveluiden kysyntä ehkä kasvaa, mutta vaihtoaikojen on oltava niin lyhyitä kuin mahdollista.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Kuka haluaa viettää kahdeksan tuntia Helsinki-Vantaalla? Ainakaan nykyisillä palveluilla.
2. Liian pitkät vaihtoajat aiheuttavat uuden reitin etsimisen. Mikäli tarjolla on todellinen vaihtoehto oman itsensä hoitoon, niin hieman pidempi vaihtoaika on ok, mutta esim. 8 h vaihtoaikaa henk koht en enää hyväksyisi.
3. Lentoyhtiöiden ja maapalveluiden asia. Riippuu täysin kysynnästä – tämän asian hoitavat markkinat automaattisesti.
4. Tehokkuuden vaatimus on jo nyt sisäänrakennettu osa työmatkailua. Aika todella on rahaa.
5. Gateway matkustajia on monenlaisia – toiset kiireisiä ja toiset eivät, palveluja kannattaa tarjota molemmille ryhmille.
6. Kannattaisi opiskella pilkutusta.
7. Liikematkailijalle kyllä; vapaa-ajan matkailija voi olla hyvinkin kiinnostunut bongaamaan uusia kohteita.
8. Joo, itse en pidä lentokentillä luuhaamisesta ja toisaalta "stressaa" jo pelkkä ajatus, että yrittäisin bongata vieraita kaupunkeja ja "käyttää aikaani hyväksi" bongaamalla uusia kohteita. Työmatkustukseen soveltuu mielestäni heikommin. Ehkä vapaa-ajan matkailija – Helsingin osalta 50 % kokonaisvolyymista – voisi olla kiinnostunutkin. Flamingon tai Aviapoliksen markkinointi kuluttajalle, joka on juuri lentokoneessa tulisi olla erittäin korkeatasoista ja houkuttelevaa, että saisi tekemään päätöksen tästä lyhyestä vierailustaan kentän ulkopuolelle.
9. Matkustaminen paikasta A paikkaan B on matkustajalle välttämättömyys, siihen ei haluta käyttää enempää aikaa kuin on pakko. Eri asia on, että tulevaisuudessakin tarvitaan vaihtoja ja myös odotusaikoja. Mitä enemmän ja kauempaa matkustetaan sitä ruuhkaisemmaksi taivas muuttuu = odotusaikoja.

Mikäli teknologia (esimerkiksi lentokoneiden energiatehokkuus) muuttuu siihen suuntaan, ettei välilaskuja enää välttämättä tarvita, niin hyvinvointipalveluihin liittyvät stopoverit (24 h) ja erilaiset gateway-tuotteet (alle 7 h) voivat tulevaisuudessa olla myös itsetarkoituksellisia: pysähdytään erityisesti oopperan, luontomatkan yms. elämys- tai terveyspalvelun vuoksi – esimerkiksi osana yritysten työhyvinvointiohjelmia.

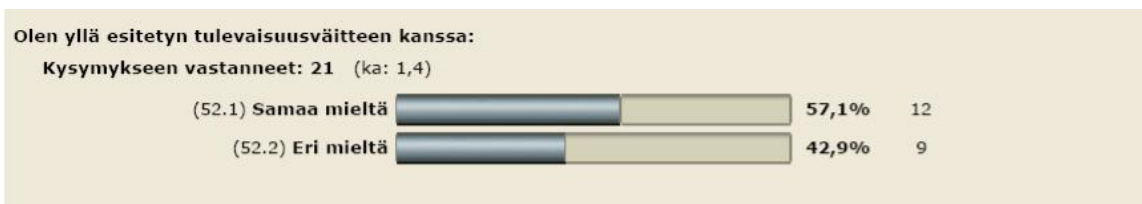


Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Kyllä nykyisinkin voidaan lentää hyvin pitkiä välilaskuttomia välejä. Outo ajatus?
2. uskon, että enemmän tehdään lyhyitä kiertomatkoja kuin stopover-matkoja.
3. Saattaapi olla noinkin.

4. Kilpailu työntekijöistä vaatii erityishuomiota henkilöstöön.
5. Sopii toisille varmaan hyvin.
6. Lentokoneiden energiatehokkuus ei voi koskaan kehittyä niin suureksi, että välilaskut jäävät kokonaan pois. Pikemminkin energiatehokkuus suosii pitkillä lennoilla yhä suurempia koneita, mikä lisää jatkoyhteyksien tarvetta.
7. Menestys riippuu tuotteistuksesta ja markkinoinnista. Ensimmäisessä me suomalaiset olemme hyviä – jälkimmäisessä kehitysvaraa on.
8. Eihän silloin puhuta enää stop-overista! Tai gatewaysta? Nyt kysymyksestä tulisi poistaa sana "pysähdytään". Silloinhan käyttäen kirjoittajan sanaa "itsetarkoituksellisesti" matkustetaan ko. kohteeseen ja hyödynnetään näitä palveluja. Uskon siihen. Siitäkin on jo olemassa todisteita.
9. täysin relevantti tulevaisuus, jos palvelukonseptit ovat toimivia
10. Silloin täytyy vain tarjolla olevat palvelut olla niin houkuttelevia ja tunnettuja, että ne houkuttavat pysähtymään välille. Niiden pitää siis olla erittäin korkeatasoisia ja kansainvälisesti arvostettuja.
11. Tuotteistamisen paikka.

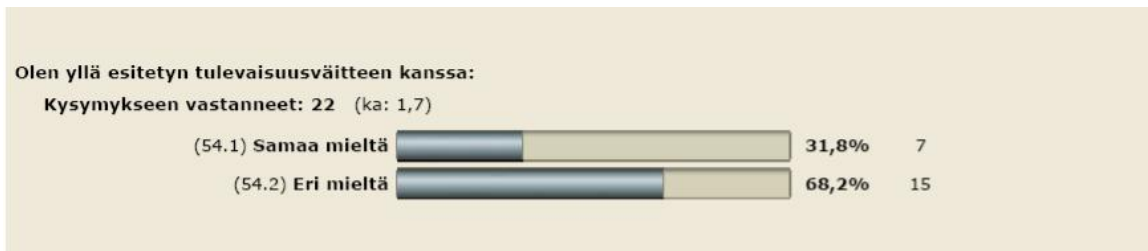
Virtuaalimaailmojen kaupallistaminen niin, että viivan alle jää jotakin tuotekehityskustannusten poiston jälkeen, on todella vaikeaa. Korkeaa teknologiaa hyödyntäen tuotetut stopover-palvelut ovat kuitenkin todennäköinen tulevaisuuskuva (vrt. Islannin/Reykjavikin BlueLagoon).



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Kun palvelut tuottavat käyttäjille lisäarvoa, niistä ollaan valmiita maksamaan. Mitä Blue Lagoon tarkoittaa tässä?
2. On toteutunut jo nyt esim. Habbo Hotellin muodossa. Tosin aitous luontokohteiden näkemisessä ei tule muuttumaan. Nytkin voi netistä katsoa miltä BlueLagoon näyttää, mutta fiilistä ei voi tuoda.
3. Blue Lagoon ei ole korkeaa teknologiaa hyödyntävä kokonaisuus, mutta väite on muuten sopiva
4. eos.
5. Tosin haaste pääkaupunkiseudulle. Mikä olisi meidän BlueLagoon?
6. Huom! BlueLagoon ei ole kovin korkeatasoisesti toteuttu. Mutta Satujen saarella Reykjavikissa it-sessään ei ole kovin "elämyksellistä" viettää aikaa – ellei ota huomioon sen yöelämää. Kaikki se elämyksellisyys on saaren muissa osissa. Minun on vaikea henkilökohtaisesti keskustella tästä stop-over kysymyksestä. Ymmärrän, että näkökulmana on Aviapoliksen kehittäminen, mutta jos se on ainoa näkökulma, niin se ei ole mielestäni a) kestävä kehityksen näkökulma ja b) ei kestävää yleisesti matkailun kehittämiseksi.
7. Stop Overit voivat olla hyvin tuotteistettuna hyvä lisä palvelujen tuottajien kukkaroon.

Pääkaupunkiseudun matkailubusiness on keskittynyt yksinkertaiseen kuljettamiseen ja yöpymiseen. Muihin palveluinnovaatioihin ei ole perinnettä, kykyä/osaamista eikä motivaatiota.



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Nykyisellä tullaan toimeen, miksi vaivautua muuhun?
2. Osaamista on, mutta halu ja joustavuus uupuu vielä. Kysyntä voi tulla todella nopealla aikataululla, joten siihen vastaaminen on haasteellista.
3. Joo aika vähän, mutta hyvää osaamistakin on ja tuotteita. Vaikkapa LSS:n kaikki risteilymatkustajille tarjoamat tuotteet ja palvelut. Voisi varmaan laajentaa sinne lentomatkailijoiden luo.
4. Toiminnot ovat hajanaisia ja huonosti näkyvillä (=saavutettavissa) Klusteria tarvitaan kokonaisuuden muodostamiseksi.
5. Riippuu, mistä toimijaryhmistä on kyse. Osin totta, osin kaukana todesta.
6. Keskustan ravintolapalvelut ovat hyvä esimerkki siitä, että väite on fiktio.
7. Perinteitä, kykyä ja osaamista on myös Suomessa – tuotteiden ja palvelujen markkinoinnissa on resurssipula (rahaa, osaamista ja asiakasnäkökulma saattaa puuttua).
8. Heh, provokatiivisesti asetettu kysymys. Kuten minun omatkin mielipiteeni. Ehdottomasti eri mieltä.
9. Löytyy runsaasti tarjontaa vrt. kulttuuri, viihde, kylpylä etc.
10. Paljon on jo tehty, mutta työtä riittää vielä pitkäksi aikaa.

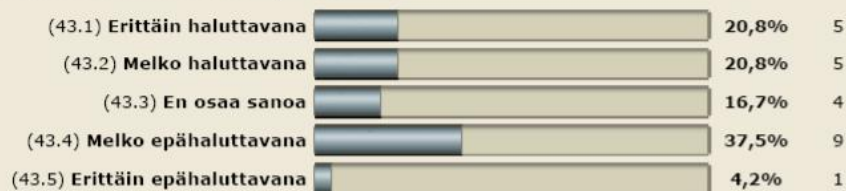
4.10. Aviapoliksen kaksi visiota

Aviapoliksen alue ei nykyisellään ole rauhallinen, avara ja tilaa tarjoava, vaan Flamingo – kuten alueen muutkin hotellit – sijaitsevat toimisto- ja teollisuusalueella. Aviapoliksen kehittämiseksi on kaksi (vaihtoehtoista) suuntaa: koko aluetta voidaan kehittää niin, että siitä kehittyy businesta, matkailua ja elämyksiä yhdistävä viihtyisä ja toiminnallinen kokonaisuus.

Vaihtoehtoisesti alueesta voidaan kehittää laadukas ympäristö paljon matkustaville – vaikka todellinen aitous ja rauha löytyisivätkin hieman kauempaa (Helsingistä ja lähialueen luonto- ja kulttuurikohteista). Ensimmäisessä vaihtoehdossa Aviapolis olisi viihtyisä ja suosittu kaupunginosa – ja jälkimmäisessä viihtyisä lentokenttä ja työssäkäyntialue.

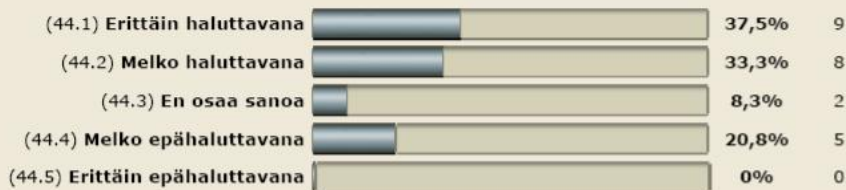
Kuinka haluttavana pidätte yllä esitettyjä visioita Aviapolis-alueesta viihtyisänä ja suosittuna kaupunginosana (asumisen ja vapaa-ajan näkökulmasta)?

Kysymykseen vastanneet: 24 (ka: 2,8)



Kuinka haluttavana pidätte yllä esitettyjä visioita Aviapolis-alueesta viihtyisänä ja suosittuna lentokenttä- ja työssäkäyntialueena?

Kysymykseen vastanneet: 24 (ka: 2,1)



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Ei näitä voida erottaa toisistaan, koska suosittu lentokenttä- ja työssäkäyntialue voi olla myös viihtyisä ja haluttu kaupunginosa asumiseen ja vapaa-aikaan. Nämä tarvitsevat toisiaan!
2. Asumis- ja vapaa-ajan kohteena Aviapolis luo matkailuyrityksille mahdollisuuden tarjota ja näyttää tavallista suomalaista elämää. Ja niin, että hotellit ovat keskellä tapahtumia ja sitä elämää (kuten Hki keskusta). Työssäkäyntialueena tietyt alueita voidaan kehittää, mutta kuollutta toimisto tai varastoaluetta Aviapoliksesta ei saa tehdä. Mieluummin hieman sekoitetaan alueita keskenään, jotta tulee oikea elävä pienoiskaupunki. Suuret rekkaterminaalit voidaan sijoittaa muualle. Eikä saa unohtaa sitä, että vihreys (kasvit, puut, niityt, puistot) ovat kilpailuvaltti Aviapolikselle jota keskustasta ei välttämättä löydä heti hotellin nurkalta.
3. Rakennatte näistä kysymyksistä niin kaksiosaisia, että vaikea ottaa kantaa.
4. Onko poissulkevia – pikemminkin täydentäviä visioita.
5. Alue on jo "tuhottu" melko pitkälle, joten jälkimmäinen vaihtoehto on mielekkäin.
6. Asuminen tai viihtyisä lentokenttä ja työssäkäyntialueet ovat täysin eri asioita. Ei pidä sekoittaa "munia ja mämmejä".

Trendinä on, että lentokentät ja niiden ympäristöt palvelevat myös paikallisväestöä. Tämä trendi korostaa Aviapoliksen palvelujen kehittämistarvetta. Palveluita voivat parhaimmillaan käyttää muutkin kuin matkustajat. Investoimalla vahvasti Aviapolis-alueen teknologiaan, palveluihin ja yhteisöllisyyteen, alueesta voi kehittyä Living lab: edelläkävijä asumisen, matkailun, palvelujen, luonnon, teknologian ja kansainvälisyyden yhdistämisessä. Ilman rohkeutta, irtiottoa ja investointeja business as usual johtaa Aviapolis -alueen sulautumiseen Vantaan, Espoon ja Helsingin yhteismassaan, jolloin Aviapoliksesta kehittyi vain tyypillisen ruma lentokenttäalue.

Olen yllä esitetyn tulevaisuusväitteen kanssa:

Kysymykseen vastanneet: 22 (ka: 1,2)



Kommentteja ja toimenpide-ehdotuksia:

1. Kehittämisen ja kehittymisen mahdollisuuksia on, ja esimerkkejä taitaa olla jo Euroopassakin jo useita (MUC, FRA, AMS jne.).
2. Erilaistuminen on mahdollisuus. Kunhan vain myös paikalliset asukkaat saavat äänensä kuuluviin ja heidän toiveensa ja tarpeensa otetaan huomioon. Ja se, että infrastruktuuria kehitetään samaan aikaan.
3. Vaikea sanoa. Miksi tämä kysely on niin Aviapolis keskeinen? missä esim. laivamatkustus?
4. Erittäin hankalalla logiikalla (?) rakennettu kysely.
5. Mielenkiintoinen kärjistys tulevaisuudesta. Mutta ei tiivis rakennuskanta ole välttämättä rumaa – kiinteistöt voidaan tehdä myös tyylillä, jos halutaan. Onnea vaan rapon tekoon!
6. Aviapolis-alueella on mahdollisuus kehittyä edelläkävijäksi. Tarvitaan vain Vantaan, Helsingin ja Espoon kaupunkien, Finnavian, Finnairin ja muiden toimijoiden yhteinen luja tahto.
7. Toivoisin näin käyvän, mutta asumista ja lentokentän sijaintia on vaikea yhdistää. Löysin kyllä mielenkiintoisen ratkaisun Lontoosta eli siellä on EastLondon University perustettu lentokentän viereen ja siellä dormitory/asumismahdollisuudet opiskelijoille. Arkkitehtonisesti tosi mielenkiintoisesti toteutettu ratkaisu huomioiden äänieristyksen ja opiskelun tarpeet.
8. Aviapolis voi myös muodostaa mosaiikkimaisen – eri teemoja tukevan living labin (elämys – business – matkailu)
9. Hyvät edellytykset kehittyä profiililtaan moderniin ja yrityksiä ja asukkaita kiinnostavaan suuntaan.

5. JOHTOPÄÄTÖKSET JA TOIMINTASUOSITUKSET

Pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusprosessissa nousi esille kolme pääkaupunkiseudun matkailun kehittämiskokonaisuutta:

- Kaupunkilomat
- Elämykselliset työmatkat
- Stopover- ja gateway-matkailu

Toimenpidesuosituksena esitetään matkailuklusterin jatkokehittämistä erityisesti yllä mainittujen kolmen kokonaisuuden näkökulmasta. Näiden näkökulmien rinnalla selvityksessä nousi esille myös muita pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuudelle keskeisiä haasteita ja/tai mahdollisuuksia:

- Pääkaupunkiseudun poikittaisliikenteen kehittäminen
- Itämeren alueen kaupunkien välisen yhteistyön kehittäminen
- Virtuaalimatkailun (ja -palveluiden) kehittäminen
- Urbaanien luontoelämysten kehittäminen
- Vastuulliseen liiketoimintaan panostaminen pääkaupunkiseudun matkailuklusterin kilpailukytekijänä

Selvityksen mukaan pääkaupunkiseudun matkailun kehittämisen pääpainopisteen tulisi (edelleen) olla kaupunkilomissa (pidempikestoisessa matkailussa), mutta myös työhön liittyvän matkailun (liike-, kokous ja kongressimatkailun) merkitys säilyy ja jopa korostuu tulevaisuudessa. Globaali verkostotalous edellyttää tulevaisuudessakin globaalia liikkumista nousussa olevasta kestävästä kehityksen antitrendistä huolimatta. Työmatkailun perusvisiona on pääkaupunkiseutu nopeana ja monipuolisena gatewayna, jossa (pakollinen) viipymä on minimoitu. Tässä perusvisiossa työmatkojen oletetaan olevan niin lyhyitä ja nopeita kuin mahdollista: nopeus on selkeä kilpailuvaltti. Samaan aikaan tämän tehokkaan ja nopean logistiikan rinnalle on kuitenkin kehitettävissä myös nk. Wellness-elämyskäytävä, jossa luodaan mahdollisuuksia uusille stopover- ja gateway-matkailupalveluille. Nämä stopover- ja gateway-palvelut voivat tuoda oman merkittävän lisänsä pääkaupunkiseudun matkailuklusterille. Erilaisten ääripäiden korostuessa ja yksilöllisesti suunniteltujen ja toteutettujen matkojen yleistyessä osa matkustavista voi suosia nopeuden sijaan esimerkiksi matkaan liitettäviä hyvinvointi- tai ja kulttuuripalveluja. Nämä kaksi rinnakkaista kehittämisstrategiaa (perustoiminnan nopeus/pakollisen viipymän minimointi ja sen rinnalla laadukkaat vapaaehtoisen viipymisen mahdollistavat uudet stopover- ja gateway-palvelut) muodostavat yhdessä nk. elämyksellisen työmatkan vision. Ääripäiden kehittyessä massan ja nichen raja voi samalla hämärtyä: ääripäissä eivät aina ole kyseessä eri ihmiset – vaan yksi ja sama ihminen eri rooleissa: liike- matkaajana, perheen kanssa vapaa-ajalla jne. Massaa on palveltava ”nicheillä” (yksilöllisesti profiloituilla palveluilla). Toinen tapa sanoa sama asia on, että nicheistä on tehtävä massaa. Tehokkaat ja laaduk-

nessa. Eräs heikko signaali tällaisesta muutoksesta voisi olla vaikkapa se, että *Boeing julkisti hahmotelman aurinkokoneesta, joka voisi pysytellä ilmassa vuosikausia. Yhdysvaltain puolustusteollisuuden yksikkö Darpa tilasi koneen* (HS 29.4.2008). Toinen teknologiavetoinen heikko signaali on avaruusmatkailun kehittyminen: *brittiläinen miljonääri, Virgin-imperiumin johtaja Richard Branson paljasti maanantaina turistimatkailuun tarkoitetun White Knight 2 -avaruusaluksen* (HS 30.8.2008). Voiko avaruusmatkailu olla kestävä? Entäpä jos lentäminen on tulevaisuudessa ekotehokkain liikkumisen muoto? Entäpä jos tulevaisuuden lentokoneissa vietetään aikaa kuten nykyajan loistoristeilijöissä? Kestävän kehityksen ja niukentumisen (esimerkiksi energian kallistumisesta johtuvan matkustamisen hinnan nousun) uskotaan lisäävän myös lähialuematkailun merkitystä.

Aviapolis näyttäytyy tässä tulevaisuusselvityksessä osana stopover- ja gateway-matkailua. Alueen kehittämisen peruslähtökohtana on mahdollisimman nopea ja tehokas gateway, jossa pakolliset viipymät on minimoitu. Rinnalle voidaan kuitenkin kehittää vapaaehtoisia palveluita – joita voidaan tuotteistaa ja markkinoida myös alueen asukkaille ja alueella työskenteleville. Aviapolis-visio yhdistää tehokkaan gatewayn sekä viihtyisän alueen työskennellä ja asua. Aviapoliksen näkökulmasta eräs keskeisimmistä tulevaisuuskysymyksistä on se, kenelle Aviapolis ”kaupunkivaltio” on suunnattu? Ketkä ovat tämän päivän ja tulevaisuuden ”Aviapoliskansalaisia”? Voisiko eräs tarkemmin tutkittava trendi olla ikääntyminen? Voisiko Aviapolis olla tulevaisuuden ”palvelutalo”, jossa varakkaat, hyvin koulutetut ikääntyneet viettävät laatuaikaa (tavaten helposti ja vaivattomasti maailmalla asuvia ystäviään ja lapsiaan)? Vai voisiko tulevaisuus toistaa menneisyyttä: aikoinaan ruukkien ympärille rakennettiin talot myös työväestölle. Voisiko Aviapolis olla osa jonkin suuren globaalien yrityksen henkilöstöpolitiikkaa (ja/tai stopover- ja gateway-palvelut voisivat olla osa yrityksen työhyvinvointiohjelman). Logistiikkakeskukset ja perinteiset työympäristöt (kuten esimerkiksi rekkaterminaalit ja varastohallit) kasvavat Aviapolis alueelle itsestään. Asumisen, työn ja matkailun yhdistäväksi Living labiksi kehittyminen puolestaan edellyttää ennakkoluottomia päätöksiä ja merkittävää panostusta edelläkävijyyteen.

Seuraavaan taulukkoon on kerätty merkittävimmät pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusprosesseissa esille nousseet painopistealueet sekä joitakin niihin liittyviä kehittämissuuntia ja -ehdotuksia.

PÄÄKAUPUNKISEUDUN MATKAILUN TULEVAISUUSHANKKEEN TULOSTAULUKKO

	Pääkaupunkiseudun poikittaisliikenteen kehittäminen (Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen)	”Itämeren helmet” eli Helsinki, Pietari, Tallinna ja Tukholma -yhteistyö	Virtuaalimatkailu	On demand	Urbaanit luontolämykset
Kaupunkilomat	<p>Pääkaupunkiseudun matkailun ja ylipäätään pääkaupunkiseudun kehittäminen yhtenä kokonaisuutena</p> <p>Lähimatkailu voi kasvaa, koska vapaa-aikaa on edelleen – ja ihmisillä halua nähdä ja kokea.</p>	<p>Luotijunat, tunnelit, nopeat alukset, mahdollisimman nopeat Gatewayt, joissa (pakollinen) viipymä on minimoitu samalla kun vapaaehtoisia/ vaihtoehtoisia viipymää on kehitetty/tuettu/lisätty.</p> <p>Yhteiset ”Itämeren helmi” -tuotteet, kuten esimerkiksi oopperat, konsertit, näyttelyt - tai kiertomatkat, joissa yhdessä kaupungissa on tarjolla luontoa toisessa kulttuuria jne...</p> <p>Yhdessä (esimerkiksi Venäjälle tai/ja Aasiaan markkinoitavassa) tuotepaketissa ohjelmaa ja tapahtumia koko ”helmi-ketjussa” (helposti asiakkaan tarpeiden mukaan profiloitavassa muodossa)</p> <p>Miksi intialaisten viipymä Suomessa on 5 vrk kun ulkomaalaisten keskimää-</p>	<p>Virtuaalisen ennako- ja jälkimarkkinoinnin kehittäminen ennen ja jälkeen matkan (sekä myös matkan aikana esimerkiksi lentokoneessa, laivoissa jne.)</p> <p>Virtuaalisen matkailun tuotto- ja työllisyys-hanke, jossa kehitetään taloudellisesti kannattavia virtuaalisia matkailupalveluja sekä lisätään virtuaalisten matkailupalveluiden työllistävyyttä (ja alalla jo toimivan työvoiman osaamista)</p>	<p>Matkailun syyn/sisällön merkitys voi tulevaisuudessa korostua jos matkailusta tulee kalliimpaa tai ympäristösyistä vältettyä</p> <p>Tarvitaan erilaistumista (brändin vuoksi), mutta erikoisuus ei kestä aikaa...</p> <p>Suomalaisten vahvuksien/muiden toimialojen kytkeminen mukaan matkailuklusterin kehittämiseen: esimerkiksi koulutus, sosiaali- ja terveysala, kulttuuri ja life style (harrastukset kuten golf, luonto, ratsastus, larppaus jne.)</p> <p>Tavalliset ihmiset (massa/matkailun demokraattisuus) pitävät matkailuyritykset pystyissä - mutta rinnalle on kehitettävä globaaleja nichejä, koska matkailusta voi tulla kalliimpaa ja myös ympäris-</p>	<p>Helsinki/pääkaupunkiseutu ei ole luontokohde - mutta alue voi parhaimmillaan tarjota urbaaneja luontokokemuksia (esimerkiksi Nuukio on täyttä erämaata, mutta pääkaupunkiseudulta löytyy myös muita kohteita kuten meri, puistot, älyleikkipuistot, seniorien levähdyskeitaat jne.)</p> <p>Venäjällä on kysyntää mökeille ja tuotteistetuille palveluille (aktiiviselle tekemiselle), kuten kalastukselle.</p> <p>Eurooppalaisille (post moderneille läntisille talouksille) luonto on rauhoittumista (ovat lähimpänä perinteistä suomalaista luontokäsitystä).</p> <p>Kiinalaisille puolestaan on tarjottava modernia - luonto sellaisenaan on kiinalaiseen makuun takapajuista, mutta voi silti</p>

		<p>räinen viipymä on vain 2 vuorokautta?</p> <p>Pääkaupunkiseutu ja Suomi eivät ole kyenneet hyödyntämään täysimääräisesti sitä, että Venäjä on meidän naapurimaamme.</p> <p>Suomessa asuvien Venäjää äidinkielenään käyttävien kouluttaminen matkailualalle</p>		<p>tösytyt voivat vähentää matkailua.</p> <p>Suomikuvan tutkiminen ja kehittäminen Venäjällä, Intiassa, Kiinassa ja Keski-Euroopassa (ehkä myös USA:ssa, koska ilmasilta USA-Aasia menee Suomen päältä).</p>	<p>olla myyntivaltti yhdistettynä suomalaisen teknologiaosaamisen...?</p> <p>Intian, Kiinan, Venäjän, USA:n sekä Keski- ja Etelä-Euroopan luontokäsitteykset tulisi selvittää paremmin</p>
<p>Elämykselliset työmatkat</p>	<p>Pääkaupunkiseudun pitkittäisliikenteen kehittäminen (esimerkiksi kehärata).</p>	<p>Työmatkojen suhteen perusstrategiana on nopeat ja teknisesti laadukkaat Gateway: luotijunat, tunnelit, nopeat alukset, mahdollisimman nopeat Gatewayt, joissa (pakollinen) viipymä on minimoitu samalla kun vapaaehtoista/vaihtoehtoista viipymää on kehitetty/tuettu/lisätty.</p>	<p>Työperäisessä matkailussa (liike-, kokous- ja kongressimatkailussa) face to face -tapaamisen tarve säilyy ainakin jossakin määrin (talous ja työ ovat globaalia, verkostoista ja liikkuvaa...</p> <p>Teknologian suhteen tavoitteena tulisi olla kärjessä: uusimman teknologian kokonaisvaltainen ja pitkäjänteinen kehittäminen ja käyttöönotto (osana Suomi-brändiä)</p>	<p>Työmatkat voidaan tulevaisuudessa minimoida, jolloin erilaisten lisäarvopalveluiden merkitys korostuu</p> <p>Pääkaupunkiseudun liike-, kokous- ja kongressimatkailun kilpailukykyä voidaan kehittää tuotteistamalla lisäarvopalveluita työmatkoihin: esimerkiksi kongressimatkan yhteyteen tuotteistettuja luonto-, kulttuuri- ja/tai terveys- ja koulutuspalveluita, harrastusmahdollisuuksia jne.</p>	<p>Urbaanien luontokokemusten kehittäminen työympäristöihin (esimerkiksi teknologiapuistoihin) ja työmatkoihin (stopover- ja gateway-matkailupalveluihin)</p> <p>Kongressien yms. tilaisuuksien järjestäminen luontoympäristössä.</p>

<p>Stopover- ja gateway-matkailu</p>	<p>Pääkaupunkiseudun matkailun kehittämisen pääpaino tulisi olla kaupunkimatkailussa.</p> <p>Pakollisten pysähdysten lentokentillä, asemilla ja terminaaleissa on siksi oltava niin lyhyitä kuin mahdollista (mahdollisimman nopeat ja vaivattomat Gatewayt)</p> <p>Kolmantena kehittämissuunnitelmiana tulisi kuitenkin pyrkiä kehittämään kaupunkilomien ja nopean matkanteon rinnalla hyvin tuotteistettuja stopover- ja gateway-palveluja, jotka jopa houkuttelevat pysähtymään.</p> <p>Nämä palvelut samalla viihdyttävät matkailijoita jos he jostakin syystä joutuvat pysähtymään.</p> <p>Laadukkaat ja monipuoliset gateway-palvelut myös markkinoivat kaupunkilomia ja koko Suomea kiinnostavana matkailukohteena</p>	<p>Luotijunat, tunnelit, nopeat alukset, mahdollisimman nopeat Gatewayt/terminalit/asemat/reitit, joissa (pakollinen) viipymä on minimoitu samalla kun vapaaehtoisia/ vaihtoehtoisia viipymää on kehitetty/tuettu/lisätty.</p>	<p>Virtuaalimatkailun kannattavuutta ja työllistävyyttä on lisättävä, Itämeren helmien virtuaalisillat: yhteiskonsertit yms. ”online tapahtumat”</p>	<p>Aviapoliksessa GYM, SPA, Wellness</p> <p>Matkailuklusterin palveluinnovaatioiden tutkimus- ja kehittäminen</p> <p>Bench marking: Islanti (BlueLagoon), MUC, FRA, AMS</p>	<p>Kuka asuu ja viihtyy Aviapoliksessa?</p> <p>Luontoelämysten tuottaminen asemilla ja terminaaleissa sekä Aviapolis-alueella.</p> <p>Voisiko Aviapoliksen kohderyhmänä olla ikääntyvät: globaalit, varakkaat ikääntyneet, joilla on vapaa-aikaa ja rahaa ja lapset + ystävät ulkomailta/maailmalla?</p> <p>Voiko Aviapoliskonseptin tuotteistaa kansainvälisesti? Kansainvälinen Aviapolisheimo?</p>
---	--	--	--	---	---

LÄHTEET

- Ahokas, I. (2003) Tulevaisuus ja turvallisuus: poliisin toimintaympäristö muutoksessa. Esiselvitys 2003. Länsi-Suomen lääninhallituksen julkaisusarja 13/2003.
- Checkland, P. & Holwell, S. (1998) Information, Systems and Information Systems. Chichester, Wiley.
- Checkland, P. & Scholes, J. (1990) Soft Systems Methodology in Action. Chichester. Wiley.
- Glenn, Jeremy C. (1994) The Futures Wheel. AC/UNU Millennium Project. Futures Research Methodology. New York, United Nations.
- Kamppinen, M., & Kuusi, O. & Söderlund, S. (toim.) (2003) Tulevaisuudentutkimus – menetelmät ja sovellukset. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki, 2. korjattu painos.
- Kuusi, O. (2003) Delfoi-menetelmä. Teoksessa Kamppinen, M. & Kuusi, O. & Söderlund, S. (toim.) (2003) Tulevaisuudentutkimus – menetelmät ja sovellukset. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki, 2. korjattu painos.
- Kuusi, O. & Kamppinen, M. (2003) Tulevaisuuden tekeminen. Teoksessa Kamppinen, M. & Kuusi, O. & Söderlund, S. (toim.) (2003) Tulevaisuudentutkimus – menetelmät ja sovellukset. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki, 2. korjattu painos.
- Linstone, H.A. (1999) Decision Making for Technology Executives. Using Multiple Perspectives to Improve Performance. Artech House: Boston and London.
- Marttinen, J. & Varelius, J. & Honkanen, P. (2001) TE-keskukset tulevaisuuden tekijöinä. TE-keskusten alueellisen ennakkoinnin kehittämis- ja tukiprojektin loppuraportti. Työministeriö, ESR-julkaisut -sarja 85/01, Oy Edita Ab, Helsinki.
- Nurmela, J. (2003) Tulevaisuusverstaas – Tulevaisuuden muovaamisen menetelmä. Teoksessa Vapaa-vuori, M. & von Bruun, S. (toim.) (2003) Miten tutkimme tulevaisuutta? Toinen uudistettu painos. Tulevaisuuden tutkimuksen seura, Acta Futura Fennica No 5.
- Rubin, A. (2003) Pehmeä systeemimetodologia tulevaisuudentutkimuksessa. Teoksessa Kamppinen, M., & Kuusi, O. & Söderlund, S. (toim.) (2003) Tulevaisuudentutkimus – menetelmät ja sovellukset. Suomalaisen kirjallisuuden seura, Helsinki, 2. korjattu painos.
- Seppälä, Y. (2003) Tulevaisuustaulukkomenetelmä, Sovelluksena vanhustenhuolto, Teoksessa Vapaa-vuori, M. & von Bruun, S. (toim.) Miten tutkimme tulevaisuutta? Toinen painos, Tulevaisuuden tutkimuksen seura, Acta Futura Fennica No 5, Tammer paino Oy, Tampere, 2003.

LIITE 1

Menetelmät

Haaga-Helia AMK:n ja Laurea AMK:n matkailun tulevaisuusverstaissa käytettiin menetelmänä Turun kauppakorkeakoulun Tulevaisuuden tutkimuskeskuksessa kehitettyä ACTVOD-tulevaisuusprosessia, jossa yhdistetään viisi tulevaisuuden tutkimuksen perusmenetelmää; tulevaisuusverstaas, tulevaisuuspyörä, tulevaisuustaulukko, pehmeä systeemimetodologia ja Delfoi-kysely.

Delfoi-menetelmä on kehitetty erityisesti asiantuntijoiden tulevaisuutta koskevien käsitysten keräämiseen ja analysoimiseen. Menetelmä ei perustu kattavaan tilastolliseen otantaan, vaan siinä keskitytään rajatun asiantuntijaryhmän vastauksiin ja etenkin vastauksissa esitettyjen tulevaisuusväitteiden perusteluihin: diskurssiin ja argumentaatioon. Delfoi-menetelmässä asiantuntijoiden ensimmäisen osion vastauksia perusteluineen käytetään toisessa (ja kolmannessa) vaiheessa keskustelun lähtökohtana. Tällä tavalla Delfoi-prosessi syventyy vaihe vaiheelta tarkasteltavan ongelman nykytilaan ja tulevaisuuden näkymiin. Olennaista Delfoi-prosessille on peräkkäisissä työvaiheissa tapahtuva tiedon kumulointi (Kuusi 2003, Linstone 1999). Pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusverstaissa kaksivaiheista Delfoi-kyselyä käytettiin tulevaisuusverstaisten tulosten tarkentamiseen ja arvioimiseen.

Tulevaisuusverstaas on eri toimijoita laaja-alaisesti ja monipuolisesti osallistava tulevaisuuden tekemisen väline. Verstastyöskentelyssä voidaan tekijöistä, tavoitteista ja sisällöistä riippuen hyödyntää hyvinkin erilaisia ryhmätyömenetelmiä – verstaisten rakenteelle on kuitenkin yleisesti ominaista se, että verstaas jakaantuu sisällöllisesti (Nurmela 2003):

1. valmisteluvaiheeseen, joka tapahtuu ennen verstaasta
2. ongelmavaiheeseen, jossa määritellään käsiteltävä ongelma ja lähtötilanne
3. mielikuvitusvaiheeseen, jossa etsitään vaihtoehtoisia ratkaisuja
4. todellistamisvaiheeseen, jossa etsitään konkreettisia toimenpiteitä
5. jälkitoimenpiteisiin, jotka tapahtuvat verstaan jälkeen

Tulevaisuuspyörä on nk. mind map -menetelmä, jossa käsiteltävänä oleva tema – esimerkiksi matkailun tulevaisuus – puretaan kerros kerrokselta osiinsa. Tämän jälkeen osa-alueet voidaan haastaa yksitellen erilaisilla tulevaisuustrendeillä, kuten esimerkiksi ikääntyminen, kestävä kehitys jne. Tällä tavalla muodostetaan käsitystä siitä, mikä on käsiteltävänä olevan teeman kokonaisuus ja miten tulevaisuus haastaa kokonaisuuden eri osa-alueet. Samalla voidaan tarkastella systeemin osien välisiä vuorovaikutussuhteita. (ks. esim. Glenn 1994). Pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusprosessissa tulevaisuuspyörä menetelmää käytettiin tulevaisuusverstaisten ensimmäisenä työvaiheena.

Tulevaisuustaulukko on tulevaisuudentutkimuksen käyttämä skenaariomenetelmä vaihtoehtoisten tulevaisuuskuvien hahmottamiseen. Kun vaihtoehtoiset tulevaisuuskuvat sisältävät myös kuvauksen

niihin johtavista vaihtoehtoisista poluista, voidaan puhua skenaarioista. Tulevaisuustaulukko on tarkastelumatriisi, jonka vasempaan laitaan (pystysarakkeeseen) merkitään kaikki tutkittavaan asiaan tai ilmiöön vaikuttavat muuttujat. Taulukon vaakarivit puolestaan sisältävät näiden muuttujien erilaisia tiloja. Tutkittavan asian vaihtoehtoisia tulevaisuuskuvia muodostetaan valitsemalla taulukon riveiltä erilaisia tilapareja – yleensä yksi arvo/rivi (Seppälä 2003 sekä Kuusi & Kamppinen 2003). Pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusprosessissa tulevaisuustaulukkoa käytettiin tulevaisuusverstaan toisena työvaiheena siten, että tulevaisuuspyörien tulokset avattiin tulevaisuustaulukoissa skenaarioiksi/tulevaisuuskuviksi.

Pehmeää systeemimetodologiaa käytetään, kun tavoitteena on hahmotella ja mallintaa systeemin toimintaa. Pehmeää systeemimetodologiaa sovelletaan etenkin inhimillisen toiminnan selittämiseen (erotuksena luonnon kausaalisista systeemeistä). Menetelmässä jonkin laajan kokonaissysteemin toiminta jaetaan osasysteemeihin ja näiden välisiin rajapintoihin sekä erilaisiin systeemien välisiin vuorovaikutussuhteisiin. (Rubin 2003).

Haaga-Helian ja Laurean tulevaisuusverstaissa käytetty **ACTVOD-tulevaisuustaulukko** on tehty yhdistämällä tulevaisuustaulukko (skenaariomenetelmä) ja pehmeä systeemimetodologia (Peter Checklandin niin kutsuttu CATWOE-malli).² CATWOE-menetelmää käytetään, kun tavoitteena on hahmotella ja mallintaa systeemin toimintaa. Pehmeää systeemimetodologiaa sovelletaan etenkin inhimillisen toiminnan selittämiseen (erotuksena luonnon systeemeistä). Menetelmässä jonkin laajan kokonaissysteemin toiminta jaetaan osasysteemeihin ja näiden välisiin rajapintoihin sekä erilaisiin systeemien välisiin vuorovaikutussuhteisiin.

Pehmeän systeemimetodologian ja tulevaisuustaulukon yhdistäminen on tehty siten, että tulevaisuustaulukon vasempaan laitaan (muuttujiksi/tekijöiksi) on asetettu CATWOE-mallin muuttujat, joita on samalla hieman muokattu ja järjestetty (taulukko 1). Näin on CATWOE:sta tullut ACTVOD.

² CATWOE-mallista ks. esimerkiksi Checkland & Holwell 1998 ja Checkland & Scholes 1990.

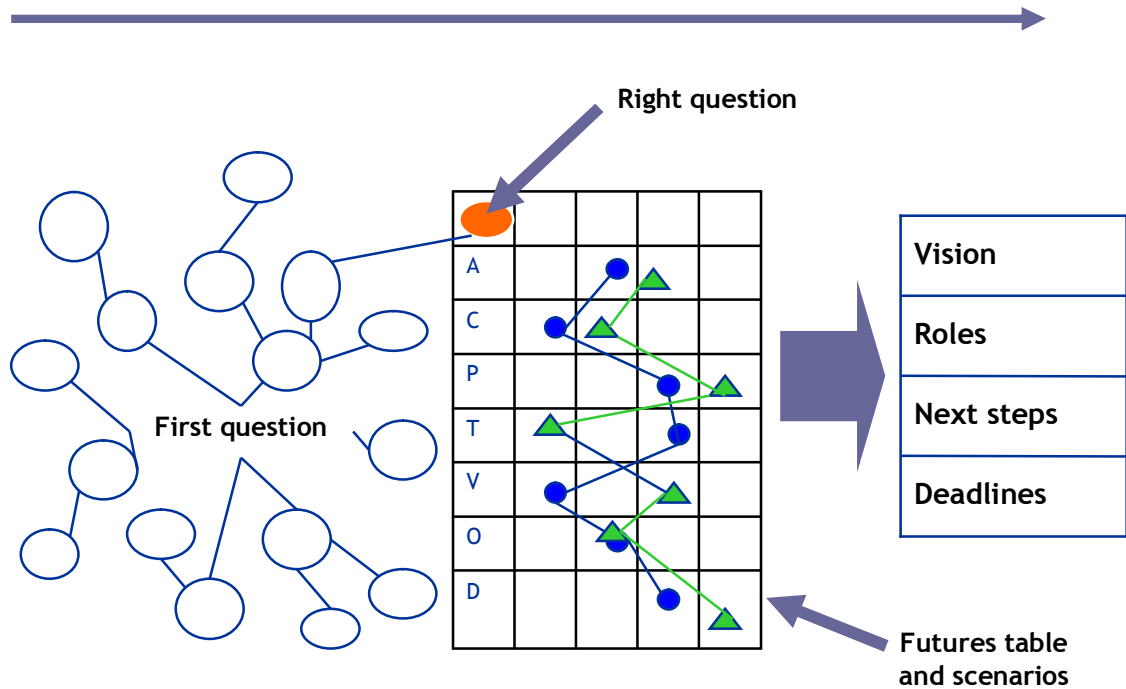
Taulukko 1. Checklandin CATWOE-muuttujat ja niistä tehty ACTVOD-sovellus.

Checklandin CATWOE-muuttujat	ACTVOD-taulukon muuttujat
<p>C = customer (asiakas, jonka toimintaan prosessi vaikuttaa)</p> <p>A = actors (toimijat, jotka saavat prosessin aikaan)</p> <p>T = transformation process (muutosprosessi, jossa systeemiin tuleva resurssi muuttuu tuotteeksi; eli kuvaus siitä muutoksesta, mitä eri toimijat yrittävät toiminnallaan saada aikaan)</p> <p>W = worldview (maailmankuva)</p> <p>O = owners (omistajat, jotka voivat pysäyttää muutoksen)</p> <p>E = environmental constraints (toimintaympäristön asettamat vakiot eli ulkoiset rajoitukset)</p>	<p>A (actors) = ne toimijat, jotka tuottavat ja tekevät asioita</p> <p>C (customers) = ne toimijat, joille tehdään</p> <p>T (Transformation process) = toiminnan tavoite ja toimijoiden perustehtävät eli se, mitä on tarkoitus saada toiminnan avulla aikaan: asiantila X muuttuu toiminnan Z avulla asiantila Y:ksi.</p> <p>V (Values) = arvot, jotka liittyvät toimintaan (mm. asiakkaiden ja aktoreiden arvot)</p> <p>O (Obstacles) = ne tekijät, jotka ovat esteitä tavoitteiden ja päämäärien tavoittamiselle ja toteutumiselle</p> <p>D (Drivers) = ne resurssit yms. tekijät, jotka auttavat toimijoita saavuttamaan päämääränsä</p>

Taulukkoa voidaan myös tulevaisuusverstaissa tapauskohtaisesti täydentää uusilla muuttujilla, kuten esimerkiksi: ydinosaamisalueet, tuotteet, teknologiat jne.

Kun ACTVOD-tulevaisuustaulukkoon yhdistetään myös tulevaisuuspyörä, niin voidaan puhua **ACTVOD-tulevaisuusprosessista** (kuva 1), jossa ensin etsitään ”oikeaa kysymystä” tulevaisuuspyörän avulla. Liikkeelle lähdetään jostakin alustavasta teemasta (kuten esimerkiksi Pääkaupunkiseudun matkailu vuonna 2050) mutta yleensä seuraavaan vaiheeseen valikoituu (esimerkiksi äänestyksen perusteella) jokin muu keskustelun aikana löydetty uusi ja mielenkiintoiseksi havaittu kysymys. Tämä uusi kysymys avataan seuraavassa työvaiheessa tulevaisuustaulukon avulla tulevaisuuskuviksi ja skenaarioiksi.

Prosessin viimeisessä vaiheessa etsitään toimenpiteet skenaarioiden toteuttamiseksi. Toimenpiteet voidaan etsiä joko samassa verstaassa kuin tulevaisuuspyörä ja ACTVOD-taulukkokin on tehty – tai jälki-toimenpiteinä esimerkiksi nettikyselyn avulla. Jos toimenpiteitä etsitään kyselyn avulla, niin tulevaisuusverstaan tulokset voidaan samalla alistaa laajemman sidosryhmän arvioitavaksi. Samalla voidaan etsiä halukkaita toimijoita mukaan haluttua tulevaisuutta (visiota ja strategisia toimenpiteitä) toteuttamaan.



Kuva 1. ACTVOD-tulevaisuusprosessi muodostuu neljästä työvaiheesta: 1) oikean kysymyksen etsimisestä tulevaisuuspyörän (mind map) avulla, 2) tulevaisuustaulukon rakentamisesta valitusta teemasta, 3) skenaarioiden muodostamisesta ja 4) toimenpiteiden määrittämisestä (skenaarion toteuttamiseksi). Nämä toimenpiteet suoritetaan tulevaisuusverstaassa (1–4 verstaasta). Haluttaessa menetelmään voidaan lisätä viidentenä (jälki)toimenpiteenä (netti)kysely, jossa verstaisten tulokset alistetaan laajemman sidosryhmän/asiantuntijaryhmän arvioitavaksi. Samalla voidaan etsiä yhteistyöstä kiinnostuneita yhteistyötahoja. Tämä monivaiheinen tulevaisuusprosessi muodostaa Delfoi-prosessin, jossa työvaihe työvaiheelta pureudutaan syvemmälle asiantuntijoiden näkemyksiin tulevaisuudesta.

AIKAISEMPIA TUTU-eJULKAISUJA

- 4/2008 Kinnunen, Venla - Hermunen, Tuula - Lauttamäki, Ville & Kaskinen, Juha: FUTURREG. Satakunta nyt ja vuonna 2035.
- 3/2008 Lauttamäki, Ville: Kestävän energiankulutuksen ja -tuotannon Varsinais-Suomi. Raportti Varsinais-Suomen ennakointiprosessin ensimmäisen tulevaisuusseminaarin ja sitä täydentävän kyselyn tuloksista.
- 2/2008 Koskela, Marileena: Ympäristöasenteet ja -toiminta kuntaorganisaatioissa. Espoon, Helsingin, Jyväskylän, Oulun, Tampereen, Turun ja Vantaan kaupungit.
- 1/2008 Tapio, Petri & Salonen, Sofi: Three Hundred Stories of the Environment.
- 8/2007 Santonen, Teemu - Kaivo-oja, Jari & Suomala, Jyrki: Introduction to National Open Innovation System (NOIS) Paradigm. A Preliminary Concept for Interchange.
- 7/2007 Stähle, Pirjo & Stähle, Sten: Education Intelligence System (EIS).
- 6/2007 Grönqvist, Laura: Brändisijoittelun vastuullisuus. Suomalaisten televisioalan johtajien näkökulmia televisiotuotannon kaupallistumiseen.
- 5/2007 Hakola, Paula - Horn, Susanna - Huikuri, Sanna - Kinnunen, Miia - Näyhä, Annukka - Pihlajamäki, Mia & Vehmas, Jarmo: Ilmastoliiketoiminta ja energia Suomessa 2050. Skenaariot ja strategiat (ILMES).
- 4/2007 Kuusi, Osmo & Hiltunen, Elina: The Signification Process of the Future Sign.
- 3/2007 Aalto, Hanna-Kaisa - Ahokas, Ira & Kuosa, Tuomo: Yleissivistys ja osaaminen työelämässä 2030. Menestyksen eväät -hankkeen väliraportti.
- 2/2007 Hiltunen, Elina: Where Do Future-Oriented People Find Weak Signals?
- 1/2007 Tapio, Petri - Kohl, Johanna - Tikkanen, Sarianne & Salonen, Sofi: Kestävän kehityksen torille 2020. Skenaarioraportti.
-

TUTU-eJULKAISUJA 5/2008

Olli Hietanen

Loppuraportti pääkaupunkiseudun matkailun tulevaisuusverstaista ja Delfoi-kyselystä

ISBN 978-951-564-552-4

ISSN 1797-132

