

Matkailuala koronaviruksen jälkeen

Juho Pesonen

Tutkimuspäällikkö

Itä-Suomen yliopisto

Juho.pesonen@uef.fi

@eppuJ

Kuva; [Gerd Altmann Pixabaystä](#)



Juho Pesonen

- Tutkimuspäällikkö (Itä-Suomen yliopisto, kauppätieteiden laitos)
 - Digitaalinen liiketoiminta, erityisesti markkinointi
- Kauppätieteiden tohtori (markkinointi)
- Ohjelman johtaja (International Master's Degree Programme in Tourism Marketing and Management, www.uef.fi/tmm)
- Digitaalisen markkinoinnin, erityisesti matkailupalveluiden markkinoinnin dosentti, Turun yliopisto
- IFITT:n hallituksen jäsen (International Federation for Information Technology in Travel & Tourism)

A hand holding a dart in front of a dartboard in a dimly lit room with bokeh lights.

Esityksen päämäärä:

Tarkastella matkailuun
koronaviruksen takia
vaikuttavia hiljaisia
signaaleja eri skenaarioissa.



Sisällöt

1. Skenaariot
2. Hiljaisia signaaleja
 - 2.1 Kysyntä
 - 2.2 Tarjonta ja toimiala
3. Vaikutukset Suomessa

1. Skenaariot

- Tulevaisuutta vaikea nähdä ennalta, mutta erilaisia polkuja voidaan yrittää hahmottaa.
- Toteutuva skenaario vaikuttaa siihen, miten voimakkaasti hiljaiset signaalit ja trendit kehittyvät.

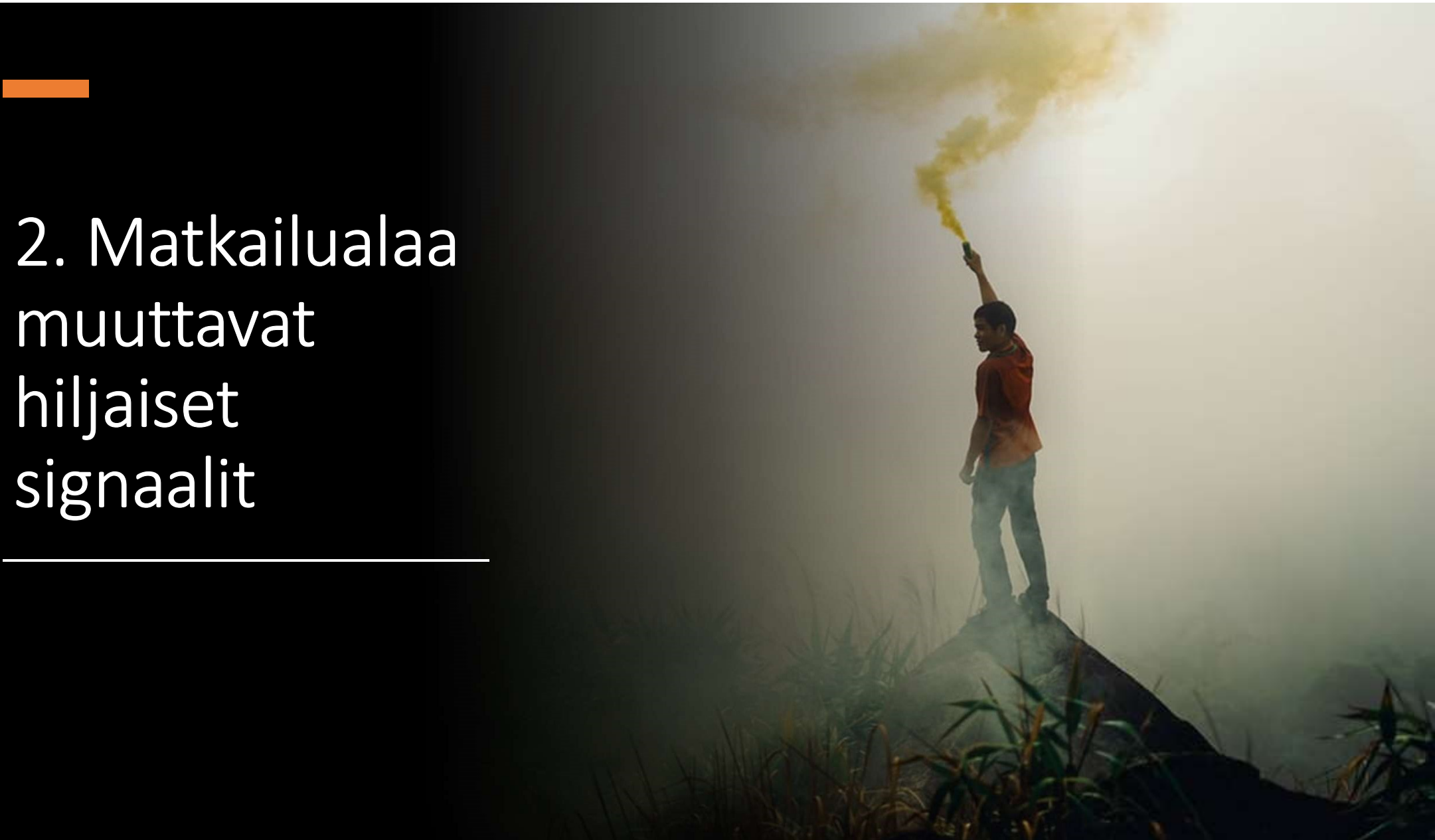


Erilaisia skenaarioita

Nopea globaali toipuminen	Hidas toipuminen, liikkumisrajoituksia vähennetään	Hidas toipuminen, liikkumisrajoitukset pysyvät pitkään	Pitkittänyt kriisi
Muut maat yltävät Kiinan saavutuksiin ja virus saadaan pysymään kurissa. Talous pomppaa muutamissa kuukausissa aiemmalle kasvu-uralle. Vaatii tehokkaita lääkkeitä ja koordinoituja, globaaleja torjuntatoimia. Vähäiset rajoitukset.	Tehottomat ja pitkään jatkuvat rajoitustoimet, tehoton toisen aallon estäminen. Tai Suomessa epidemia saadaan kuriin, mutta kv-matkailu rajoitettua Liikkumisrajoitukset kuitenkin vähäisemmät (esim. Ruotsi). Talous pyörii jotenkuten.	Nykytila on uusi normaali pitkään, ehkä jopa rokotteeseen asti. Kansainväliset markkinat eivät vedä, kotimaan matkailu vähäistä. Kasvu hidasta ja kestää useita vuosia päästä kriisiä edeltäviin lukuihin.	Kaikki taloudelliset ongelmat realisoituvat, talouskriisi seuraa koronakriisiä. Turvallista rokotetta ei onnistuta kehittämään eikä tehokasta lääkitystä löydy.

<https://www.ptt.fi/ennusteet/kansantalous-ja-asuntomarkkinat.html>

2. Matkailualaa
muuttavat
hiljaiset
signaalit





2.1 Matkailukysynnän muutokset



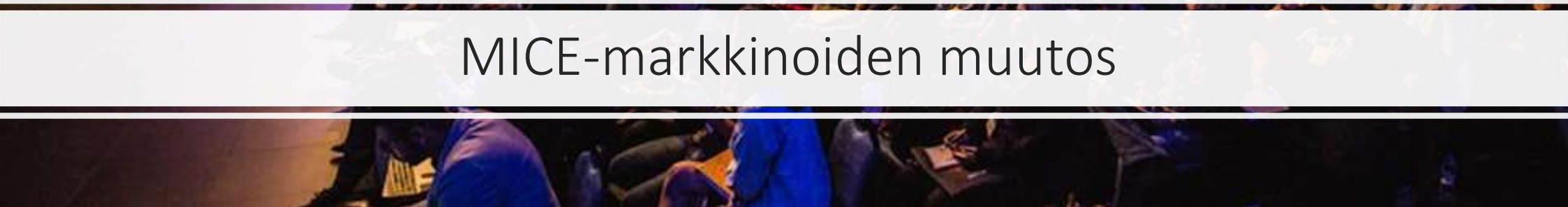


Missä määrin ihmiset muuttavat matkustuskäyttäytymistään?

- Lähimarkkinoiden rooli kasvaa.
- Luontomatkailun kasvaa.
- Virtuaalimatkailu kehittyy.
- Risteilymatkailu vähenee / romahtaa.
- Vertaismajoitus kärsii vielä hotelleja enemmän.
- Asiakkaat odottavat lisää joustavuutta.
- Vältellään ruuhkaisia matkakohteita.
- Turvallisuus, turvallisuus, turvallisuus



MICE-markkinoiden muutos





Matkustamisen muutokset

- Uudet rajamuodollisuudet.
- Mobiilijäljitys.
- Karanteenit.
- Lentoliikenne palautuu liikematkailun vetämänä.

2.2 Tarjonta ja toimiala



Mitä käy matkailuinfralle?

Matkatoimistot

OTA:t

Ravintolat

Kansallispuistot

Kuljetus

Nähtävyydet

Majoitus

Aktiviteetit

Risteilyt

Shoppailu



Talous

- Uudet rahoitusmallit, esimerkiksi joukkorahoitus.
- Muutokset verotuksessa ja kasvaneet velat rasittavat liiketoimintaa.

Työnteko

- Työvoiman saatavuus paranee.
- Johtajuus ja arvot mitataan.
- Kriisisuunnitelmia kirjoitellaan ahkerammin.
- Robotiikka yleistyy.
- Alustatyön huonot puolet konkretisoituvat.





Matkailuyrittäjyys

- Tietotaidon pako muille aloille.
- Alan houkuttelevuuden vähentyminen.
- Yrittäjien jaksaminen.

Uudet tuotteet ja palvelut, sekä kohderyhmät

- Ketteryys, nopeasti järjestettävät palvelut.
- Painetta hintojen alentamiseen kustannusten noustessa.
- Brändien miettiminen uudestaan.
- Verkkokauppaan siirtyminen.
- Uudet liiketoimintamallit ja yhteistyöt.



MBA-ish - Workplace Satire 

@MBA_ish



Who led the digital transformation of your company?

A) CEO

B) CTO

C) COVID-19



Entä sitten Suomi?

- Iskee eri tavalla eri maiden matkailuun.
- Taloudellisesti tässä ei ole voittajia.
- Kansainväliset matkailijat vs. kotimaiset matkailijat.
- Suomalaisten matkailuun käyttämä rahamäärä vähenee.
- Kriisin hyvällä hoidolla mahdollista saada kansainvälistä mainetta.
- Hotellien ja lentoreittien avaaminen tulee saamaan paljon medianäkyvyyttä.



Matkailu ei häviä tai kuole, eikä välttämättä edes muutu

- Vaikka merkittävä määrä yrityksiä ajautuu konkurssiin, kiinnostus matkailua ja matkakohteita kohtaan säilyy ja sitä myös aktiivisesti ylläpidetään.
- Investoinnit määrittelevät matkailun kehityksen. Ainoastaan pitkä kriisi mahdollistaisi matkailun käynnistämisen alusta asti uudestaan.
- Matkailun hyvät ja huonot puolet ovat nyt konkretisoituneet kaikille.
- Mitkä näistä muutoksista jää pysyviksi?

Lue lisää

- <https://www.ifitt.org/covid-19-and-tourism/>



KIITOS!
(Unsplash.com
kuvista)

- *Yhteystiedot:*
- Juho.Pesonen@uef.fi
- [@eppuJ](#)
- www.juhopesonen.com
- <https://fi.linkedin.com/in/juhopesonen>
- <https://uef.academia.edu/JuhoPesonen>
- https://www.researchgate.net/profile/Juho_Pesonen
- www.uef.fi/mot
- www.uef.fi/tmm