



Matkailu vuonna 2020 - faktaa ja fiktiota

1. Matkailu vuonna 2020 – faktaa ja fiktiota.....	3
1.1. Saatteeksi.....	3
1.2. Skenaarioreportin laatiminen ja päivitys.....	3
1.3. Toimintaympäristö ja ihminen.....	4
1.4. Mikä megatrendi on.....	4
2. EK:n määrittämiä megatrendejä.....	5
3. Euroopan megatrendejä.....	6
3.1. Euroopan väkiluku laskee ja Eurooppaan tulee uusia värejä.....	6
3.2. Uusi heimoutuminen.....	7
3.3. Tekninen, hengellinen ja ympäristöllinen vallankumous.....	8
3.4. Kansalainen kärjessä.....	9
3.5. Uusi turvallisuuskäsitys.....	10
3.6. Argentiinan suistui – entä Eurooppa.....	11
3.7. Kohti Euroopan kulttuurin uudistumista.....	11
4. Euroopan kahdeksan taloustukijalkaa.....	12
4.1. Matkailu.....	12
4.2. Tietotalous.....	12
4.3. Palvelu.....	12
4.4. Teollisuus.....	12
4.5. Muoti ja huonekalut.....	12
4.6. Ruoka ja viini.....	12
4.7. Ilmastomuutokset.....	12
4.8. Hoiva ja wellness.....	13
5. FinnSight 2015.....	14
6. UNWTO:n näkemyksiä.....	14
6.1. Matkailun kehitys.....	14
6.2. UNWTO:n skenaariot.....	15
6.3. UNWTO:n määrittämät riskit.....	16
7. ETOURin selvitys.....	16
8. Trendit, muutosvoimat, epävarmuustekijät.....	17
9. MEKin skenaariot.....	18
9.1. Päämuuttajat.....	18
9.2. Indikaattorit.....	18
9.3. Skenaarioista strategioihin.....	19
10. Valtakunnallinen matkailustrategia ja MATKA2020.....	19
11. Skenaariokuvaukset.....	20
11.1. Onnela.....	20
11.1.1. Skenaario Onnela – ilmapiirikuvaus.....	20
11.1.2. Skenaario Onnela – matkailun tila vuonna 2020.....	20
11.1.3. Strategiset päälinjat Onnela-skenaariossa.....	22
11.1.4. Matkalla Onnelaan.....	22
11.2. Pokeri.....	22
11.2.1. Skenaario Pokeri – ilmapiirikuvaus.....	22
11.2.2. Skenaario Pokeri – matkailun tila vuonna 2020.....	23
11.2.3. Strategiset päälinjat Pokeri-skenaariossa.....	23
11.2.4. Matkalla Pokeriin.....	23
11.3. Umpio.....	23
11.3.1. Skenaario Umpio – ilmapiirikuvaus.....	23
11.3.2. Skenaario Umpio – matkailun tila vuonna 2020.....	24
11.3.3. Strategiset päälinjat Umpio-skenaariossa.....	24
11.3.4. Matkalla Umpioon.....	25
11.4. Lintukoto.....	25
11.4.1. Skenaario Lintukoto – ilmapiirikuvaus.....	25
11.4.2. Skenaario Lintukoto – matkailun tila vuonna 2020.....	26
11.4.3. Strategiset päälinjat Lintukoto-skenaariossa.....	26
11.4.4. Matkalla Lintukotoon.....	27
12. Seurantajärjestelmä.....	27
13. Ensimmäisiä seurannan tuloksia.....	28
14. Tulevaisuuden matkailutuotteita.....	29
Liitteet.....	30

Sisällys



Motto: matkailua on niin kauan kuin maailma on; öljy ja kaasukin loppuvat aikanaan, matkailu ei.



1. Matkailu vuonna 2020 – faktaa ja fiktiota

1.1. Saatteeksi

Ennakointi, tulevaisuusskenaarioiden laadinta ja muu tulevaan kehitykseen liittyvä tutkimustyö kasvaa maailmassa vahvasti. Myös matkailussa tehdään tätä työtä.

Pohjoismaat ja useat muut maat ovat laatineet omat matkailuskenaariot.

Matkailun edistämiskeskus laati muutama vuosi sitten Suomen näkökulmaan liittyvän, matkailun pitkän aikavälin kehitysvaihtoehtoja koskevan skenaarioraportin yhteistyössä ulkopuolisten asiantuntijoiden kanssa. Se julkaistiin loppuvuodesta 2004.

Jo pari vuotta raportin julkaisemisesta kävi kuitenkin ilmeiseksi, että sitä tulee joiltakin osin tarkentaa. Etenkin ne muuttujat, joiden perusteella pyritään arvioimaan, mikä skenaarioista on toteutumassa, kaipasivat täsmennyksiä. Lisäksi vuoden 2007 alusta on voimassa Valtakunnallinen matkailustrategia, joka on otettu huomioon skenaarioraportin uudistettua painosta kirjoitettaessa.

Tämän päivitetyn skenaarioraportin alkuun on myös lisätty lähinnä alan kirjallisuudesta ja tutkimusraporteista poimittuja otteita ja näkemyksiä skenaarioista ja trendeistä.

Skenaarioita, trendianalyysyjä ym. on laadittu ja laaditaan niin Suomessa kuin maailmassakin runsain mitoin koko ajan. Lähdeaineistoa on liki rajattomasti.

Valinta niiden välillä on erittäin vaikeaa, otoksen kattavuus jää kiistanalaiseksi ja ristikkäisten näkemysten puristuksessa on koetettava päätyä johonkin malliin, jotta lukijaa ei saatettaisi aivan pyörälle päästään. Tässä raportissa esitettyjen asioiden lisäksi tai jopa sijaan voi perustellusti luetella muita skenaarioita ja muita näkemyksiä.

Eri selvityksissä esille nostetut megatrendit myös valikoituvat jossain määrin kulloinkin pohdittavina olevien asioiden mukaan.

1.2. Skenaarioraportin laatiminen ja päivitys

Alkuperäinen skenaarioraportti laadittiin MEKin ja ulkopuolisten asiantuntijoiden yhteistyönä vuosina 2003–2004. Myös raportin päivityksessä on ollut mukana MEKin oman henkilöstön lisäksi ulkopuolisia asiantuntijoita. On tärkeää todeta, että skenaarioiden laadinta ei ole ennustamista vaan ainoastaan työmenetelmä. Puhtaasta ennustamisesta, jota voi kutsua myös arvailuksi, on runsain mitoin huvittavia esimerkkejä, joista Mika Mannermaa luettelee roomalaisen insinöörin Julius Sextus Frontinuksen, joka kymmenen vuotta ajanlaskun alkamisen jälkeen julisti, että tekninen kehitys on saavuttanut huippunsa, eikä mitään uutta enää voida keksiä. Tai kuuluisan fyysikon, lordi Kelvi-

nin, joka ilmoitti vuonna 1895, että ilmaa painavimmat lentävät koneet ovat mahdottomia. Lisäksi monet muistavat erään suomalaisen vuorineuvoksen, joka muutama vuosikymmen sitten lausui, että Suomessa ei voida valmistaa kannattavasti mitään hevosta pienempää. Listaa voisi jatkaa vaikka kuinka pitkään eivätkä tämän päivän ennustajat ole yhtään sen pätevämpiä kuin takavuosien kollegiansakaan.

Tulevaisuusajattelua vääristävät lisäksi jo pohdinnan tasolla lukuisat asiat, kuten ajattelun luutumukset ja ansat, asioiden "osaaminen", etenkin suomalaisille tyypillinen ennakkoluuloisuus ja sitä myötä uusia, käännteentekeviä ajatuksia laususekelevän luokittelu haihatteijaksi, ja monet muut seikat.

Onkin hyvä ottaa käyttöön jokin menetelmä, jolla tulevaisuuteen koetetaan tähyillä.

MEKin skenaariotyötä alkuvaiheessa ohjannut Mika Mannermaa määrittelee skenaariomenetelmän näin:

Skenaariomenetelmällä luodaan loogisesti etenevä tapahtumasarja, jonka tarkoituksena on näyttää, miten mahdollinen, joko todennäköinen, tavoiteltava tai uhkaava tulevaisuudentila kehittyi askel askeleelta.

Tulevaisuusarvio voi myös vaikuttaa tulevaisuuteen ja jopa itseensä. Tulevaisuutta luovat niin poliitikot, yritysjohtajat kuin perheenäiditkin. Valtavaa "tulevaisuusmassaa" ei kukaan voi hallita. Myös data on aina puutteellista.

Olipa tulevaisuuden tutkimusmetodi mikä tahansa, niin muutama peukalosääntö on Mika Mannermaan mukaan syytä pitää mielessä:

- optimaalinen pohja-aineiston koko on ratkaistava tapauksittain; laaja aineisto ei sinänsä ratkaise tuloksen uskottavuutta
- tarkat ennusteet voivat olla epäluotettavia; esimerkiksi talousennusteet menevät miltei säännönmukaisesti pieleen jo lyhyellä aikavälillä
- trendien extrapolointi johtaa yleensä vääriin tulokseen, koska yhteiskunnallinen ja taloudellinen kehitys monimutkaistuu ja sisältää murroksia ja yllätyksiä; silti trendeillä ja megatrendeillä on oma merkityksensä
- ennusteet ja skenaariot ovat epätäydellisiä
- tulevaisuusarvioita ei voi tehdä ottamatta huomioon arvoja

1.3. Toimintaympäristö ja ihminen

Ainoa pysyvä asia on muutos. Odottamattoman tekijän merkitys tulevaisuuden kehitykselle voi olla suuri. Tekninen kehitys on huikkeen nopeaa - eihän siitä ole kuin

parikymmentä vuotta, kun vaikkapa kännykät, kannettavat tietokoneet ja Internet olivat kadunmiehelle tuntematon asia. Internet vietti 35-vuotispäiviään v. 2005. Ensimmäinen PC tuli kauppoihin 1980.

Ihminen itse ei kuitenkaan ole muuttunut kovinkaan paljon, vaan hän harhailee kivikauden perusminänään hämmentyneenä yhä vinhemmin muuttuvassa maailmassa, jota hän ja hänen lajitoverinsa muuttavat ja murtavat, päivä päivältä yhä rajummin.

Ei ole kovin väärin väittää, että ihminen on oikeastaan vain pilannut maapalloa. Rahan ja vallan tavoittelu, usein tosin verhottuna johonkin hyvään asiaan, on tuhonnut luontoa, kasvikuntaa, eläinkuntaa, ilmastoa ja paljoa muuta, mikä alun perin oli maapallolla ihan kunnonssa. Nyt ihminen sitten - osin vastahakoisesti - yrittää edes jarrutella tuhojensa etenemistä.

Tiede ja tekniikka ovat toki tehneet valtavasti hyvääkin. Esimerkiksi monet ennen hengenvaaralliset taudit ovat nykyään vain viikon antibioottikuuri. Samoin teknien siunaukset ovat moninaiset, liki määrättömät.

Kummallekohan puolelle vaaka aikanaan enemmän kallistuu, etujen vai tuhojen? Vaikkapa muutaman vuosikymmenen kuluttua. On jopa väitetty, että seuraava suursota käytäisiin puhtaasta vedestä.

Futurologi Martin Rees katsoo teoksessaan "Our Final Century", että ihmiskunnalla on vain noin 50 %:n mahdollisuus selviytyä edes vuoteen 2100.

1.4. Mikä megatrendi on

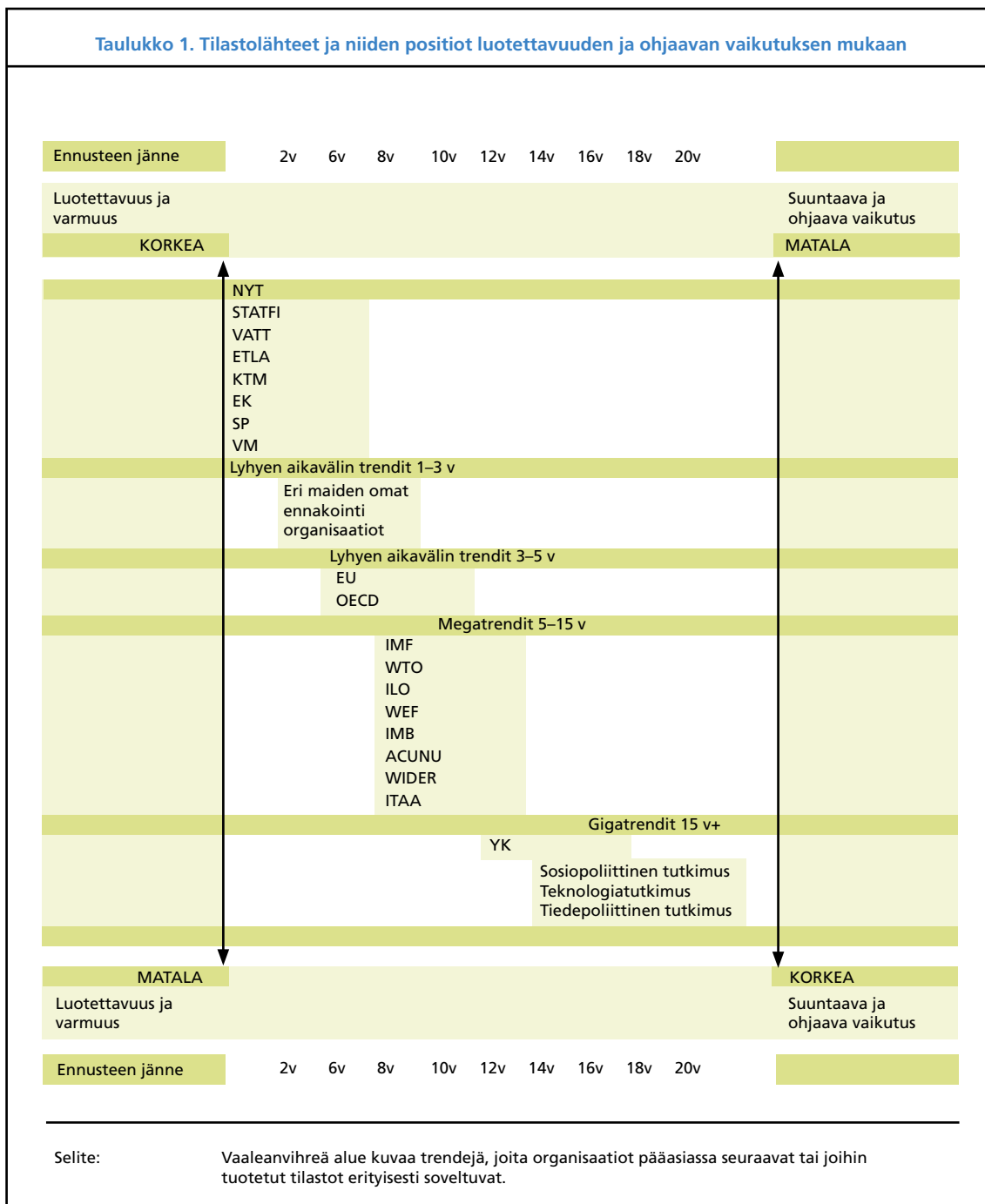
Megatrendi on yhteiskunnan rakenteita syvällisesti muuttava, väijäämätön muutosvoima, usein globaali ilmiö. Se etenee suhteellisen autonomisesti ja sen perimmäisiä syitä on vaikea eritellä. Se on suuri linja, jolla tarkoitetaan ilmiötä tai ilmiökokonaisuutta, jolla on tunnistettava suunta ja jonka uskotaan jatkuvan samansuuntaisesti tulevaisuuteen (Mannermaa).

Megatrendiä voi verrata isoon jokeen, joka virtaa väliin nopeasti, väliin hitaasti. Siinä voi olla akanvirtojakin. Silti sen virtaaminen on nähtävissä ainakin jonkin matkaa sekä ylä- että alajuoksulle päin ja on oletettavissa, että se virtaa eteenpäin pidemmälle kuin se näkyy.

Megatrendin seuranta voi koskea sekä megatrendiä itseään (pysyvyys, laajuus ja kesto) että yhteiskunnan/-kuntien asemoitumista megatrendiin.

Megatrendejä tutkivat ja niistä raportoivat mm. YK, EU, IMF, WB (World Bank), WTO, ILO, OECD ja monet muut. Lisäksi useilla maailmanlaajuisilla organisaatioilla on tärkeitä alaorganisaatioita, jotka osaltaan tutkivat megatrendejä eri aloilta, kuten vaikkapa YK:n alaiset WHO ja UNESCO.

Taulukko 1. Tilastolähteet ja niiden positiot luotettavuuden ja ohjaavan vaikutuksen mukaan



Lähde http://www.ek.fi/ek_suomeksi/tulevaisuusluotain/EIS.pdf

2. EK:n määrittämiä megatrendejä

Elinkeinoelämän keskusliiton Tulevaisuusluotaimen Osaamistarpeiden ennakointijärjestelmä -raportissa luetellaan yksitoista globaalia megatrendiä, jotka ovat tiivistetysti:

- Uudet markkinat edellyttävät keskiluokan kasvua
- Logistiikan merkitys kasvaa edelleen, tuotanto siirretään yhä enemmän lähelle markkinoita
- Perusammatit ja tuotanto siirtyvät kehittyneistä maista halpamaihin, mutta ne palaavat kehittyneisiin maihin, kun palkka- ja investointiedut on käytetty loppuun
- Länsimaissa hyvinvoinnin ylläpito tulee vaatimaan sekä siirtotyövoimaa että tehokasta kustannusten hallintaa
- Palvelusektori tulee kasvamaan, samoin kuin vapaa-ajan palvelut ja niihin liittyvät ammatit
- Kulutusrakenteen muutokset kohti yksilöllisyyttä jatkuvat
- Kilpailukyky perustuu tuotekehitykseen ja innovointiin kehittyneissä maissa
- Markkinat täyttyvät ja halpatyövoima vähenee palkkaerojen tasaantuessa

- Energian, puhtaan luonnon ja raaka-aineiden merkitys kasvaa poliittisesti, taloudellisesti ja inhimillisesti
- Ekologiset muutokset aikaansaavat uutta teknologiaa ja uusia markkinoita
- Nousevat teknologiat saavuttavat kriittisen pisteensä ja synnyttävät kokonaan uusia markkinoita sekä mahdollisesti muuttavat koko kaupan käynnin ja talouden rakenteita

Voidaan mainita aivan esimerkin omaisesti ubiikkiyhteiskunta taikka u-yhteiskunta, mikä tarkoittaa kaikkialla läsnä olevaa tietojenkäsittelyä. Siinä monia arkipäivän asioita ohjaa ja avustaa tietotekniikka, jonka läsnäoloa ei välttämättä edes huomaa.



3. Euroopan megatrendejä

Tunnettu tiedemies ja tutkija Adjiedj Bakas on laatinut merkittävän asiantuntijajoukon tuella teoksen "Megatrends Europe". Tämän "Euroopan megatrendejä" -luvun pääosa nojautuu kyseiseen teokseen.

Bakas on määrittänyt seitsemän megatrendiä, jotka vaikuttavat Euroopan kehitykseen. Hänen tähtäimensä on osin jopa vuodessa 2050, kun MEKin skenaarit ulottuvat vuoteen 2020, joten kaikki Bakasin megatrendit eivät jatkuessaankaan vaikuta koko painollaan vielä vuonna 2020.

Nuo seitsemän Euroopan megatrendiä ovat:

1. Euroopan väkiluku laskee ja Eurooppaan tulee uusia värejä
2. Uusi heimoutuminen
3. Tekninen, hengellinen ja ympäristöllinen vallankumous
4. Kansalainen kärjessä
5. Uusi turvallisuuskäsite
6. Argentiina suistui – entä Eurooppa
7. Kohti Euroopan kulttuurin uudistumista

Kaikkia näitä referoidaan lyhyesti seuraavassa.

Sitä ennen kuitenkin voidaan todeta se käytännössä itsestäänselvyys, että maailmanlaajuiset megatrendit vaikuttavat myös Eurooppaan.

Maailmanlaajuisista megatrendeistä Bakas katsoo kahden olevan Euroopalle keskeisimpiä. Ne ovat:

a. Uusi talousjärjestys, jossa USA menettää ensin taloudellisen ja myöhemmin myös sotilaallisen valta-asemansa. Tilalle tulee kuuden maan rypäs, johon kuuluvat USA, Japani ja BRIC (Brazil, Russia, India, China).

Kiina ja Intia ovat kiistatta jo nyt merkittäviä ja nopeasti kasvavia talousmahteja. Jos ne vielä joskus yhdistäisivät voimansa jonkinlaiseksi akseliksi, niiden vaikutusvalta vain kasvaisi.

Matkailullisesti Kiina ja Intia ovat erittäin kiinnostavia. Vaikka ennusteet niiden kansalaisten tulevaisuudessa tekemien ulkomaanmatkojen määrästä heittelevät aika-moisesti eri tutkimuslaitosten kesken, niin suuntaa antaa osaltaan tieto, että kummankin maan matkustuskykyinen keskiluokka on kohta suurempi kuin Euroopan koko väkiluku. Venäjä on Suomelle jo nyt matkailullisestikin huipputärkeä ja sen merkitys kasvaa kansainvälisestäkin edelleen.

b. Länsi vastaan islam

Uskontojen aiheuttamia jännitteitä käsitellään Euroopan megatrendien yhteydessä jonkin verran tarkemmin.

3.1. Euroopan väkiluku laskee ja Eurooppaan tulee uusia värejä

Euroopan väkiluku alenee todennäköisimmän väestönkehitysskenaarion mukaan noin 90 miljoonalla ihmisellä seuraavan viidenkymmenen vuoden aikana. Alentunutta syntyvyyttä ei korvaa pitenevä elinikä eikä siirtolaisuus, vaikka siirtolaisuus tuleekin olemaan merkittävää ja vaikuttaa Euroopan väestön värillisyyden lisääntymi-

seen, samoin kuin yhä eksoottisemmista maista tuleva, volyymiltään kasvava turismi.

Euroopan väestön osuus koko maailmasta oli vuonna 2000 enää yksitoista prosenttia, ja vuonna 2050 se ollee noin seitsemän prosenttia. Tässä joukossa nuoriso alkaa olla enää pieni osa väestöstä.

Liki kaikki Euroopan maat ovat tänä päivänä varustautuneet eläkepommiin huonosti, osa erittäin huonosti. Tämä johtanee tarpeeseen leikata eläkkeitä ja nostaa eläkeikää, mikä voi pienentää suureksi arvioitua matkailuvien eläkeläisten määrää.

Ikääntymisen vaikutuksesta matkailuun löytyy kymmenen Euroopan maan ja Venäjän osalta lisää tietoa myös IPK:n laatimasta massiivisesta Generation Projectista, jonka tiivistelmä on tämän raportin liitteenä.

Kylmäverisesti arvioiden väestön vähentyminen Euroopassa säästää luontoa, energiaa ja vettä.

Toisaalta yhä harvemman työssäkäyvän tulee kyetä rahoittamaan kasvavat hoivakulut. Jos ihminen elää keskimääräisen mittaisen elämän, niin hänen viimeisten kymmenen vuoden hoivakulunsa ovat yhtä suuret kuin koko hänen siihenastisen elämänsä vastaavat kulut.

Nuorisotyöttömyys ainakin vähenee huomattavasti ellei käytännössä poistu kokonaan. Erilaiset tekniset laitteet tulevat korvaamaan merkittävässä määrin mutkikastakin ihmistyötä.

Mielenkiintoinen on myös Bakasin oletus, että koulutetut eläimet saisivat vahvasti kasvavan roolin esimerkiksi kotiaivustajina ym. hoivatöissä.

Yhteiskunnasta tulee merkittävästi erilainen, kun valtaosa ihmisistä on iäkkäitä ja nuoria on vähän. Kirjailija Arto Paasilinna on kirjoittanut romaanin Ihmiskunnan loppulaukka. Siinä hän rakentaa kuvitelman, että lasten syntyminen olisi loppunut maailmasta kokonaan ja vähenevän ihmiskunnan tarpeisiin käytettäisiin puhuvia hevosia. Esimerkiksi missikisat voitaisi 90-vuotias ehdokas, kun nuorempia ei enää olisi olemassakaan.

Vaikka Paasilinnan teos on puhtaasti fiktiivinen, sen leikkimielisen otteen takana on karmaiseva skenaariorio, joka näyttää osuvan jossain määrin Bakasin tieteellisen pohdinnan kanssa yksiin. Keskeinen päätelmä Paasilinnasta on, että kaiken inhimillisen toiminnan mielekkyys rakentuu jatkuvuuteen, ihmiskunnan kanalta mm. syntyvyyteen. Jos maailmanloppu lähenee, juuri mikään toiminta ei enää ole tarpeellista. Erityisesti raha ja valta menettävät kokonaan otteensa.

Ikääntyminen aiheuttaa alueellista autioitumista. Se samoin kuin väestön määrän aleneminen on jo alkanut joissakin Euroopan maissa. Alueellista autioitumista ei voida pysäyttää pelkästään julkishallinnon tukitoi-

min. Ratkaisuksi on haettava strategisia, visionäärisiä malleja eikä niilläkään saada koko ongelmaa ratkaistuksi - sikäli kuin sitä kaikilta osin edes tulee nähdä ongelmaksiksi.

Ikääntymisen osavaikutus kohdistuu tuotteiden pakkauksiin. Heikommallakin näöllä on saatava selvää tuotetiedoista, mikä merkitsee mm. pastellivärien korvautumista kirkkailla väreillä. Lisäksi huonommillakin käsillä on saatava pakkaus auki.

Matkailutuotteiden osalta tämä merkitsee ikäihmisten tarpeiden yhä parempaa, silti hienovaraista huomiointia. Olisi upeaa, jos Suomesta kehittyisi Euroopan liikkumisystävällisin maa vaikkapa seuraavan parinkymmenen vuoden aikana ilman, että kukaan pääsisi kritikoimaan maataamme Euroopan suurimmaksi ulkoilmavanhainkodiksi.

3.2. Uusi heimoutuminen

Heimolla voidaan ymmärtää ihmisiä, joilla on yhteiskuuluvuus esimerkiksi yhteisen kielen, kulttuurin ja/tai uskonnon vuoksi, määrittelee Bakas. Globaalissa katannossa tämä varmasti on ihan kohdallaan.

Mutta heimoiksi voidaan tietysti katsoa muitakin enemmän tai vähemmän tiiviitä ryhmittymiä. Vaikkapa vuosikymmenien takainen ylioppilasluokka on "me", samasta harrastuksesta kiinnostuneet niin ikään, ainakin jollakin pienellä alueella saman ammattikunnan edustajat jne.

Erilaisia terroristijärjestöjäkin voi pitää heimoina. Terroristijärjestön keskimääräinen elinikäodote on historiallisen kokemuksen perusteella 12–15 vuotta. Poikkeuksia on, kuten IRA ja ETA.

Heimot verkottuvat globaalillakin tasolla. Heimoilla on samoja intressejä.

Vaikkapa Venäjällä ja Italiassa niitä voidaan kutsua mafioiksi. Sanalla on kielteinen, rikollisuuteen viittaava kaiku, mutta itse asiassa se voi tarkoittaa vain juuri heimoa, johon kuulutaan. Vaikkapa lääkärit, samassa korttelissa asuvat tms. Heimoutumisen merkitys kasvaa, kun ihmiset asuvat muualla kuin kotimaassaan. Yli 65-vuotiaiden arvioidaan olevan enenevästi kiinnostuneita Itä-Euroopasta asuinalueena, vaikka Ranska ja Espanja säilyttävätkin kärkipaikat.

Trendiksi tulee osa-aikaeläminen, millä tarkoitetaan, että hyvin toimeentulevat seniorit asuvat muutaman kuukauden jossain maassa ja loput vuodesta toisessa maassa, mahdollisesti varsin erilaisissa olosuhteissa. Nuoret tulevat ottamaan mallia tästä vanhempien luomasta trendistä. Euroopassa ihmisille tulee paljon nykyistä laajemmat, päivittäiset kontaktit eritaustaisiin

ihmisiin. Euroopasta ei kuitenkaan tule kansakuntien sulatusuunia vaan eräänlainen kansojen salaattimalja, jossa kastikkeena on eurooppalaisuus.

Heimoille tulee osa-aikaelämisen takia eri puolille maailmaa USA:n mallin mukaisesti (New York, New England) sellaisia alueita kuin Little Russia, Little India jne. Näiden alueiden kauppojen tarjonta huomioi heimojen tarpeet ”alkuperäisyydellä” samalla kun huolehditaan myös paikallistarjonnasta.

Osa-aikaeläjät ovat iäkkäinäkkin nuorekkaita ja vauhdikkaita.

3.3. Tekninen, hengellinen ja ympäristöllinen vallankumous

Tekninen, hengellinen ja ympäristövallankumous tulevat muuttamaan dramaattisesti ihmisten elämää ja vaikuttamaan siihen oleellisesti.

Monet perinteet tulevat katoamaan.

Uudella tekniikalla on myyttinenkin ulottuvuus.

Uusia energiamuotoja kehittyi, osin pakon edessä, kun tiedossa olevat öljy- ja kaasuvarat ehtyvät nähtävissä olevassa tulevaisuudessa.

Turvallisuus heikkenee. Valvontakameroita on kaikkialla, samoin kuin muuta tekniikan suomaa turvaa. Lisäksi on lukuisasti vartijoita, myös henkilökohtaisia turvamiehiä.

Tekniikka on jo kuluneiden viimeisten runsaan sadan vuoden aikana muuttanut ihmisten elämää todella paljon. Vaikkapa sähkö, sähkövalo, radio, auto, lentokone, tv, kamera ja tietokone ovat kääntäneet uusia lehtiä ihmisten tapaan elää ja etenkin työskennellä ja viettää vapaa-aikaansa.

Teknisen kehityksen vauhti vain kiihtyy tulevaisuudessa. Bakasin teoksessa on kuvattu laajahkosti eri teknisiä kehityspolkuja, joista tähän ei ole otettu kuin muutama näytteeksi. Hän myös katsoo, keskustelua herättävästi, että teknologian kehitys on ollut ja on suurin tekijä naisten tasa-arvon edistymisessä. Kotona tekniikka tekee tulevaisuudessa uudelleen taas sen, mikä takavuosina tekivät kotiapulaiset. Koneen kontolle jäävät imurointi, ruuanlaitto, ostoslistat, ostosten tilaaminen, aamukahvi oikeaan aikaan, päivällisen lämmitys myöhemmin, jos olet myöhässä jne.

Noin vuonna 2020 on mikrosiruja, jotka pystyvät aivan samaan kuin ihmisaivot. Minimaalisesta koostaan huolimatta niiden muistikapasiteetti on käytännössä rajaton.

Erilaiset robotit yleistyvät nopeasti. Ne samoin kuin muukin ICT-teknologia ymmärtävät ihmispuhetta ja vas-

taavat puheella. Robottien luonnekin voidaan ohjelmoida, vaikkapa ystävälliseksi. Ja se on sitten sitä aina.

Jo nyt on esimerkiksi robottijoukkueiden välisiä jalkapallo-otteluita. Aikanaan koneet voivat kenties omak-sua ihmisen roolin.

Myös ravinto muuttuu yhä irrallisemmaksi alkutuotannosta. Nautitaan tiivistä tehoravintoa, jolla on nauttijalleen juuri oikea koostumus. Vaikkapa vain pillerinä. Toisaalta elämyksiä tavoittelevien ihmisten määrä kasvaa edelleen, ja hyvä ruoka on mieluisa elämys monelle, erityisesti matkoilla, joten ruualla nautiskelu ei katoa.

Lääketieteen saralla koetaan harppaus toisensa jälkeen. Ihmisen vaurioituneita elimiä voidaan korvata tuotantolaitoksissa valmistetuilla korvikkeilla. Periaatteessa myös aivot. Jää kysymään, minkä verran ”alkuperäisestä” ihmisestä pitää olla jäljellä, että hän vielä on ihminen ja nimenomaan se ihminen, jota alettiin peukaloida.

Yksi näkemys on, että tietoyhteiskuntaa seuraisi bioyhteiskunta, jolle leimaa-antavin uusi teknologia on bioteknologia ja sen sovellukset. Bioteknologialla tarkoitetaan ihmisen kehittämää teknologiaa, jonka avulla hän jäljittelee biologisia prosesseja tai pyrkii muuttamaan niitä. Tämä avaa huikeita näkymiä niin lääketieteen (esim. geenitekniologian) kuin vaikkapa funktionaalisten elintarvikkeiden alueilla.

Ylipaino on jo nyt ja etenkin tulevaisuudessa eurooppalaisille ihmisille suuri ongelma, ja erilaiset lääketieteelliset rasvanpoistohoidot ovat yleisiä.

Tekniikan lonkeroituessa kaikkialle ja yhteiskunnan tekniikkariippuvuuden yhä kasvaessa myös riskit tietysti kasvavat. Toimintahäiriöt voivat järkyttää elämää laajalti, tarkoituksellisista iskuista puhumatta-kaan.

Terroristit saavat yhä kiintoisampia uusia näkymiä tietotekniikasta. Voidaan kehittää DNA-ohjautuvia aseita, jotka osuvat vain tiettyihin etnisiin tms. ryhmiin tai aseita, jotka muuttavat osuman saaneen ihmisen luonteen. Ihmisiin tekniikka vaikuttaa muun ohella mm. siten, että kotona vietetty aika lisääntyy, kun tekniikka tuo ”kaiken” kotiin. Osatekijä tähän suuntaukseen on myös turvattomuuden lisääntyminen.

Yöunet lyhenevät ja siksi tarvitaan lisää tekemistä lisääntyneeseen valveillaoloaikaan. Ihmisen kokevat kasvavaa aikapainetta. Aika olisi käytettävä tehokkaasti ja/ tai miellyttävästi. Työhön identifioiduminen vähenee.

Tämä suuntaus nostaa vastapainokseen vahvasti wellnessin. Se on lukuisissa eri muodoissaan ennen muuta stressinhoitokeino. Avainsana on rentoutuminen. Bakasin mukaan wellness tulee olemaan tämän



vuosisadan tukipilareita, joka kiinnostaa aivan erityisesti vakavaraisia ikäihmisiä. Wellness-palveluihin haudutaan runsain joukoin. Wellness tulee myös koteihin (saunat, porealtaat, hierovat suihkut, solariumit ym.).

Tekniikan pyörteissä ihmiset kaipaavat kasvavasti kuitenkin kontaktia luontoon. Eco-turismi on "in". Lisäksi historiallisesti on ollut niin, että aina kun tiede tai tekniikka ottaa suuria askeleita, hengelliset asiat nostavat päätään.

Tulevaisuuden koulutusjärjestelmät ovat jo piirustuslaudalla. Niiden mukaan sekä koululaiset että opiskelijat opiskelisivat kehittyneissä maissa osa-aikaisesti. Toisen puolen ajasta he hoitaisivat ikäihmisiä tai olisivat muussa yhdyskuntapalveluksessa. Tämän vuoksi kokonaisopiskeluajat pitenisivät. Oppilaitokset ja vanhusten asunnot tai vanhainkodit rakennettaisiin samoihin rakennuksiin tai joka tapauksessa lähekkäin. Tämä vaikuttaisi osaltaan siihen, että koulusta tulisi nykyistä integroidumpi osa elämäntapaa.

Ikäihmisten osa-aikainen hoito ja pitenevät opiskeluajat koskisivat enemmän sellaisia yhteiskuntia, joissa ikäihmisten suhteellinen osuus on suuri.

Maailmanlaajuisesti katsoen tilastot osoittavat, että ihmiset ovat tulleet viime aikoina entistä uskonnolli-

semiksi. Nopeimmin kasvaa islamia tunnustavien ihmisten määrä, kristinuskoa tunnustavien määrän kasvaessa kutakuinkin samaa vauhtia kuin maailman väestö kasvaa. Buddhalaisien määrä vähenee.

Euroopassakin uskonnollisten ihmisten määrä nousee, mutta esille kohoaa kasvava ryhmä, joka uskoo "johonkin", ei kuitenkaan valtasuuntausten Jumalaan. Tämä näkyy selvimmin Luoteis-Euroopassa.

Katolisissa ja ortodoksisissa maissa uskonnolla kuitenkin säilyy sekularisoituneenakin selkeä rooli, joka usein kytkeytyy kansallisuuteen.

Etenkin islamin mihinnousulla Eurooppaan(kin) voi olla lisääntyviä ristiriitoja aiheuttavia seuraamuksia.

3.4. Kansalainen kärjessä

Monissa maissa on vuosikymmeniä siirretty yhteiskunnan hoidettaviksi aiemmin perheelle ja suvulle kuulu-neita vastuita. On rakennettu ns. hyvinvointiyhteiskuntaa. Tämä trendi kääntyy jo rahasyistä. Julkisyhteisöt joutuvat luovuttamaan tehtäviä takaisin perheille ja vetäytymään taustalle.

Tästä seuraa yksilön ja perheen merkityksen selkeä kasvu, tavallaan paluu aiempaan.

Kansalaiset uskovat yhä vähemmän perinteisiin poliittisiin puolueisiin. Ihmiset saavat tietoa Internetistä ja voivat muodostaa siellä painostusryhmiä. Yhtä asiaa ajavat liikkeet tulevat tyypillisiksi.

Hallitusten heikentyminen muuttaa yhteiskuntaa huomattavasti. Siitä seuraa mm. uudenlaista yhteenkuuluvuutta ja vaikuttamista. Samalla hallitukset niin kansainvälisesti kuin kansallisestikin voivat siirtyä tukeutumaan houkuttelupolitiikkaan, vetoamaan, sen sijaan että uhkailtaisiin tai määräiltäisiin.

Perheistä "kiireperhe" tai "voileipäperhe" muodostuu yhteiskunnan kulmakiveksi. Se on perhe, joka käyttää arjen aikansa töiden jälkeen mahdollisimman tehokkaasti käytännön asioihin. Tekniikka on tässä merkittäväksi avuksi. Yhdessäolo keskitetään viikonloppuihin.

Etätöiden rooli kasvaa vahvasti. Perinteisen toimiston aika alkaa olla ohi.

Nuorison rooli on keskeinen. Nuoriso arvostaa aitoutta ja suorutta. Nuoriso uskoo tulevaisuuteen. Nuorisoista löytyy sekä yksilöllisyyttä että kollektiivisuutta.

Sairaushoitomatkoille kasvaa merkittävästi ikkäämpien piirissä. Siihen voi kuulua esimerkiksi leikkaushoito jossain miellyttävässä kohteessa.

Ihmisten omavastuu ulottuu jopa kuolemaan. Ihmisillä on LHD, Life, Health, Death -suunnitelma, jossa omaan

kuolemaan liittyvät järjestelyt on sovittu asiaan erikoistuneen toimijan kanssa omatoimisesti.

3.5. Uusi turvallisuuskäsitys

Turvallisuusasiat ovat esillä kaikkialla ja kaikessa. Yleinen luottamuspuola lisää mm. turvallisuusinvestointeja.

Ihmisten yksityisyys vähenee, kun turvakameraita, turvamiehiä ja muuta tarkkailua on turvallisuuden nimissä yhä enemmän. Johtavat turvallisuusasiantuntijat ovat yhtä tunnettuja ja ihailtuja kuin iskelmätahdet.

Muukalaisviha nousee aiempaa korkeammaksi ja saa uusia muotoja. Jos ja kun virallinen koneisto ei kykene pitämään rikollisuutta ja terrorismia aisoissa, syntyy erilaisia kansalaisten perustamia "taistelujärjestöjä" ylläpitämään järjestystä ja turvallisuutta.

Rikollisliigat kansainvälistyvät ja tekevät yhteistyötä. Kansainvälisten rikollisten koulutus yleistyy. Rikollisten ja terroristien vastainen taistelu, kilpajuoksu, lupaa turvafirmoille ja turvateollisuudelle ruusuista tulevaisuutta.

Moninaisia uusia konsteja ja tekniikoita kehitetään molemmin puolin. Jo nyt on olemassa koulutettuja karpäisiä ja ampiaisia, jotka kykenevät identifioimaan pommia kuljettavan terroristin.

Yleinen turvattomuus johtaa mitä mielikuvituksellisimpiin keksintöihin. Luodin- ja puukoniskun kestävä vaatteet ovat tavallisia. Talojen ikkunat on varmennettu siten, että rikkoutuipa lasi mistä syystä tahansa, sirpa-

leita ei lennä minnekään. Etenkin Yhdysvalloissa kotien turvajärjestelyt menevät mielettömyyksiin.

Kaduilla kulkeminen koetaan vaaralliseksi ja se on sitä myös. Joukkoliikenne kärsii turvattomuudesta. Ihmiset liikkuvat mieluummin yksityistakseilla tai omalla autolla, joka on monella tavalla turvavarmistettu. Sähkömoottori polttoainemoottorin sijaan on sekin turvatekijä.

Lait ja rangaistukset kovenevat. Kuolemanrangaistuksen palauttamista vaaditaan yhä useammassa maassa. Sananvapautta rajoitetaan, karkotusten kriteerit höltyvät. Valtakuntien rajoille palautetaan kontrolit, jotka mm. Schengen-sopimuksen myötä poistettiin.

Terrorismia ei kuitenkaan pystytä nujertamaan väkivallalla. Siksi hiljalleen lisääntyvästi taivutaan neuvottelemaan terroristien kanssa. Mutta terrorismia on kuitenkin Euroopassa yhä enemmän.

Yksi terrorismia vastustava muoto on "terrortainment" eli luovan teollisuuden ja turvapuolen yhteistyö, jonka tuloksena syntyy terrorismia kuvaavaa viihdettä.

Terrorismista kuitenkin tavallaan johtuu, että perinteisen suursodan riski on vähäinen. Sotaa käydään terroristi-iskujen muodossa. Perinteiseen sotilaalliseen varustautumiseen ei kannata enää panostaa. Terroristeja vastaan "soditaan" heidän keinoillaan: tehdään hyvin valmisteltuja pikaiskuja, ja saman tien kadotaan taas. Huumeet ovat laillisia valtaosassa Eurooppaa. Auto-varkaudet ovat loppuneet, koska sekä autot että nii-



den osat on merkitty elektronisesti ja ne ovat helposti jäljitettävissä.

Isoa terrori-iskua ei edelleenkään pystytä hoitamaan hallitusti, vaan teko aiheuttaa ihmisten hätäilyn, paniokoinnin ja viranomaisten tunaroinnin takia paljon enemmän haittaa kuin itse teosta sinänsä olisi aiheutunut. Terroristit tietysti hyötyvät tästä toistuvasta ilmiöstä.

3.6. Argentiina suistui – entä Eurooppa

Ennen toista maailmansotaa Argentiina oli maailman rikkaimpia maita. Nyt Argentiinalla on erittäin vakavia talousongelmia, joita sillä on ollut jo vuosikymmeniä. Sama talouden huikea alamäki koskee vaikkapa Uruguayta.

On hyvin mahdollista, että Eurooppakin kulkee Argentiinan viitoittamaa, synkkää talouspolkua.

Euroopassa ei nykyään juurikaan tehdä merkittäviä keksintöjä. Euroopasta on vuosikymmenien mittaisen hyvinvoinnin ja rauhan tuloksena tullut monella tavalla pehmeä ja laiska.

Lissabonin vuoden 2000 strategiassa (ulottuu vuoteen 2010) koetettiin herättää Eurooppaa uuteen dynmistykseen, mutta tulokset ovat olleet laihoja. Mm. Saksa ja Ranska ovat haluttomia noudattamaan mitään "eurooppalaisia" päätöksiä.

Eurooppa ei kykene lyömään USA:ta eikä Kaukoitää laudalta taloudellisessa kehityksessä.

Itä-Eurooppa on kuitenkin nälkäinen. Sielläkin tietysti eri maiden halu ja kehittymismahdollisuudet vaihtelevat. Baltia on varsin eurooppalainen, skandinaavinenkin, ja näkymät ovat lupaavat. Venäjä on luonnonvaroiltaan upporkas ja se on eurooppalainen, periaatteessa, vaikka aasialaisuuskin vaikuttaa.

Kuitenkin kehitys Itä-Euroopassa on liki käsin kosketeltavaa. Itä-Euroopassa on kiinnostus ja halu Amerikkaan ja myös Israeliin.

Itä-Euroopassa nuoret ottavat päättävät asemat, mistä aiheutuu sukupolvien välistä skismaa. Kansallistunne on voimakas. Rikollisuus siirtyy väkivallasta osittain valkokaulusrikollisuuden puolelle.

Hyvinvointivaltion kehittymistä vastustetaan näissä maissa, lähinnä kommunismin ikävien muistojen vuoksi. Hallitukset ovat keskimäärin heikkoja. Historialle annetaan uutta arvoa.

Wienistä tulee eräänlainen idän ja lännen sarana, välittäjä.

Eurooppa jakaantuu kahteen tai kolmeen talouden kasvunopeusalueeseen.

Myös Manner-Euroopan tihenevä luotijunaverkosto yhdistää verkkoon kuuluvia alueita. Luotijuna on täysin kilpailukykyinen lentokoneen kanssa kolmen tunnin tai sitä lyhyemmällä matkoilla. Suomeen näitä junia ei Manner-Euroopasta tule.

3.7. Kohti Euroopan kulttuurin uudistumista

Euroopan maiden kulttuurit ovat yksittäisiä, ainutlaatuisia ja vanhoja. Tulevaisuuden nuoret kokevat kuitenkin itsensä ensisijaisesti eurooppalaisiksi ja vasta sen jälkeen jonkin maan kansalaisiksi.

Euroopan kulttuurimaisemaa muuttavat ulkoiset paineet, etenkin Aasian vaikutus. Eurooppa "kaupungistuu", siellä on yli 2 000 "kaupunkivaltiota". Eurooppa koostuu näistä pienvaltioista.

Jo tänä päivänä matkailu "Eurooppaan" kasvaa vain matkailuna isohkoihin kaupunkeihin, muiden Euroopan osien menettäessä matkustajia.

Aasiasta tulee merkittäviä matkailijavirtoja, sekä liikemiehiä että turisteja. Aasialaiset hakevat yleensä kotiolojen kaltaisia asioita, olipa kyse ruuasta taikka palvelusta. Jos Eurooppa oikeasti haluaa saada paljon aasialaisia matkailijoita Eurooppaan, niin on myös opittava ymmärtämään, että aasialaiset nauttivat toisistaan ja haluavat tavata maanmiehiään ja olla heidän seurassaan.

Eurooppa tulee taipumaan aasialaisten makujen, mielipiteitten, normien ja arvojen alle jonkin verran, business-syistä. Esimerkiksi aasialaisen ruuan tarjonta lisääntyy Euroopassa ja myös eurooppalaiset oppivat nauttimaan niitä yhä useammin.

Ihan helppoa se ei kuitenkaan kaikilta osin ole. Esimerkinä voi vaikka mainita kiinalaisen asiakkaan, joka saapuu eurooppalaiseen kauppaan juuri ennen sulkemisaikaa ja olettaa ilman muuta, että kauppaa pidetään auki vaikka ylimääräiset pari tuntia, kun hän pohtii ostoksiaan. Kiinassa kun toimitaan näin.

Aasialaistumisen ohella Eurooppa kokee voimakkaan Itä-Euroopan vaikutuksen. Monet yritykset investoivat sinne merkittävästi, se vaikuttaa muuhun Eurooppaan ja etenkin nuoret ymmärtävät Itä-Euroopan tarjoaman potentiaalin.

Itä-Euroopan yliopistojen taso on korkea. Myös alkuaan Itä-Euroopasta lähteneitä juutalaisia palaa takaisin juurilleen.

4. Euroopan kahdeksan taloustukijalkaa

Euroopan taloudellinen tulevaisuus ei kaiken kaikkiaan näytä erityisen hyvältä. Nykytyyllillä on riski, että Eurooppa taantuu, köyhtyy ja menettää kykynsä huolehtia edes velvoitteistaan saati kasvustaan.

Mutta Euroopan talouden myönteiselle kehityksellekin on tukijalkoja. Bakas on löytänyt niitä kahdeksan.

4.1. Matkailu

EU-komissio kirjoitti Euroopan Parlamentille vuonna 2003 mm. (Basic Guidelines for a sustainable European tourism), että matkailu on hyvin tärkeä talouden sektori, ja kasvavasti jatkossa. Vuoteen 2020 mennessä Komissio odottaa kaikkiaan 700 miljoonaa matkailijaa Eurooppaan. BRIC-maiden ihmisillä on tässä kasvussa merkittävä osuus.

Euroopan tulee panostaa tarinoihin, koska Euroopan ulkopuolisten matkailijoiden on helppo mieltää Eurooppa matkailullisesti jonkinlaiseksi jättimäiseksi ulkoilmamuseoksi tai viihdepuistoksi.

Historia, "vanhuus", kiinnostaa BRIC-maista tulevia ihmisiä, mutta silti toisaalta myös uusi arkkitehtuuri.

4.2. Tietotalous

Eurooppa ei enää loista missään. Esimerkiksi huippuyliopistot sijaitsevat Euroopan ulkopuolella.

EU-komissio katsoi Lissabonissa vuonna 2000 ja OECD vuonna 2001, että Euroopan tulee alkaa investoida tietotalouteen. Läntisten talouksien pitää olla innovaatiivetoisia.

EU on asettanut tavoitteeksi, että jäsenvaltioiden tulisi käyttää T & K -toimintaan ja innovaatioiden luomiseen 3 % BKT:sta. Rahoituksesta noin 2/3-osan tulisi olla yksityistä ja 1/3-osan julkista rahaa.

Käytännössä 3 %:iin eivät yllä kuin harvat maat, kärjessä Suomi ja Ruotsi.

Suurin ryhmä Euroopan maita eli keskikasti panostaa noin 2 %, kärjessä Saksa ja Ranska.

Heikoin eli kolmoskategoria käyttää alle 1,5 % BKT:sta kyseiseen tarkoitukseen. Kolmosryhmän kärkipaikkaa pitävät Tseki, Italia ja Irlanti.

4.3. Palvelu

Eurooppa on kehittymässä palvelumantereeksi. Maailman seitsemän suurinta palvelunviejää ovat USA, Japani, Ranska, Saksa, Iso-Britannia, Italia ja Alankomaat.

Näistä viisi on Euroopassa.

Esimerkiksi Saksassa yli puolet BKT:sta syntyy palveluista.

Tuotanto joutuu jatkuvasti kamppailemaan olemassaolostaan Euroopassa. Sen sijaan palveluiden tuotannon tulevaisuus näyttää hyvältä, myös EU-komission raporttien mukaan.

4.4. Teollisuus

Valmistustoiminta ei luonnollisestikaan lopu Euroopasta. Valmistuksen merkittävänä kasvualueena voidaan mainita vaikka Airbus. Lisäksi uudet jäsenvaltiot ovat kilpailukykyisiä myös kustannuspuolella.

4.5. Muoti ja huonekalut

Muotituotteita ja huonekaluja suunnitellaan Euroopassa, jolla on siihen pitkät ja arvostetut perinteet. Tuotteiden valmistusta on siirretty halvempien kustannusten maihin.

Euroopan ulkopuolelta tulevat matkailijat haluavat kuitenkin aitouden takia ostaa tuotteita, jotka on myös valmistettu Euroopassa. Esimerkiksi Italiassa on tässä hyvä pelipaikka.

4.6. Ruoka ja viini

Eurooppa on kuuluisa ruuistaan ja viineistään. Tämä hyvä maine ei himmene vuosikymmenienkään saatossa helposti. Siksi tämä tuotantolinja voi hyvin säilyä elinvoimaisena.

Euroopassa osataan erittäin hyvin myös ympäristöasioiden johtaminen ja hallinta. Tämä osaaminen tulee olemaan yhä arvokkaampaa jatkossa.

4.7. Ilmastomuutokset

Ilmastomuutokset antavat Euroopalle taloudellisia mahdollisuuksia, niin ikäviä kuin huonot ilmastomuutokset ovatkin.

Veden käytön, puhdistuksen ja hallinnan osaaminen on Euroopassa korkealla tasolla. Pohjoismaissa jos missä on ylen määrin juomakelpoista vettä, mistä kasvavassa osassa maailmaa on pula.



Jos merien pinta nousee, siitä voi aiheutua juomakelpoisten vesien suolaantumista.

Joitakin alueita vajoaa veden alle. Ilmasto lämpeenee, mutta tuskin radikaalisti. Koko asia on mutkikas ja kiisteltykin, mutta näyttää siltä, että vuosikymmeniin ei tilanteen huononeminen edes pysähdy, vaikka ihmiset alkaisivat heti toimia mallikelpoisesti. Ja kun tästä ei ole riittävästi merkkejä, niin tilanne huononee mitä todennäköisimmin. Nykyisin lämpimien maiden kesät muuttuvat sietämättömän kuumiksi.

Suomen osalta tämä merkitsee mm. lumirajan nousemista. Talvella Etelä-Suomessa ei ole lumipäiviä kuin harvakseltaan, sen sijaan Itä- ja Pohjois-Suomessa lumipeite on nykyistä paksumpi.

Lounais-Suomen saaristo muuttuu ilmastoltaan nykyisen Kreikan saariston kaltaiseksi ja vaikkapa päärynä- ja luumuviljelmät ovat tavallisia. Säiden ääri-ilmiöt kuten rajut myrskyt yleistyvät.

Ilmastomuutokset antavat Suomen matkailulle uusia mahdollisuuksia, kun etelän ihmiset pakenevat ke-

sän paahdetta viileämpiin oloihin. Toinen selvästi hyötyvä sektori on viileälaite- ja ilmastointilaiteteollisuus.

4.8. Hoiva ja wellness

Hoiva-asiat ja wellness ovat suuria rahanlähteitä tulevaisuudessa, myös matkailulle. Ihmisten kiinnostus oman terveytensä hoitamiseen kasvaa tasaisesti ja ikääntyminen luo lisämarkkinoita.

5. FinnSight 2015

Suomen Akatemia ja Tekes toteuttivat kattavan ennakkoinnin suomalaisesta tieteestä ja teknologiasta, jonka tulokset julkaistiin FinnSight 2015 -nimisenä raportina.

Laajahko, lukuisten eri alojen asiantuntijoiden ”ajatuksenvirtana” koottu raportti tarkastelee mielenkiintoisia osa-alueita, kuten oppimista, palveluita, hyvinvointia, ympäristöä jne. Raportin takana on kaikkiaan 120 asiantuntijaa.

Tähän MEKin skenaarioraporttiin on nostettu vain aivan muutama ajatus FinnSight-raportista. Poiminoissa on keskitytty palveluihin.

FinnSight toteaa, että kansainvälisten ennakointien tuloksia voidaan hyödyntää Suomen kansallisissa ratkaisuihin ainoastaan rajallisesti.

FinnSight päätty tunnistamaan kolme Suomen tulevaisuuden kannalta erityisen merkityksellistä, osamiseen liittyvää muutostekijää, nimittäin

- a) suomalaiseen elinkeinoelämään ja yhteiskuntaan vaikuttavat muutostekijät
- b) tutkimus- ja innovaatiotoimintaan kohdistuvat haasteet; sekä
- c) yhteiskunnan hyvinvointia ja elinkeinoelämän kilpailukykyä edistävät osaamisalueet.

Keskeisiksi globaaleiksi muutostrendeiksi FinnSight määrittelee liikkuvuuden (tavara, pääoma, ihmiset ym.) ja maapallon eri osien keskinäisen riippuvuuden, vuorovaikutuksen ja yhteistyön.

YK arvioi maailman väestömäärän kasvavan nykyisestä (2006) 6,5 miljardista runsaaseen kahdeksaan miljardiin vuoteen 2030 mennessä. Lähes kaikissa kehittyneissä maissa, kuten Suomessa, väestönkasvu on hidasta ja ikääntyneiden osuus väestöstä kasvaa nopeasti 2010-luvulla. Näissä maissa tarvitaan työvoimaa sekä palvelualoille että korkeaa koulutusta vaativiin tehtäviin.

Suomessa kulutuksen rakenne muuttuu jyrkästi. Etenkin terveys- ja hoivapalveluiden kysyntä kasvaa nopeasti.

Palvelusektorin osuus globaalitaloudesta jatkaa voimakasta kasvuaan. Samaan aikaan palvelusektorin sisällä kasvaa paine tuottavuuden nostamiseen, teknologian hyödyntämiseen ja uusien palvelumallien ja -innovaatioiden kehittämiseen.

Kehitykseen vaikuttavat palvelumarkkinoiden avautuminen, toimijoiden kansainvälistyminen, ihmisten ikääntyminen, teknologian kehitys, kysynnän kasvu tu-

lotason noustessa ja palvelukulttuurin kehittyminen. Suomessa palvelualojen tuotannon arvioidaan kasvavan vuoteen 2015 mennessä kolmanneksen ja työpaikkojen määrän viidenneksen. Tämä merkitsee n. 300 000 uutta työpaikkaa. Edessä voi olla vakava työvoimapula.

Finnsight toteaa mm., että kulttuuri- ja elämyspalvelut ovat kasvava ala, jossa teknologialla ja liiketoimintaosaamisella on keskeinen merkitys.

Etenkin palveluissa kulttuuriosaaminen (ja Suomen kannalta Venäjä-osaaminen) on tärkeää.



6. UNWTO:n näkemyksiä

6.1. Matkailun kehitys

Maailman matkailujärjestö UNWTO on hyväksynyt yleiskokouksessaan joulukuun alussa 2005 Dakarissa, Senegalissa White Paper -nimisen asiakirjan, jossa on laajan valmistelun jälkeen päädytty maailmanlaajuisen matkailukehityksen skenaarioihin ja matkailun kehitykseen vaikuttavien keskeisimpien tekijöiden identifiointiin. (Kansainvälisen matkailujärjestön englanninkielinen lyhenne oli pitkään WTO, mutta koska sitä sekoitettiin Maailman kauppajärjestö WTO:hon, lyhenteen alkuun lisättiin Dakarissa v. 2005 lopulla UN viittauksena YK:hon, kun WTO:sta oli tullut eräällä tavalla YK:n kylkiäinen; Special Agency).

Matkailu on maailman suurin vientiteollisuusala. Matkailu on myös maailman tärkeimpiä sosio-ekonomisia sektoreita. Vuodesta 1950 alkaen vuoteen 2004

kansainvälinen matkailu on kasvanut 25-kertaiseksi eli 6,5 % joka vuosi. Tosin toisinaan kasvussa on ollut myös satunnaisia suvantoja. Vuonna 2005 ylitettiin 800 miljoonan kansainvälisen saapumisen raja. Kasvun odotetaan jatkuvan noin neljän prosentin vuosivauhdilla vuoteen 2020. Tämä merkitsisi 1,6 miljardin kansainvälisen saapumisen määrää vuonna 2020.

”Saapuminen” tarkoittaa matkailijan saapumista toiseen maahan. Sama henkilö voi siis yhden matkan aikana aikaansaada useita saapumisia, jos hän käy monessa maassa ja yöpyy niissä.

Kotimainen matkailu on globaalisti noin kymmenen kertaa suurempaa kuin kansainvälinen matkailu. Vain runsaat kolme prosenttia maailman väestöstä tekee kansainvälisiä matkoja. UNWTO arvioi tämän prosentiosuuden nousevan seitsemään vuoteen 2020 mennessä.

Noin 6–8 prosenttia maailman koko työllisyydestä on riippuvaista matkailusta. Vuonna 2004 matkailu oli noin 30 % koko kansainvälisestä palveluiden kaupasta.

Eurooppa on maanosana edelleen matkailullisesti suurin maailmassa, mutta se menettää hiljalleen suhteellista osuuttaan. Nopeinta kasvu on Kaukoidässä.

UNWTO:n listaamat kaksitoista avaintekijää, joilla on suurin vaikutus maailman matkailuun ovat seuraavat:

1. Uusien markkinoiden taloudellinen vaurastuminen
2. Demografiset muutokset muuttavat matkailun luonnetta
3. Mahdollisuus matkailla muuttaa markkina-osuuksia
4. Polttoaineen hintojen nousuun sopeudutaan, mutta ne vauhdittavat rakenteellisia muutoksia
5. Yhä useammat matkailustrategiat pohjaavat julkisen ja yksityisen sektorin yhteistyöhön - etenkin promootioissa
6. Kommunikaatio stimuloi matkailukysyntää
7. Internet nostaa kuluttajan hallitsijaksi; brändäyksen merkitys kasvaa
8. Terrorismin merkitys siirtyy ilmasta maan pinnalle, koska turvallisuustoimet tiukkenevat
9. ”Enemmän irti elämästä” -asenne kasvaa matkailun motivaattorina
10. Kilpailu kiristyy – myös yhdistymiset/sulautumiset
11. Eri maiden välinen yhteistyö ja alueiden yhteistyö
12. UNWTO:n status YK:ssa tuo alalle uusia mahdollisuuksia

6.2. UNWTO:n skenaariot

UNWTO on työstänyt yhdessä Maailmanpankin kanssa skenaarioiden kehittämismallin. Sen tekniikat ovat lähtöisin yksityiseltä sektorilta.

Skenaarioita on luotu kolme. Niistä tarkastellaan tässä aikaväliä vuoteen 2020 (aikavälejä skenaariosa on useampia).

Skenaario A: Kasvua ja kompuointeja

Maailmassa on menossa markkinavetoinen kasvu. Liiketoiminta on globaalia sekä maantieteellisesti että näkymiltään. Poliittinen tilanne on vakaa ja kauppa vapautta. Polarisaatio on selkeää.

Liiketoiminta kukoistaa. Tekniikka jyllää.

Ihmiset odottavat julkishallinnolta aiempaa vähemmän. Yksityissektoria halutaan suojata. Maiden sisällä varallisuuden jakautuminen on yhä epätasaisempaa, minkä johdosta on syntynyt todella suuria kaupunkeja, joissa eliitti eristyy. Kansallismielisille ja populistisille aatteille on kasvupohjaa.

Ympäristö on todella suuri haaste. Kaupungeissa saastuminen on erittäin vakava ongelma eikä ilmaston lämpiämisen estämisessä ole saatu aikaan reippaita toimia.

Skenaario B: Hitaampaa kasvua mutta jälkeensä jäävät kirivät

Maailmassa on vahvaa kasvua. Varallisuuttakin osuu monille tahoille. Jännitteistä huolimatta kansainväliset poliittiset suhteet ovat kohteliaita. Liiketoiminta kukoistaa. Kiina, Intia, Brasilia ja Indonesia ovat vahvoilla, samoin kuin koko eteläinen Kaukoitää.

Intia on nanoteknologian johtava maa, Kiinan ohella. Brasilia puolestaan on tutkimuksen kärjessä uudistuvan, bioenergiaan pohjaavan tutkimuksen saralla.

Aasia tuottaa 40 % maailmantalouden kasvusta, kun USA:n osuus on 20 %.

Liiketoiminta on globaalia, kulttuuri ja politiikka eivät ihan niin. Kulttuurin merkitys näyttäisi kasvavan. Joukko sitkeitä ongelmia jää. Kaikista apu- ja liberalisointitoimista huolimatta Afrikan kasvu on verkkaista. Ympäristö maksaa raskasta laskua talouskasvusta.

Skenaario C: Syvenevä polarisaatio

Maailma, jossa globalisaatio on uhattuna. Maailma, joka on jakautunut syvästi, niin taloudellisesti, poliittisesti kuin ideologisesti.

Maailmantaloutta rasittaa kovasti valuuttakurssien taistelu. Dollari, Kiinan RBM ja euro kamppailevat, ja omat mausteensa antavat Latinalaisen Amerikan ja Afrikan valuutat.

Aasian kasvun moottorit – Kiina, Japani ja Korean Tasavalta – yskivät, kuin myös Venäjä. Läntiset maat selviävät kohtuullisesti, mutta heikommät maat kärsivät melkoisesti.

USA on selkeästi aiempaa haluttomampi kansainvälisiin sotilasoperaatioihin. NATO on heikko.

EU on maailman ideologisten ja uskonnollisten näkemysten ristitulella eikä uskalla ottaa kantaa suuntaan eikä toiseen.

Reitti toipumiseen näyttää hankalalta. Protektionismi nostaa päätään. Kansainväliset investoinnit ovat alhaisia. Ongelmien joukko on sankka. On vaikea löytää merkittäviä kansainvälisiä poliittisia johtajia, jotka olisivat valmiita astumaan esiin ja kohtaamaan kaikki vaikeudet.

6.3. UNWTO:n määrittämät riskit

UNWTO listaa myös joukon riskejä, jotka vaikuttavat matkailun kehitykseen:

- Turvallisuusasiat
- Turvallisuuden kustannukset ja ärsyttävyyt
- Vastuut ja vakuutukset
- Verotus
- Toimiiko sähköinen kauppa vai ei
- Lentokenttien ja lentoliikenteen ruuhkat
- Lentokoneiden polttoaineiden hinnat
- Kohteiden täyttyminen (liikaa)
- Ilmailupalveluiden vähentyminen tai loppuminen
- Sairaudet tai luonnonkatastrofit

7. ETOURin selvitys

ETOUR (European Tourism Research Institute) on raportissaan *Tourism of Tomorrow – Travel Trends and Forces of Change – U 2005:27*, laatinut Sara Nordin, tarkastellut matkailun kehitysnäkymiä ennen muuta sosiaalisesta näkökulmasta.

Tulevaisuuden matkailijan arvoihin kuuluvat tämän mukaan mm. alkuperäisen etsintä, nostalgian ja juuri-arvostus, hengellisyden ja älyllisyyden merkityksen kasvu, aika/laatu-suhteen nousu hinta/laadun rinnalle ellei ohikin ja yksilöllisyysvaatimuksen kasvu. Ajankäytön tehokkuuden merkitys matkailussa kasvaa.

Terveellisyys, nuorekkuus ja sosiaalinen kanssakäyminen ovat tärkeitä tulevaisuuden matkailijalle.

Palveluiden tuottajapuolella tärkeiksi nousevat halvemmat, lyhyemmät, nopeammat lomat, matkat lähempänä kotia, informaatioteknologian jatkuva kasvu, kasvava polarisaatio ja matkatoimistojen uudelleenmuotoutuminen.

Kuluttajapuolella taas ollaan kypsempiä kuin ennen, riippumattomia, keho, mieli ja sielu ovat yhtä. Rahalle halutaan vastinetta.

Kohteiden osalta trendit ovat ”liika on liikaa” eli pois massaturismista ja standarditarjonnasta sekä tuotteista elämyksiin.





8. Trendit, muutosvoimat, epävarmuustekijät

Edellä on todettu, että megatrendillä on suunta, jonka odotetaan jatkuvan. On muitakin kehitystä ohjaavia ja niissä mukana olevia tekijöitä, jotka eivät ole globaaleja kuten megatrendit, mutta silti merkittäviä. Nämä trendit voivat olla alueellisia taikka muutoin vaikutukseltaan rajallisempia kuin megatrendit. Myös ne ovat ainakin jossain määrin jatkuvia.

On myös muita muutosvoimia, jotka suuntaavat päätöksentekoa ja valintoja. Ne eivät ole samalla tavalla jatkuvia eikä niillä oikeastaan ole suuntaa. Ne voivat olla esimerkiksi perususkomuksia tai oletuksia. Niitä ei useinkaan ilmaista nimenomaisesti muttei myöskään kyseenalaisteta.

Vihdoin ovat tietysti epävarmuustekijät ja riskit. Ne ovat etukäteen tunnistettavia tai arvattavia, merkityksellisiä asioita tai asioita, joita ei lainkaan ole voitu ennakoita. Puhutaan ns. villeistä korteista, joiden toteutumistodennäköisyys on pieni, mutta joiden vaikutus toteutuessaan on dramaattinen.

Muu trendi kuin megatrendi ohjaa kehitystä ja voi synnyttää ympärilleen uutta liiketoimintaa, joka vaatii osaamista, joskus jopa kokonaan uuden teknologian kehittämistä.

Trendit ovat eri pituisia. Vaikkapa muotitrendi voi kestää vain muutamia kuukausia, kun taas ilmasto- ja ympäristöasioihin liittyvät trendit voivat olla usean kymmenen vuoden mittaisia.

Mika Mannermaa on kritisoinut trendejä kaavamaisuudesta, joka tosin hänen mukaansa on ihmiselle hyvin luontaista. On helppo ajatella, että tietyissä vaihteluväleissä asiat jatkuisivat niin kuin tähänkin saakka. Edessä olisi muuttumaton muuttumattomuus.

9. MEKin skenaariot

Tässä raportissa on esitetty eri lähteistä yhteensovitettuja näkemyksiä siitä, miten toimintaympäristö kehittyy vuoteen 2020 mennessä ja sen jälkeenkin. Osa (mega)trendeistä ja muista muutostekijöistä toteutuu mitä todennäköisimmin kaikissa skenaarioissa (kuten vaikkapa ikääntyminen ja ilmastomuutokset), osa on sellaisia, joihin voidaan vaikuttaa (esimerkiksi saavutettavuus) ja osa niistä toteutuu erilaisina ja johtaa eri skenaarioihin sen mukaan, miten matkailulliset olosuhteet kehittyvät (esimerkiksi turvallisuuden kokeminen).

UNWTO:n arvio (White Paper 2005) matkailun kehittymisen edellytyksistä sopii periaatteessa myös Suomen olosuhteisiin. UNWTO:n mainitsemat kehitysrisikit koskevat myös Suomea, mutta niiden painotus luonnollisesti vaihtelee maanosittain ja maittain.

ETOURin selvityksessä matkailun kehittymisen edellytyksiä tarkastellaan lähinnä sosiaalisesta näkökulmasta. Selvityksessä mainitut tulevaisuuden matkailijan arvot (alkuperäisyyden etsintä, nostalgian ja juurien arvostus, hengellisyys ja älyllisyys, aika/laatu-suhteen merkityksen korostuminen ja yksilöllisyyden vaatimus) ovat kaikki sellaisia, jotka sopivat suomalaisten matkailupalvelujen kehittämiseen.

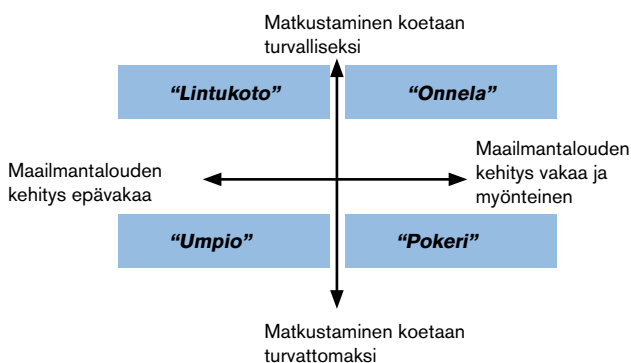
9.1. Päämuuttajat

MEKin vuoden 2004 skenaarioraportissa valittiin keskeisimmiksi matkailun kehitykseen vaikuttaviksi päämuuttajiksi

- Onko maailmantalouden kehitys vakaata ja myönteistä vai epävakaa; ja
- Koetaanko matkailu turvalliseksi vai ei

Näitä valintoja pidetään edelleen oikeina.

Perusristikko skenaarioille on siten:



Mitään "oikeaa määrää" skenaarioita ei ole, mutta 3–5 on hyvä määrä. Niistä jokaisen tulee olla ainakin likipitään yhtä todennäköinen. Koko työ vesittyy, jos yksi on jo lähtökohtaisesti ylitse muiden. Se voi tietysti olla "toivotu", mutta alkutilanteessa tulee kaikkien lähteä samalta viivalta,

9.2. Indikaattorit

Seurattavat asiat, merkit, joita sivuavat tai joihin liittyvät asiat muuttuessaan viittaavat jonkin skenaarion kehittymisen suuntaan, määritettiin tätä MEKin skenaarioiden päivitysversiona laadittaessa monessa kohdin uudelleen.

Tämän pohdinnan pohjalta päädyttiin seuraamaan kaikkiaan kahtakymmentäviittä indikaattoria, joista 17 on yleisiä indikaattoreita ja kahdeksan nimenomaan matkailuun liittyviä. Joissain tapauksessa samaa indikaattoria on tarkasteltu kahtena sen mukaan, vahvistuuko se vai heikkeneekö se (esimerkiksi lisääntykö vai väheneekö terrorismi).

Indikaattorit ovat:

Yleiset

1. Globalisaation eteneminen
2. Palveluiden kaupan vapautuminen
3. EU:n kehitys (vahvistuu)
4. EU:n kehitys (heikkenee)
5. Kansainvälisten konfliktien kehitys (lisääntyvät)
6. Epidemiat (lisääntyvät)
7. Energian hinnan nouseminen (ja saatavuuden heikentyminen)
8. Terrorismi (lisääntyy)
9. Terrorismi (vähenee)
10. Terrorismin vastaisten turvatoimien kehitys
11. Kasvihuoneilmion kehittyminen
12. Golfvirta (kielteinen vaikutus)
13. Luonnonkatastrofit (lisääntyvät)
14. Saastuminen (lisääntyy)
15. Itämeri (saastuu)
16. Tekninen kehitys nopeaa ja laaja-alaista
17. Kotitalouksien ostovoima (kasvaa)

Matkailuindikaattorit

18. Vapaa-ajanteollisuus (kasvaa)
19. Liikenneinfrastruktuurin kehitys Suomessa (heikkenee)
20. Kansainvälisen lentoliikenteen kehittyminen (saavutettavuus paranee)
21. Sähköisen kaupankäynnin kehittyminen (kasvaa)

22. Loman sisällön kehittyminen (monipuolisuus)
23. Ammattitaitoisen työvoiman saatavuus (vaikeutuu)
24. Terveiden ja terveellisyiden arvostus (kasvaa)
25. Ikärakenteen vaikutukset matkailuun (ikäntyminen lisääntyy)

9.3. Skenaarioista strategioihin

Skenaarioiden laatimisen mielekkäys kasvaa, jos kunkin skenaarion varalta laaditaan toimintastrategiat. Siksi on myös tärkeää, että polku kuhunkin skenaarioon on mää-

ritetty mahdollisimman hyvin. Jos on löydetty ne tapahtumat, jotka todennäköisesti johtavat tiettyyn skenaarioon ja jos on tehty pääpiirteinen etukäteissuunnitelma siitä, miten kussakin skenaariossa toimitaan, on skenaariotyöllä saavutettu jotain konkreettista. Skenaarioiden kytkeminen käytännön työhön kun usein jää löyhäksi tai jopa puuttumaan kokonaan.

Mikään skenaario ei tietenkään toteudu sellaisenaan eikä liioin yhden yön aikana. Skenaario kehittyy vähitellen, miltei huomaamatta. Siksikin myös ns. heikot signaalit, pienempien indikaattorit, ovat tärkeässä roolissa, kun skenaariopolkujen suuntautumista koetetaan havaita.

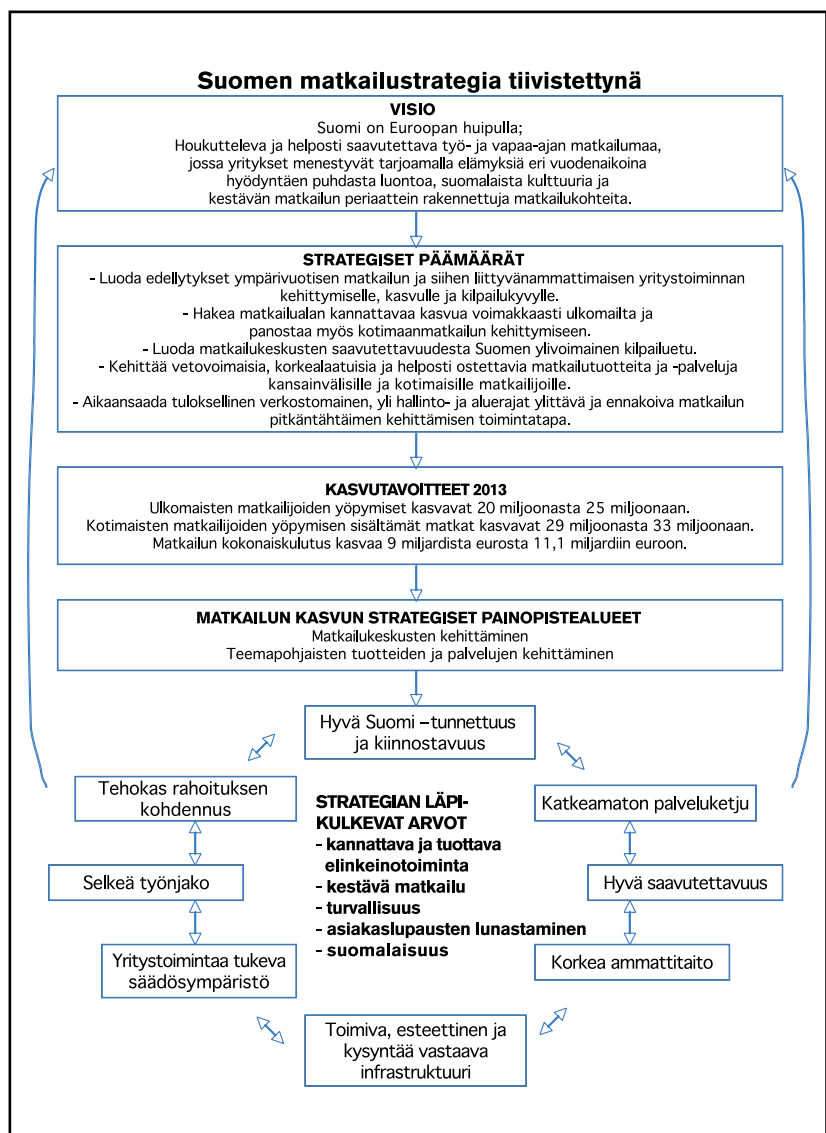
10. Valtakunnallinen matkailustrategia ja MATKA2020

Vuosien 2005 ja 2006 aikana laadittiin elinkeinon ja julkisten toimijoiden yhteistyönä laajan valmistelun jälkeen valtakunnallinen matkailustrategia, jossa on kaksi osaa. Varsinainen strategia vuoteen 2020 asti sekä yksityiskohtaisempi toimintasuunnitelma vuoteen 2013 asti.

Valtakunnallinen matkailustrategia (VKS) ei esitä vaihtoehtoisia kehityspolkuja vaan ainoastaan yhden, varsin kasvuhakuisen suunnan. MEKin skenaarioista Onnela on lähimpänä VKS:n hahmottamaa kehitystä.

Samanaikaisesti tämän MEKin skenaarioraportin päivityksen kanssa julkaisiin matkailualan koulutuksen määrällisten ja laadullisten tarpeiden ennakointiraportti MATKA2020 (OPM:n ESR-projekti, laati Haaga AMK:n projektiryhmä). MATKA2020 otti ensimmäiseksi skenaariopohjaiseen MEKin skenaarioraportin (2004-version) ja kehitti siitä koulutuksen näkökulmaa painottaen kolme eri skenaariota "Tavoiteltava tulevaisuus" (joka on aika lähellä VKS:aa ja Onnelaa), "Ajopuu-tulevaisuus" ja "Vältettävä tulevaisuus". Matkailualalle koulutettavien määrällinen tarve luonnollisesti vaihtelee alan kasvunopeuden mukaan. Kuluttajien ja yrittäjien tarpeiden ja odotusten muutokset puolestaan vaikuttavat koulutuksen sisältöön.

Yhteenveto Suomen Matkailustrategiasta vuoteen 2020 ja Toimenpideohjelmasta vuosille 2007–2013, KTM Julkaisu 21/2006
http://ktm.elinar.fi/ktm_jur/



11. Skenaario- kuvaukset

11.1. Onnela

11.1.1. Skenaario Onnela – ilmapiirikuvaukset

Maailmantalouden kehitys on vakaa ja myönteinen. Matkustaminen koetaan turvalliseksi.

Kansainvälinen matkailu on vuosikymmenet kasvanut noin neljän prosentin vuosivauhdilla, ja maailman väestöstä noin seitsemän prosenttia tekee ulkomaanmatkoja.

Matkailutyöllisten määrä Suomessa on noin 80 000 ja matkailutulo on noin 13 miljardia euroa.

Kansainvälinen lentoliikenne on ruuhkautunut ja Suomen lennot on siirretty monissa maissa pikkukentille.

Kaupunkien kaduilla näkyy runsaasti ikäihmisiä ja matkailun kanssa kilpaileva muu palvelutarjonta on lisääntynyt voimakkaasti etenkin viihde- ja hoivatoimien puolella. Ikäihmisistä kuitenkin merkittävä osa asuu osan vuodesta joko vapaa-ajanasunnollaan maaseudulla taikka ulkomailta. Maallemuuton johdosta monen kunnan sosiaalimenot ovat karanneet käsistä, mutta kuntarakenteen rationointi on edelleen kesken.

Ulkomaalaisten määrä on kasvanut voimakkaasti ja etenkin Suomen suurehkoissa kaupungeissa on merkittävää monikulttuurisuutta. Työttömyys on alentunut selvästi ja tilalle on tullut yhä pahempi työvoimapula. Matalapalkka-aloilla ei suomalaisia juuri näe.

Viisumivapaus on laajentunut koskemaan myös Venäjää ja Venäjän omat otot ovat kohentuneet etenkin Pietarissa ja Moskovassa liki länsimaiselle tasolle.

Vapaa-ajanteollisuudella menee hyvin. Etenkin eläkeläiset ovat merkittävä asiakasryhmä. Eläkeläiset perustavat klubeja, joiden puitteissa tehdään mm. ulkomaanmatkoja. Syrjäytyneiden nuorten määrä on korkea ja huumeongelma huomattava.

Rikollisuus ja muu turvattomuus on lisääntynyt myös Onnelassa. Turvateollisuus kukoistaa.

Tekniikka on mukana kaikessa ja kaikkialla, sekä helpottamassa elämää että ahdistamassa valvonnalla ja yksityisyyden suojan rajoituksilla. Oleellista on, että ICT:n kehittyminen on jo johtanut siihen, että laitteille kommunikoidaan puhumalla ja ne vastaavat puhumalla. Tämä kehitys on saanut käytännössä kaikki ikäihmisetkin ICT-käyttäjiksi. Laitteet kulkevat aina mukana, mutta niitä ei enää tarvitse erikseen kantaa. Nopeasti on valtaamassa alaa

pelkästään ajattelulla toimiva sähköinen kommunikointi, joka perustuu ihmiseen implantoituun siruun tai ihmisen aivojen biotekniseen muuttamiseen.

Suorittavia työtehtäviä hoidetaan erilaisin robotein, jotka kykenevät erittäin mutkikkaisiinkin prosesseihin. Tämä tietysti merkitsee kustannustehokkuutta.

Matkailutarjonnassa aitous on säilyttänyt asemansa. Säiden lämpiämisen vuoksi Etelä-Suomen talvikohteet ovat sopeutuneet usein toistuvaan lumettomuuteen panostamalla mm. kylpylöihin, soiden käyttöön, vaellukseen ja avovesitoimintaan.

Myös suomalaisilla on kasvava tarve olla kokonaan hukkaamatta perinteitä taikka muutoinkaan yhteyttä pehmeisiin arvoihin. Tätä ja myös yhteiskunnallisia asioita ajavia yhden asian liikkeitä nousee tuon tuostakin, mutta ne eivät saa laajaa kannattajakuntaa.

11.1.2. Skenaario Onnela – matkailun tila vuonna 2020

Matkailuelinkeinon arvostus on vahvistunut viimeisten vuosien aikana niin poliitikkojen, hallinnon kuin kansainvälisen keskuudessa. Suomi on nykyistä tunnetumpi matkakohde ja etenkin Suomen talvella on brändiominaisuuksia, mihin osaltaan on vaikuttanut ilmaston lämpeneminen ja muiden maiden talvikohteiden kilpailukyvyyn heikkeneminen.

Muista maista tullaan benchmarkkaamaan edistyksellisimpiä toimintatapoja. Suomen malleja käytetään laajasti myös kansainvälisessä matkailuopetuksessa.

Matkailuyrityksissä on pörssiyrityksiä yhä enemmän. Ulkomaiset sijoittajat tuntevat kasvavaa kiinnostusta investoida niin matkailualan pörssiyrityksiin kuin kohteisiin. Suomalaisten matkailualan yritysten ulkomaalaisomistus kasvaa nopeasti.

Matkailuelinkeino on ammattimaisesti hoidettua, yhteistä toimintaa. Yrittäjät ovat jo vuosia oivaltaneet, että ripeä kasvu tulee ulkomailta ja sekä tuotekehityksen että markkinoinnin puolella kansainvälisyys on vahvassa roolissa. Kotimaanmatkailu on kuitenkin edelleen tärkeää. Sen osuus on noin 60 % kaikesta matkailusta Suomessa. Suomalaisten mökkeily on kuitenkin vähenemään päin, kun nuoriso ei tunne huomattavaa kiinnostusta mökillä oloon.

Matkailuhallintoa on keskitetty vahvasti ja matkailun painoarvo elinkeinopolitiikassa on noussut. Erillistä matkailuministeriötä ei kuitenkaan ole, mutta elinkeinoministeriössä matkailulla on muiden palvelualojen joukossa vakaa asema.

Via Baltica on nopea ja turvallinen moottoritie. Helsingistä kulkee päivittäin useita luotijunia Moskovaan ja Pietariin. Muutamasta muusta Suomen kaupungista on erinomainen junayhteys näihin luotijuniin.

Lentoyhteydet Suomen eri osiin ovat nousseet Suomen merkittäväksi kilpailutekijäksi. Paitsi reittilentoja eri yhtiöiden koneilla niin myös halpalentoja sekä suoria chartereita on runsaasti.

11.1.3. Strategiset päälinjat Onnela-skenaariossa

Matkailu on globaalisti ollut jo pitkään vahvassa kasvussa, samalla kun iäkkäämpien matkailijaryhmien osuus on noussut. Aitous, alkuperäisyys, eksoottisuus ja talven lumivarmuus ovat keskeisiä vetovoimatekijöitä.

Vuoden 2007 alusta voimaan tulleen Valtakunnallisen matkailustrategian linjaukset sopivat nimenomaan Onnela-skenaarioon.

Valtakunnallisen matkailustrategian mukaiset strategiset päämäärät ovat tiivistetyksi sanottuina ympärivuotinen, ammattimainen yritystoiminta, kasvun hakeminen ensisijassa ulkomailta, tavoite kehittää matkailukeskusten saavutettavuudesta ylivoimainen kilpailuetu, hyvä tuotekehitys ja matkailun kehitys verkostoitumisella.

Strategisesti tärkeimmiksi toimenpiteiksi on määritetty yhtenäinen Suomi-viestintä, valtakunnallisen varausportaalien luominen, lentokenttien kehittäminen ja sujuvien matkaketjujen aikaansaaminen matkailukeskuksiin saakka.

Keskeisenä pidetään myös matkailukeskusten kehittämistä ja teemapohjaisten tuotteiden ja palveluiden kehittämistä.

Tuotteet

Maailman taloudellisen tilan vuoksi matkailulla menee hyvin, minkä vuoksi Suomi voi erottua vain omilla vahvuuksillaan ja kehittää niitä eri markkina-alueilla valittujen strategioiden mukaan. Luontoon liittyvät tuotteet ovat edelleen merkittäviä myyntivaltteja. Vuodenaikojen vaihtelu, väljyys, puhtaus ja pohjoinen sijainti tukevat tätä valintaa.

Valtakunnallisessa strategiassa esilletuodut teemat ja/tai tuoteryhmät kuten lumi- ja joulutuotteet, vesistötuotteet, hyvinvointituotteet ja tapahtumat sopivat tähän skenaarioon.

Teemoittuminen lisääntyy, ylettyen niin yksittäisiin majoituskohteisiin kuin matkailukeskuksiinkin, myös brändien ja tuotemerkkien alle. Runsas matkustaminen eli kasvavat markkinat antavat sijaa niche-tuotteiden ohella myös massamatkustuksen suuntaan.

Samoin yli 54-vuotiaille suunnatut (ks. Generation project, tiivistelmä liitteenä) kuin myös single-matkailijoille kehitetyt tuotteet löytävät entistä enemmän ostovoimaista asiakaskuntaa. Tämä on ainoa skenaario, jossa Suomella on mahdollisuus ylittää sekä laatu- että jopa hintajohtajuuteen joillakin markkina-alueilla ja valituilla tuotteilla.

Asiakkaat

Tässä skenaariossa on mahdollista tavoittaa mitä erilaisimmat kohderyhmät iän, varallisuuden sekä kulutuskäyttäytymisen mukaan.

Kohderyhminä ovat ruuhkattomuutta ja luontoa arvostavat paljon matkustaneet ihmiset. Maailmantalouden tila tekee mahdolliseksi alan kannattavuuden kohentamisen.

Markkinat

Tärkeimmät kasvumarkkinat ovat Saksa, Iso-Britannia, Venäjä, Ranska, Espanja ja Alankomaat. Kaukomaista kärkisijoilla ovat Japani, Kiina ja Intia. Myös Viro ja Latvia ovat tärkeitä. Ruotsista ja Norjasta tulee jatkossakin suuria matkailijavirtoja, mutta erityisempää kasvua ei niistä odoteta.

Hyvä talouskasvu ohjaa panostamaan myös uusille markkinoille.

Resurssit

Partnereilla on käytettävissään enemmän resursseja laajamittaiseen yhteismarkkinointiin. Kovassa kilpailutilanteessa yhteistyö onkin tärkeää. Strategista yhteistyötä tehdään Itämeren alueen maiden kanssa tietyillä markkinoilla. Päävastuu lähialuemarkkinoista on elinkeinolla itsellään. Työvoiman hinta nousee ja sen saatavuus on vaikeutunut.

Kilpailijat

Kaikki maat.



11.1.4. Matkalla Onnelaan

Jos alkaa näyttää siltä, että kehitys kulkisi kohti Onnelaa, on tarpeellista kehittää sekä olemassa olevia että uusia tuotteita ns. vanhoille markkinoille. Sen lisäksi voi testata olemassa olevia, perinteisillä markkinoilla menestyneitä huipputuotteita aivan uusilla markkinoilla. Uudet markkinat (=vieraat kulttuurit) luovat myös tarpeen aivan erilaiselle tuoterakenteelle. Myös exclusive-tuotteilla on kysyntää tässä skenaariossa. Exclusive-tuotteilla tarkoitetaan korkealaatuisia tuotteita, jotka ovat nimenomaan Suomalle omaleimaisia ja kohdennettu valituille kohderyhmille.

Kun ilmaston lämpeneminen näyttää kaikissa skenaarioissa väistämättömältä, vältetään talveen nojautuvia pitkäaikaisia investointeja Etelä-Suomessa, kehitetään monipuolisia vesistötuotteita ja rakennetaan budjettitason hotelleja.

11.2. Pokeri

11.2.1. Skenaario Pokeri - ilmapiirikuvaus

Maailmantalouden kehitys on vakaa ja myönteinen. Matkustaminen koetaan turvattomaksi.

Maailmantalous on kehittynyt varsin suotuisasti viimeisten viidentoista vuoden aikana. Osa köyhimmistä maista on kokenut erityisen vahvaa kasvua, toiset ovat vaipuneet jättikokoisiin ongelmiin, eli maailmantalous on polarisoitunut yhä räikeämmin.

Silti jo ennestään taloudellisesti vahvat maat ovat edelleen kärjessä, kuitenkin siten, että Yhdysvallat on menettänyt suhteellista maailmantalouden painoarvoaan Kaukoidalle ja Brasilialle.

Erona Onnelaan ovat kuitenkin terrorismi-iskujen määrän ja laajuuden kasvu, laivakaappaukset ja -tuhot sekä täysin hallitsemattomat pommi-iskut eri puolilla maailmaa. Nämä ovat alkaneet ulottua jo Suomeenkin, siivittäjinään myös kaikenlaiset häiriintyneet yksilöt ja ryhmät, joiden toiminnalla ei ole mitään poliittisia taikka muitakaan tavoitteita.

Kansainvälisessä mediassa on jo pitkään ollut sekä eri tahojen uhkauksia että teknisiä uhkakuvia, kuten biologisten keinojen käyttö ilman ja juomaveden tuhoamiseksi. Pelottavia asioita ovat myös ihmisen psyyken manipulointiin kykenevät bioaseet.

Riskeistä huolimatta talouskehityksen myönteisyys tukee kansainvälistä matkailua. Erilaiset turvatoimet ovat saavuttaneet huomattavat mittasuhteet ja hidastavat liikumista, mutta niitä siedetään, koska niiden merkitystä ei väheksytä.



Suomen isojen kaupunkien katukuvaan kuuluvat poliisi-partiot, turvamiehet, valvontakamerat, erilaiset tunnistimet ja hälyttimet ja muu tekniikka, joka pyrkii havaitsemaan ja estämään ongelmia. Turvapalvelutarjonta on kasvanut liki räjähdysmäisesti.

Osa ihmisistä kokee kuitenkin turvatoimet turvallisuusnarkomaniaksi, liiallisiksi, ja kansalaispiittaamattomuutta alkaa ilmetä. Jotkut matkailijat pitävät riskejä ainoastaan lisämausteina matkaan.

Suomen asema globaalisti edelleen turvallisena maana on hyvä. Matkailun kehityksen kannalta tärkeää on kuitenkin, että myös matkustaminen koetaan turvalliseksi, ei pelkästään kohde.

Terrorismin riski on lisännyt muukalaisvihaa Suomessa. Suomessa on noin 400 000 ulkomaalaista pysyvästi ja määrä kasvaa.

Ympäristökatastrofien määrä ja frekvenssi on noussut merkittävästi. Suomenlahti ja Itämeri ovat kuitenkin vielä joltisessakin kunnossa.

Turvallisuusriskit ovat lisänneet terveellisten elintapojen suosiota. Ruuan lisääineettomuudesta on tullut myynnivaltti ja ruuan terveyttä edistävien tai sairauksia estävien ominaisuuksien merkitys on arkipäivää. Ruokia nautitaan kuin lääkkeitä niiden keskuudessa, jotka huolehtivat itsestään korostetusti.

Kotitalouksien käytettävissä oleva rahamäärä on keskimäärin hyvä. Aluepolitiikka ei kuitenkaan ole purrut, ja väestöstä yhä isompi osa on siirtynyt kaupunkeihin. Mutta hiljalleen on alettu ajatella, että harvaan asutulla – jopa asumattomalla – maaseudulla voisi olla siinä määrin turvallisempaa kuin suurkaupungeissa, että sinne kannattaa muuttaa. Suomen suurimmassa kaupungissa on 1,5 miljoonaa asukasta.

Kansainvälisen matkailun häiriintyminen on lisännyt muun vapaa-ajanteollisuuden suosiota. Ihmiset ovat yhä mieluummin kotonaan, koska se koetaan turvalliseksi ja tekniikka tuo kotiin hyvin runsaan vaihtoehtojen virran.

Biotekniikan kehittyminen mahdollistaa yhä merkittävämpiä sairauksien hoitomuotoja etenkin maksukykyisille ihmisille.

11.2.2. Skenaario Pokeri – matkailun tila vuonna 2020

Turvattomuuden lisääntyminen on vähentänyt kiinnostusta kansainvälisiin matkoihin. Kun iskut ovat jatkuvasti yhä massiivisempia, niiden pelkovaikutus on suurempi kuin iskutiheys sinänsä edellyttäisi.

Turvallisiksi koetut Pohjoismaat kilpailevat keskenään pienenevästä matkailijamäärästä.

Kotimaanmatkailu on merkittävää, samoin matkailu lähialueilla ja lähialueilta.

Nousukauden aikana tehtiin suuria investointeja matkailun infrastruktuuriin. Nämä matkailukohteet joutuvat käymään ankaraa hintasotaa erityisesti naapurimaiden kanssa. Lisääntynyt kotimaanmatkailu paikkaa kuitenkin ainakin kohtuullisessa määrin ulkomaisten matkailijoiden vähenemisen aiheuttamaa vajetta käyttöasteissa.

11.2.3. Strategiset päälinjat Pokeri-skenaariossa

Tuotteet

Fokusoidaan Suomen vahvuuksiin. Etusijalla ovat turvallisiksi koetut, hinta/laatu-suhteeltaan sopivat tuotteet, joiden logistiikkaketju on kunnossa myös turvallisuuskäytännöstä. Turvallisena maana Suomella on hyviä mahdollisuuksia tarjota monipuolisia tuotteita niille markkinoille, joista matkustaminen Suomeen koetaan turvalliseksi. Myös Pokerissa on tilaa exclusive-matkailulle.

Asiakkaat

Keskitytään ihmisiin, joilla on varaa maksaa lisätystä turvallisuudesta. Yksilöllisiä matkajärjestelyjä tulee aiempaa enemmän, turvallisuusketju on ovelta ovelle. Matkailijamäärien sijasta painotetaan laatua.

Markkinat

Kotimaa, lähialueet ja Eurooppa ovat keskeisiä. Mitä kauempana Suomesta jokin markkina on, sen fokusoidumpi segmentti sieltä valitaan.

Resurssit

Hyvä talouskehitys antaa mahdollisuuksia osin korkeampiin hintoihin ja sitä myötä sekä markkinoinnin että tuotekehityksen lisäämiseen. Laatutekijät sekä yhteistyökumppanien valinta korostuvat, turvallisuuteen panostavat menestyvät. Turvallisuuteen liittyvä viranomaisyhteistyö lisääntyy, myös kansainvälisesti.

Kilpailijat

Ruotsi, Norja, Islanti sekä muu vapaa-ajanteollisuus.

11.2.4. Matkalla Pokeriin

Jos Pokeri-skenaario alkaisi toteutua, on turvallisuuteen liittyvään tuotekehitykseen panostettava aivan erityisesti. Verkostoitumisessa on kiinnitettävä aiempaa enemmän huomiota turvallisuusasioihin.

Tuotekehityksessä on huomioitava saaret, tunturit, maaseutumatkailu, gastronomian osalta lähiruuat sekä terveysvaikutteiset elintarvikkeet, samoin exclusive-tuotteet.

11.3. Umpio

11.3.1. Skenaario Umpio – ilmapiirikuvaus

Maailmantalouden kehitys epävakaa. Matkustaminen koetaan turvattomaksi.

Talouden heikko kehitys on johtanut protektionismiin ja taloudellisiin blokkeihin. Vahvat valtiot ajavat yhä häikäilemättömämmin omia etujaan niin taloudellisesti kuin poliittisestikin pyrkiessään säilyttämään asemansa kovassa keskinäisessä kilpailussa.

Suomen valtion ja kuntien budjeteista yhä kasvava osa kuluu turvallisuuden ylläpitämiseen. Hyvinvointivaltion ylläpitäminen on vaikeutunut ja yksilön vastuu omasta ja läheistensä selviytymisestä on kasvanut.

Passitarkastuksia on jouduttu palauttamaan Euroopan valtioiden rajoille ja viisumeja vaaditaan aiempaa enemmän. Suomi noudattaa yleiseurooppalaisia käytäntöjä.

Turvallisuusasioiden vuoksi ihmisten yksityisyyden piiri on supistunut. Erilaiset valvontajärjestelmät, turvahenkilöstö, hälyttimet ja suojalaitteet ovat vastassa lähes kaikkialla. Myös turva- ja valvontarobotit ovat yleisiä. Vaatimukset kuolemanrangaistuksen palauttamisesta ovat yleistyneet Suomessakin.

Työtä tekevä väestö on ikääntynyt ja eläkeikä on nousut. Työssä ollaan, kun eläke ei kaikilla riitä kattamaan elinkustannuksia eikä eläkkeen maksajilla ole resursseja nostaa eläkkeitä korkeammiksi.

Vähätuloiset viettävät vapaa-aikaansa kotona tai sen lähetyillä. Sähköisten kommunikointivälineiden käyttö on aivan iäkkäimpiä ihmisiä lukuun ottamatta tuttua kaikille. Ne ovat edullisia käyttää ja niiden avulla ihmiset voivat tehdä virtuaalimatkoja unelmiensa kohteisiin.

Monet kaupat ovat kokonaan itsepalvelupohjalla. Tekniikka antaa riittävät mahdollisuudet sekä itsepalveluun että varkauksien estämiseen.

Yleinen turvattomuus, johon kuuluu terrorismi, epidemiat ja luonnon saastuminen sekä ilmaston vähittäisestä lämpenemisestä aiheutuvat muutokset on yhteiskunnan keskeisimpiä huolenaiheita. Turvattomuus on johtanut kasvavaan tarpeeseen löytää rauhaa, alkuperäisyyttä ja aiotutta.

Työllisyysaste on pysyvänoloisesti alhaisella tasolla, vaikka parinkymmenen vuoden takaisten halpamaiden tuotannollinen kilpailukyky onkin ulosmitattu ja osa suoritavasta työstä on palaamassa länsimaihin, osan siirtyessä kehittymättömiin maihin Afrikassa. Suomen nuoriso kuitenkin työllistyy ikäluokkien pienentymisen vuoksi kohtuullisen hyvin. Työpaikkoja myös katoaa lukuisten konkurssien myötä.

Varakas väestönosa elää kuitenkin hyvin, nauttii vapaa-ajasta ja käyttää runsaasti tarjolla olevia palveluita. Ne tosin ovat kalliita ja niitä on tarjolla suhteellisen niukalti. Tilanne johtuu ostopotentiaalinvähäisyydestä sekä palvelualojen työntekijäpulasta, joka koskee erityisesti vähiten koulutusta ja osaamista vaativia mutta silti keskeisiä tehtäviä. Koneita käytetään korvaamaan ihmisten työpanosta ja monet arkipäivän asiat kodeissa on automatisoitu kokonaan.

Ihmiset hakeutuvat mielellään erilaisiin pieniyhteisöihin turvattomuuden tunteen vastapainoksi.

Turvapalvelut liiketoimintana kukoistavat ja turvallisuus-asiiantuntijat ovat arvostettuja henkilöitä.

11.3.2. Skenaario Umpio – matkailun tila vuonna 2020

Matkailuelinkeino on viimeksi kuluneina vuosina pienentynyt. Yrityksiä on mennyt konkurssiin.

Matkailuyritykset ovat erikoistuneet ja tuntevat hyvin asiakkaansa ja heidän tarpeensa. Yhteistyö myös mui-

den kuin matkailuyritysten kanssa on laajaa ja organisoitunutta. Vaikeissa olosuhteissa selviytyneet matkailuyritykset ovat ammattitaitoisia. Matkailuelinkeino on keskittynyt sekä alueellisesti että toiminnallisesti.

Matkailutuotteet on segmentoitu tarkasti, ensisijaisesti kotimaisille ja lähialueiden matkailijoille. Segmentointi on ulottunut entistä pienempiin kohderyhmiin. Teknologia niveltyy matkailuun entistä tiiviimmin mm. virtuaalimatkatuotteiden ja perinteisten matkailutuotteiden yhdistelminä.

Turvallisuus on noussut tuotteissa keskeiselle sijalle. Matkailuelinkeino luo kuluttajille loppuun asti viimeistelyä matkailupaketteja. Suurin osa lähimarkkinoille tarjolla olevista paketeista sisältää huolenpidon asiakkaan turvallisuudesta lähtöhetkestä kotiinpaluuseen asti. Suomi tarjoaa korkeatasoisia ja yksilöllisiä luontoon ja ympäristöön liittyviä matkailupalveluita.

Palveluja riisutaan kustannussyistä. Itsepalveluratkaisujen ja erilaisiin robotteihin ja automaatioon perustuvien mallien lisääntyessä työpaikkojen tarjonta vähenee matkailualalla.

11.3.3. Strategiset päälinjat Umpio-skenaariossa

Tuotteet

Turvallisuushakuisten ja luontoon liittyvien matkailutuotteiden kehittäminen lisääntyy. Turvallisuus on keskeinen osa markkinointiviestintää. Tuotetarjonta on polarisoitunut eksklusiiviseen ja itsepalveluun perustuvaan halpatarjontaan.

Teemoittain exclusive-tuotteet, Klubi-tyyppiset matkailukohteet valituille asiakasryhmille sekä teemoitetut halpa-matkatuotteet (halpamatkoja varten ”riisutut” lähiristeilyt, hotellit) saavat lisää jalansijaa.

Varakkaille kehitetään sopivia tuotteita täsmämarkkinointiin. Muille kohderyhmille kehitetään edullisia perustuotteita.

Kotimaan matkailijoille kehitetyt ”yöksi kotiin” -minimatkat ovat kysytyjä.

Asiakkaat

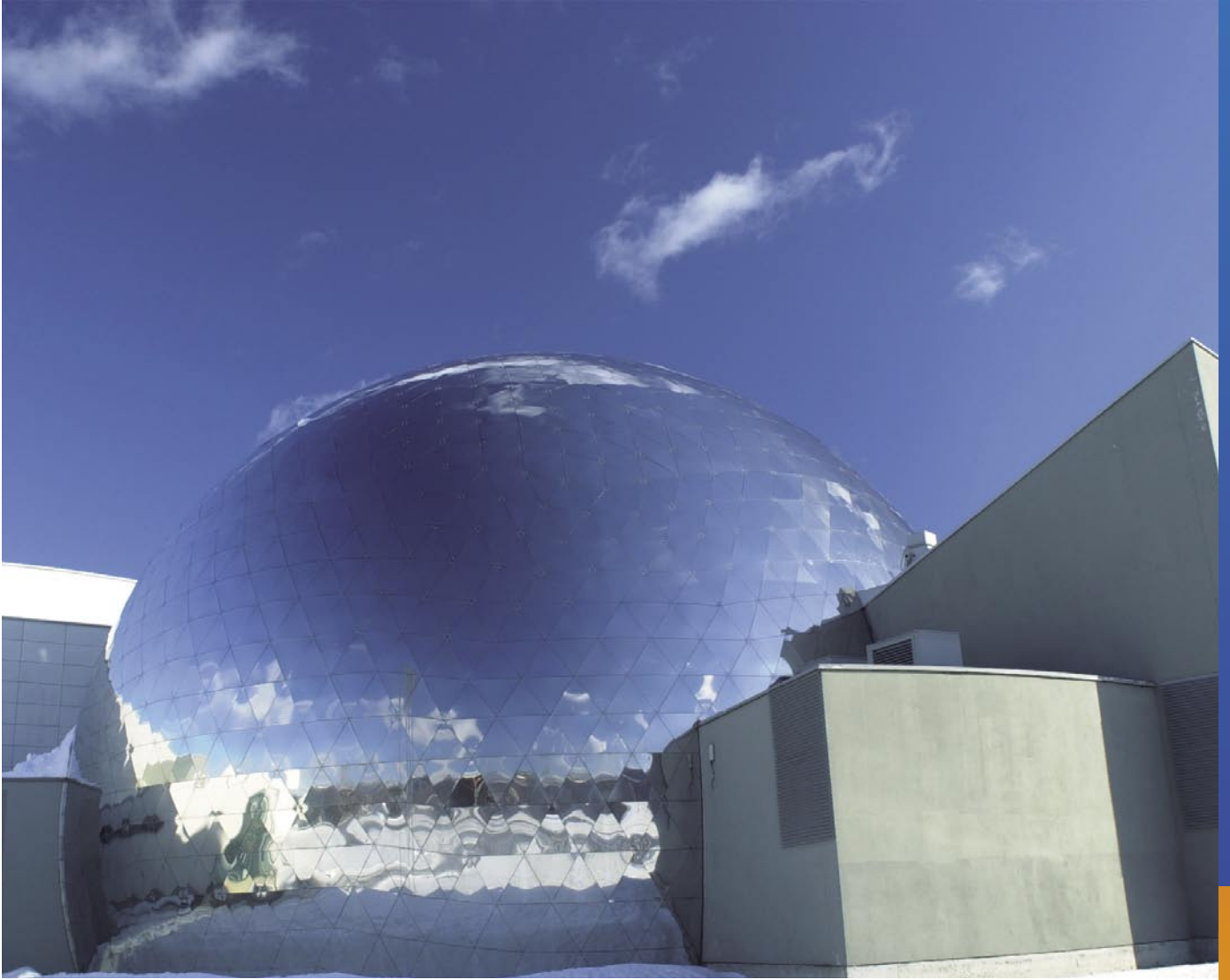
Ansaintalogiikka Umpiossa on varakkaassa joukossa. Kotitalouksien käytettävissä olevan rahamäärän pienentyessä volyyminmatkustusta ei ole niin paljon kuin ennen.

Markkinat

Päämarkkinat ovat kotimaa, lähialueet sekä varakkaat ympäri maailmaa. Markkinoiden kaventuminen selkiyttää markkinoinnin toimintakenttää. Markkinointia kohdennetaan myös erilaisiin korkeatasoisin klubeihin.

Resurssit

Käytettävissä olevat taloudelliset resurssit vähenevät. Toisaalta markkinat polarisoituvat ja kaventuvat. Taistelu su-



pistuvasta julkisesta tuesta kovenee. EU panostaa sisäisen matkailun edistämiseen. Yritykset fokuoivat erityisen huolellisesti markkinointitoimenpiteensä. Yhteistyömahdollisuuksia tuotemerkkien sekä brändien kanssa tulee kartoittaa aktiivisesti.

Kilpailijat

Kilpailu lähimarkkinoilla on kiristynyt, koska lähimarkkinat ovat palauttaneet kiinnostavuuttaan ihmisten mielessä matkailuun liittyvien riskimielikuvien takia. Muu viihdeteollisuus on noussut kovaksi kilpailijaksi matkailulle. Exclusive-matkoissa kilpailu on kovinta.

11.3.4. Matkalla Umpioon

Jos alkaa näyttää siltä, että Eurooppa ja sen mukana Suomi on ajautumassa Umpioon, tulee pyrkiä työstämään sekä riisuttuja että exclusive-tuotteitakin ja virtuaalitarjontaa.

Huomattavia taloudellisia riskejä ei pidä ottaa raskaalla velkarahoituksella. Investointitoiminta on kuitenkin Um-

piossa edullista, jos rahoitukseen ei tarvita huomattavia takaisinmaksettavia, korollisia vieraita pääomia.

11.4. Lintukoto

11.4.1. Skenaario Lintukoto – ilmapiirikuvaus

Maailmantalouden kehitys epävakaa. Matkailu koetaan turvalliseksi.

Vaikka terroritekoja, epidemioita ja muita katastrofeja onkin ollut, niiden määrä ei ole lisääntynyt merkittävästi ja ihmiset ovat tottuneet niihin ja osaavat sopeutua. Myös viranomaisten toimintaan turvallisuusasioissa luotetaan. Siksi matkustaminenkin koetaan yleisesti ottaen turvalliseksi.

Ympäristöasioiden hoidossa on edistytty hyvin. Kansainvälisiä ympäristösopimuksia noudatetaan hyvin ja ympäristöinvestointeja on saatu käyntiin.

YK:n rooli on vahvistunut mm. siksi, että USA on muuttanut linjaansa ja maksanut noin puolet velastaan YK:lle. Kiinan talouskasvu on hyytynyt mm. protektionismin vuoksi.

Ihmisten tiukka taloudellinen tilanne heijastuu kotimaanmatkailun ja lähialuematkailun suosiona. Edulliset tuotteet ovat suosiossa muutoinkin ja käytettyjen tavaroiden kauppa käy vilkkaana.

Kulkuvälinekanta on vanhentunut, talokanta rapautumassa ja liikenneinfrastruktuuri kaipaasi kovasti kohennusta, mihin ei kuitenkaan ole riittäviä taloudellisia resursseja.

Työttömyyttä on ennustettua enemmän ja työttömät sekä eläkeläisten suuret joukot ovat vapaa-ajan viihdeteollisuuden runsaan tarjonnan kohteina. Hintakilpailu on kovaa, mikä suosii kuluttajaa.

11.4.2. Skenaario Lintukoto – matkailun tila vuonna 2020

Maailmantalouden epävakaudesta huolimatta maailmassa on kasvava joukko opporikkaita ihmisiä, joille järjestetään mielikuvituksellisia matkoja avaruuteen. Suomi ei ole tässä toiminnassa mukana.

Suomeen on syntynyt exclusive-matkoja tarjoavia yrittäjiä, joilla on pieni mutta erittäin maksukykyinen asiakaskunta eri puolilta maailmaa. Tässä tarjonnassa turvallisuusasioiden merkitys on erityisen suuri. Suuret määrät arabeja ja Etelä-Amerikan varakkaita ynnä intialaisia löytää viikkokausiksi tiensä Suomeen. Heistä melkoinen osa majoittuu erityisesti heitä varten rakennettuihin hotelleihin ja huviloihin, joiden omistus ja investointirahoitus on usein arabialaista alkuperää. Näitä asiakkaita palvelemaan erikoistuneilla yrittäjillä menee hyvin.

Elämys-, hyvinvointi- ja vapaa-ajan klusterit ovat vahvistuneet viimeisten 15 vuoden aikana merkittävästi. Palvelualojen verorasituksen (sähkö- ja energiaverojen sekä alv:n) keventymisen myötä on palvelualoille syntynyt 300 000 uutta työpaikkaa. Ulkomaalaisten osuus palveluammatteissa on huomattava ja työvoimapula on iso ongelma.

Suomessa on Euroopan paras palvelutarjonta ikääntyville, maksukykyiselle, terveystietoiselle ja omatoimiselle asiakaskunnalle Keski-Euroopasta ja Venäjältä. Wellnesin eri muodot, mukaan lukien sairauksien hoitamiseksi tehdyt matkat, ovat merkittävässä roolissa palvelutarjonnassa, ja esteettömyys on saavuttanut huomattavan hyvän tason.

Suomi on matkakohteena saanut huomattavasti lisää markkinaosuutta maissa, joiden kesä on mm. kasvihuoneilmiön vuoksi muuttunut sietämättömän kuumaksi. Viileys ja sade ovat matkailuvalttejamme kesäisin, suurkau-

pungeista tulevien asiakkaiden osalta lisäksi puhdas ilma.

Matkailupalveluiden tuottajat ovat verkostoituneet ja kehittäneet monipuolisia palvelupaketteja eri kohderyhmille ottaen huomioon viimeisimmät teknologiset innovaatiot hyvinvointisektorilla ja vapaa-ajan palveluissa.

Kun kotitalouksien käytettävissä oleva rahamäärä kuitenkin ei ole keskimäärin korkea, on tuotteiden kustannustehokkuudella suuri merkitys, ja esimerkiksi majoitukseen ei haluta käyttää paljon rahaa. Itsepalvelupohjaiset budjettihotellit ovat suosittuja.

Myös luontoaktiviteetit ja kulttuurimatkailu on tuoteistettu. Luontomatkailemisen tuotteistus on Euroopan huipputasoa. Erityisesti sisällöntuotantoon, tarinoin, paikalliskulttuureihin, reitteihin ja rakenteisiin on panostettu menestyksekkäästi. Eri vuodenaikojen tarjoamat mahdollisuudet on osattu ottaa laajalti käyttöön. Alueelliset vahvuudet ja omaleimaisuus on saatu esille.

Matkailu- ja muut palvelut ovat helposti ostettavissa ja itse räätälöitävissä kattavissa, helppokäyttöisissä sähköisissä järjestelmissä. Useimmat järjestelmät ymmärtävät jo hyvin puhetta ja ne vastaavat puhumalla, jolloin tuotteiden räätälöintikin on erittäin helppoa kaikille.

Nämä järjestelmät mahdollistavat myös hajautetussa ympäristössä muutaman alueellisen matkailun veturiyrityksen ympärille rakentuvien palveluverkkojen kattavan asiakastuotetarjonnan.

Asiakkaat ovat kaikkiaan hyvin hintatietoisia. He arvostavat rauhallisuutta, puhtautta, hyvää palvelua ja yksilöllisyyttä. Itse tekeminen ja kokeminen, tavallaan tuotteessa mukana olo, ovat avainasioita.

Suomessa järjestetään hintakilpailukykyisiä perusmatkapaketteja (matka, majoitus ja pari–kolme ohjelmapalvelua). Paikan päällä pakettia voi täydentää yksilöllisesti ostamalla lisää kohtuuhintaisia palveluita tai täydentämällä ohjelmaa omatoimisella tekemisellä. Kohtuuhintaiset laivajunamatkat ovat yleistyneet ja nopeat junat kilpailevat menestyksellä lentoliikenteen kanssa.

Via Baltica -reitti on Euroopan Top 10 -verkostotatukseen myötä ohittanut suosiossa läntisemmät reitit nopeutensa ja hintakilpailukykynsä vuoksi.

11.4.3. Strategiset päälinjat Lintukoto-skenaariossa

Tuotteet

Kysyntää on luontopainotteisilla perustuotteilla, samoin nostalgisilla luontoon liittyvillä tuotteilla.

Asiakkaat

Maailman rikkaat matkustavat runsaasti. Heidän tavoittamisensa vaatii erittäin tarkkaa segmentointia. Menesty-

misen edellytyksenä kuitenkin on, että infrastruktuuria on kyetty ylläpitämään. Suomen kannalta tärkein ryhmä Lintukodossa on kuitenkin lähimarkkinoiden keskiluokka.

Markkinat

Kotimaa ja lähialueet sekä kohdennetusti varakkaat kaukomarkkinoilla.

Resurssit

Sekä julkinen että yksityinen panostus vähenee heikentyneen taloustilanteen vuoksi.

Kilpailijat

Naapurimaiden kotimaanmatkailu sekä muu viihdeteollisuus.

11.4.4. Matkalla Lintukotoon

Jos alkaa näyttää siltä, että Lintukoto toteutuu, on painopiste tuotekehityksessä kotimaan ja lähialueiden nostalgisissa, yksinkertaisissa luontotuotteissa.

12. Seuranta-järjestelmä

Seurantajärjestelmä on oleellinen osa skenaariotyön käytännön hyödyntämistä. Eri lähtein, kuten median, Internetin, nimenomaisten tutkimusten ja raporttien sekä ns. heikkojen signaalien avulla pyritään toteamaan, mihin suuntaan, mihin skenaarioon ollaan menossa.

Heikko signaali on Mika Mannermaan mukaan kummajainen, outo ilmiö. Keskiverto talousviisaus hylkii sitä, koska se tulee yleensä vallitsevien järjestelmien ulkopuolelta. Tulevaisuuteen varautuminen ja oikean heikon signaalin tunnistaminen voivat kuitenkin parhaimmillaan tuottaa ylivoimaista kilpailuetua.

Heikko tulevaisuussignaali on muutoksen ensioire, joka yleensä tulee vahvaksi yhdistymällä toisiin signaaleihin. Sitä tulee tyypillisesti etsiä systemaattisesti. Se vaatii mm. asialle(en) omistautuneita toimijoita, soihdunkantajia, jotka vievät sitä eteenpäin tai estävät sen nousun, jos se on kielteinen. Sen havaitsevat yleensä edelläkävijät tai erityisryhmät, eivät niinkään asiantuntijat.

Havaitun heikon signaalin antama kilpailuetu on lyhytaikainen. Kun se tulee yleisemmin tietoon, se muodostuu trendiksi tai jopa megatrendiksi, eikä siitä enää saa erityisetua.



13. Ensimmäisiä seurannan tuloksia

Alla oleva taulukko kuvaa eri indikaattoreiden seurannassa havaittua suuntaa ja niiden merkitystä kullekin skenaariolle. Asteikkona on käytetty +3, +2, +1, 0, -1, -2 ja -3. Indikaattorin muutosvaikutus tietyn skenaarion suuntaan on erityisen voimakas, kun taulukossa on arvo +3, vaikutus on olematon, kun taulukossa on 0 ja vaikutus on skenaarion vahvasti poispäin työntävä, jos vaikutus on -3.

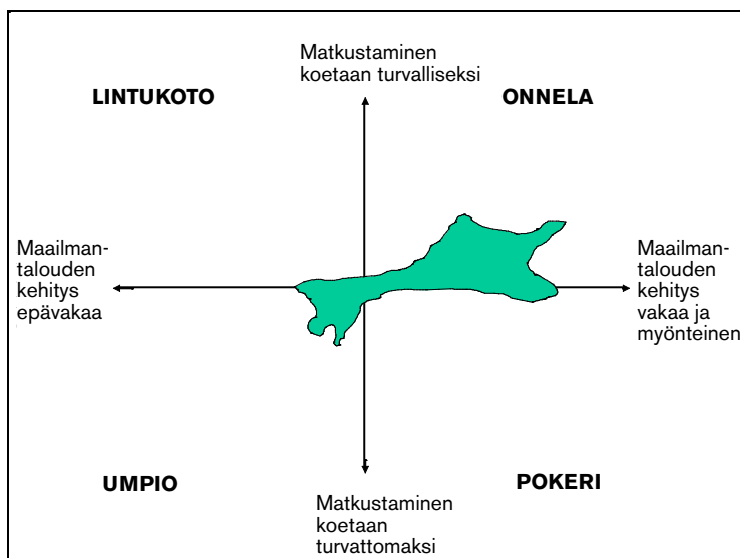
Indikaattoreita on muutettu skenaarioraportin ensimmäisestä versiosta. Tämän vuoksi vertailua aiempaan on hankala tehdä ja esitetyt arvioita on pidettävä vain suuntaa-antavina. Myös tarkasteluväli on vielä kovin lyhyt.

Taulukko 2: VALITTUJEN INDIKAATTORIEN VAIKUTUS ERI SKENAARIOISSA

INDIKAATTORIT		ONNELA	POKERI	LINTUKOTO	UMPIO
Yleiset indikaattorit					
1	Globalisaation eteneminen	2	1	-1	-2
2	Palveluiden kaupan vapautuminen	1	1	-1	-1
3	EU:n kehitys (vahvistuu)	2	3	-3	-2
4	EU:n kehitys (heikkenee)	-3	-2	2	3
5	Kansainvälisten konfliktien kehittyminen (lisääntyy)	-1	1	-1	1
6	Epidemiat (lisääntyvät)	-1	-1	1	1
7	Energian hinnan nouseminen (ja saatavuuden heikentyminen)	-3	-2	2	3
8	Terrorismi (lisääntyy)	-2	2	-2	2
9	Terrorismi (vähenee)	3	-2	2	-3
10	Terrorismin vastaisten turvatoimien kehittyminen (turvallisuus+, matkustus-)	0	0	0	0
11	Kasvihuoneilmion kehittyminen (Suomella suhteellinen etu lyhyellä tähtäimellä)	1	1	-1	0
12	Golfvirta (kielteinen vaikutus)	-1	-1	1	0
13	Luonnonkatastrofit (lisääntyvät)	-1	-1	0	1
14	Saastuminen (lisääntyy ja Suomella suhteellinen etu)	1	1	0	0
15	Itämeri (saastuu)	-2	-2	2	2
16	Tekninen kehitys nopeaa ja laaja-alaista	3	3	-3	0
17	Kotitalouksien ostovoima (kasvaa)	2	2	-2	-2
Matkailuindikaattorit					
18	Vapaa-ajanteollisuus (kasvaa)	1	1	-1	-1
19	Liikenneinfrastruktuurin kehittyminen Suomessa (heikenty)	-1	-1	1	1
20	Kans.lentoliikenteen kehittyminen (Suomen saavutettavuus paranee)	2	2	-2	-2
21	Sähköisen kaupankäynnin kehittyminen (kasvaa)	3	3	-3	-3
22	Loman sisällön kehittyminen (monipuolistuminen)	1	1	-1	-1
23	Ammattitaitoisen työvoiman saatavuus vaikeutuu	-2	-2	2	2
24	Terveysten ja terveellisyysarvostuksen kehitys (kasvaa)	1	1	-1	-1
25	Ikärakenteen kehityksen vaikutukset matkailun (ikäntyminen lisääntyy)	1	1	-1	-1
YHTEENSÄ		7	10	-10	-3

Eri skenaarioiden saamat "pisteet" eivät ole yhteismitallisia. Silti skenaariokohtainen saldo antaa jonkinlaisen kuvan kehityssuunnasta.

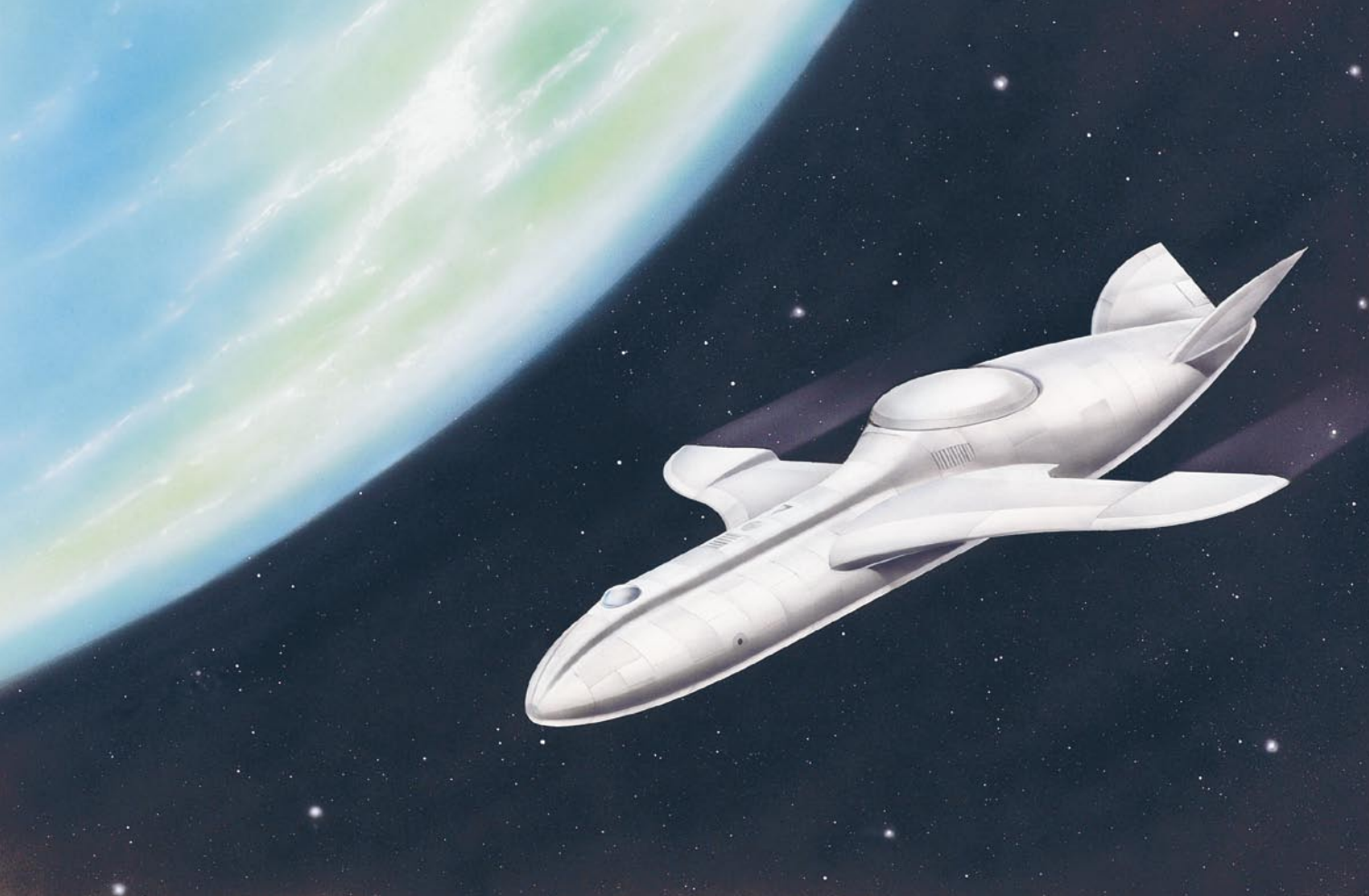
Edellä oleva pistetaulukko voidaan esittää myös graafisena kuviona, jolloin kuvion pinta-alan sijoittuminen ruudukkoon kertoo kehityksen suunnan.



Seuranta siis viittaisi Onnelan ja hiukan Umpion suuntaan, muiden jäädessä lähes "pisteittä".

Edellä lueteltujen lukuisten epävarmuuskijoiden vuoksi ei johtopäätöksiä vielä kuitenkaan ole syytä tehdä.

Seuranta on jatkuvaa ja yhteenvedot havainnoista julkaistaan MEKin kotisivuilla kunkin kalenterivuoden ensimmäisellä neljänneksellä.



14. Tulevaisuuden matkailutuotteita

Tulevaisuuden matkailutuotteista on esitetty lukuisia, rohkeita kuvitelmia. Tähän kirjataan vain aivan pieni määrä maistiaisista.

Avaruusmatkailu eri muodoissaan nähdään useasti todennäköisenä kasvualueena. On visioitu matkoja ainakin kuuun ja kiertomatkoja maapallon ympäri, kokousmatkailua avaruuteen ja/tai kuuun sekä hissiä, jolla pääsisi avaruuteen. Yksittäisiä avaruusturisteja on jo lennoilla käynytkin.

Matkailutuotteiden teemoittuminen tulee saamaan aivan uusia muotoja. Suurten brändien ja tavaramerkkien alle teemoittuvat hotellit ja matkailukeskukset lienevät vain ajan kysymys (McDonald's Hotels, Nike-Town, Versace-Village, Coca-Cola Country holidays).

Suomessa Hartwall Areena on yksi esimerkki uudesta "reviirivalloituksesta".

Risteilymatkailun kaavaillaan teemoittuvan 5 000 hengen mega-luksusalusten fantasiamaailman alle ja toisena äärimuotona tulevat olemaan halparisteilyalukset tyyliin "EasyCruise" (halpalentoyhtiöiden malliin).

Teemoitus siirtyy myös luontoon. Vaikkapa vedenalainen matkailu, etenkin majoittuminen veden alla, on monien ajatuksissa. Suuret vedenalaiset hotellit voisivat olla jän-

nittäviä paikkoja, kun ikkunoiden ulkopuolella kulkisi koko vedenalainen maailma.

Ikkunattomat halpahotellit ovat jo tulossa markkinoille.

Palvelupuolella robotit hoitaisivat etenkin halvoissa majoituspaikoissa kaiken tarpeellisen palvelutarjonnan.

Huippunopeat lentokoneet ovat osa tulevaisuutta. Niiden nopeus olisi huomattavasti suurempi kuin Concordeen. Näitä suunnitellaan jo, eikä Concordeen takkuinen historia haittaa suunnittelutyötä.

- Suomea ei avaruusturismi koske, lukuun ottamatta sitä mahdollisuutta, että varakkaita suomalaisia voi käydä avaruudessa.
- Vedenalaisen matkailun ja majoituksen rajoittimena on vesiemme sameus, joten tämäkään segmentti ei oikein istu Suomeen.
- Palvelurobotit aloittanevat suurista matkailumaista ja -kohteista, mutta ne kyllä saavuttavat Suomenkin muutaman vuoden viiveellä.
- Huippunopeat lentokoneet ovat Suomeen saapumiselle etu, jos vain lentokenttämme riittävät niille.

Liitteet

1. Tulevaisuustutkimuksia
2. Tietoja matkailun satelliittitilipidosta 1995–2004 (Suomi)
3. Lukuja kansantalouden tilinpidosta
4. Yöpymisennuste vuoteen 2020
5. IPK:n Generation-projektin tiivistelmä

LIITE 1: Tulevaisuustutkimuksia

Kirjallisuutta

Heikoista signaaleista vahva tulevaisuus

Mika Mannermaa
Helsinki : WSOY, 2004
249 s. : kuv.
ISBN: 951-0-28372-X

Megatrends Europe

Adjiedj Bakas, with Laura Schweig
Singapore : Marshall Cavendish Business, 2006
271 s.
ISBN: 1-904879-75-6

Our final century : will the human race survive the twenty-first century?

Martin Rees
Arrow, 2004
240 s
ISBN: 0-09-943686-8

FinnSight 2015 : tieteen, teknologian ja yhteiskunnan näkymät

Helsinki : Suomen Akatemia. Tekes, 2006
68 s. : kuv.
ISBN: 951-715-611-1

Tulevaisuuslinkkejä

Tulevaisuuden tutkimuskeskus jalostaa näkemyksellistä tietoa vaihtoehtoisista tulevaisuuksista sekä niihin sisältyvistä haasteista ja mahdollisuuksista. Tarjoaa tutkittua tulevaisuustietoa sekä kansallisen että kansainvälisen päätöksenteon tueksi.

<http://www.tukkk.fi/tutu/>

Tulevaisuuden tutkimuksen seura perustettiin vuonna 1980 valtion tieteen keskustoimikunnan Tulevaisuusjaoston suosituksesta. Seuran perustajajäsenenä oli 14 suomalaista yliopistoa ja korkeakoulua. Sittemmin seuraan on liittynyt kymmenen muuta yhteisöjäsentä ja yli 700 henkilöjäsentä.

<http://www.futurasociety.fi/>

Elinkeinoelämän keskusliiton (EK) Tulevaisuusluotain - ennakointihanke, jossa luodetaan elinkeinoelämän osaamis- ja koulutustarpeita vuoteen 2015.

http://www.ek.fi/ek_suomeksi/tulevaisuusluotain/index.php

Ennakointifoorumi - KTM:n asettama ja organisoima yhteistyöpuite, jonka piirissä edistetään erilaisen tulevaisuutta koskevan tiedon ('ennakointitiedon') tuottamisen ja hyödyntämisen toimintatapoja.

<http://www.ennakointifoorumi.fi/>

Eduskunnan Tulevaisuusvaliokunta (TuV) - valmistelee sille lähetetyt valtiopäiväasiakirjat ja antaa muille valiokunnille pyynnöstä lausuntoja niiden tehtävälueeseen kuuluvista tulevaisuutta koskevista asioista. Valiokunta käsittelee asioita, jotka liittyvät tulevaisuuden kehitystekijöihin ja kehitysmalleihin.

<http://www.eduskunta.fi/>

FinnSight 2015 – Tieteen, teknologian ja yhteiskunnan näkymät on Suomen Akatemian ja Tekesin yhteinen ennakointihanke, joka toteutettiin vuosina 2005–2006.

<http://www.finnsight2015.fi/>

MATKA2020 - matkailukoulutuksen määrällisten ja laadullisten koulutustarpeiden ennakointi

<http://www.matka2020.com/>

Palvelut 2020 -hanke: Kohti palvelujen tulevaisuutta – väliraportti

http://www.ek.fi/ek_suomeksi/tulevaisuusluotain/dokumentit/linkki_pdf/Palvelut_2020_vaeliraportti.pdf

ENSTI - tulevaisuuden koulutus- ja työvoimatarpeen ennakkoinnintietopankki.

<http://www.opf.fi/SubPage.asp?path=1,443,3086,3987>

Sitran Innovaatio-ohjelma

http://www.sitra.fi/fi/Ohjelmat/ohjelmien_esittely.htm

Tulevaisuudentutkimuksen VerkostoAkatemian (TVA) - toiminnan päämääränä on määrällisen ja laadullisen tulevaisuuteen suuntautuneen tiedon ja osaamisen lisääminen ja kanavoiminen mm. yhteiskunnallisten päättäjien ja muiden kohderyhmien käyttöön.

<http://www.tukkk.fi/tutu/tva/>

Futures Studies Mannermaa Oy (FSM) - tietoyhteiskunnan verkostoperiaatteella toimiva yritys, joka toteuttaa tulevaisuusprojekteja erilaisten yhteistyökumppanien kanssa.

<http://onet.tehonetti.fi/mannermaa/onet/>

Viestinhallinta Oy - Message Management Ltd - päätoimialat ovat ennakointi (työelämää ja osaamistarpeita koskeva tulevaisuudentutkimus) sekä viestinnän koulutus (puheviestintä ja kirjallinen viestintä).

<http://www.viestinhallinta.fi/vali.htm>

The World Future Society (USA) - an association of people interested in how social and technological developments are shaping the future. The Society was founded in 1966 and is chartered as a nonprofit educational and scientific organization.

<http://www.wfs.org/>

The Club of Rome - a global think tank and centre of innovation and initiative, a non-profit, non-governmental organisation.

<http://www.clubofrome.org/>

OECD International Futures Programme - provides the Organisation with early warning of emerging issues, pinpoints major developments, and analyses key long-term concerns to help governments map strategy.

http://www.oecd.org/department/0,2688,en_2649_33707_1_1_1_1_1,00.html

The Copenhagen Institute for Future Studies (Denmark) - strengthen the basis for decision-making in public and private organisations by creating awareness of the future and highlighting its importance to the present.

<http://www.cifs.dk/>

Institutet för Framtidsstudier (Sverige) - bedriver framtidsstudier på vetenskaplig grund.

<http://www.framtidsstudier.se>

Lehtiä, julkaisuja

Foresight

<http://www.emeraldinsight.com/info/journals/fs/fs.jsp>

Futura - Tulevaisuuden tutkimuksen seuran jäsenlehti

<http://www.futurasociety.fi/>

Future Survey

<http://www.wfs.org/fsurv.htm>

Futures

http://www.elsevier.com/wps/find/journaldescription.cws_home/30422/description#description

Futures magazine Online

<http://futuresmag.com/cms/futures/website>

Futures Research Quarterly

<http://www.wfs.org/frq.htm>

Futuribles

<http://www.futuribles.com/>

Futurist

<http://www.wfs.org/futurist.htm>

Liite 2: Tietoja matkailun satelliittitilinpidoista 1995–2004 (Suomi)

Lähde: Tilastokeskus / Matkailun satelliittitilinpito

Matkailukysynnän ja -tarjonnan tunnuslukuja	1995	1996	1997	1998
Ulkomaisten matkailijoiden kysyntä yhteensä, miljoonaa euroa	1 745	1 861	2 063	2 130
Ulkomaisten matkailijoiden kysyntä yhteensä, osuus matkailun kokonaiskysynnästä %	30	31	31	32
Suomalaisten vapaa-ajan matkailukysyntä yhteensä, miljoonaa euroa	2 886	3 023	3 220	3 140
Suomalaisten vapaa-ajan matkailukysyntä yhteensä, osuus matkailun kokonaiskysynnästä %	50	50	49	46
Suomalaisten muu matkailukysyntä (korvatut työmatkat, omat mökit), miljoonaa euroa	1 110	1 222	1 318	1 490
Suomalaisten muu matkailukysyntä (korvatut työmatkat, omat mökit), osuus matkailun kokonaiskysynnästä %	19	20	20	22
Matkailun kokonaiskysyntä Suomessa yhteensä, miljoonaa euroa	5 741	6 106	6 601	6 760
Matkailukysynnän aikaansaama arvonlisäys, miljoonaa euroa, sis. työnantajien kulut	2 019	2 114	2 255	2 440
Matkailukysynnän aikaansaama arvonlisäys, miljoonaa euroa, ilman työnantajien kuluja	1 643	1 681	1 788	1 882
BKT perushintaan, miljoonaa euroa	83 712	86 369	92 909	101 365
Matkailuarvonlisäyksen osuus perushintaisesta BKT:sta, %, sis. työnantajien kulut	2,4	2,4	2,4	2,4
Matkailuarvonlisäyksen osuus perushintaisesta BKT:sta, %, ilman työnantajien kuluja	2,0	1,9	1,9	1,9
Matkailun aikaansaama laskennallinen työllisyys (työllisten määrä)	47 744	51 360	53 882	54 049
Matkailun aikaansaamat laskennalliset työtunnit	84 818 699	91 972 963	96 337 209	96 284 354

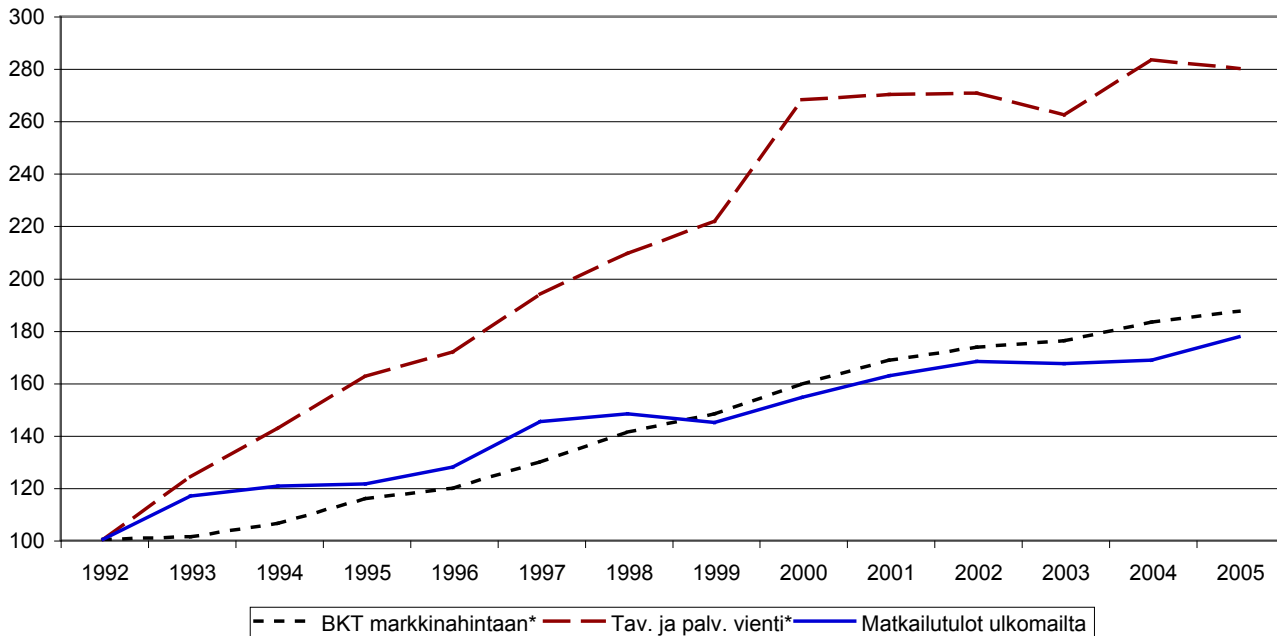
*= Ennakkotietoja

1999	2000	2001	2002	2003	2004*
2 106	2 214	2 310	2 365	2 371	2 403
30	29	29	29	28	27
3 407	3 780	3 955	4 214	4 430	4 666
48	50	50	51	52	52
1 524	1 629	1 709	1 714	1 809	1 925
22	21	21	21	21	21
7 037	7 623	7 974	8 293	8 610	8 994
2 527	2 673	2 850	2 934	2 965	3 117
1 968	2 087	2 236	2 323	2 347	2 460
106 217	115 167	122 489	125 699	126 585	132 211
2,4	2,3	2,3	2,3	2,3	2,4
1,9	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9
55 632	57 240	57 419	59 603	60 919	59 524
100 745 923	103 600 462	102 376 853	105 471 900	107 402 980	105 449 293

Liite 3: Lukuja kansantalouden tilinpidosta

Lähde: Tilastokeskus / Kansantalouden tilinpito

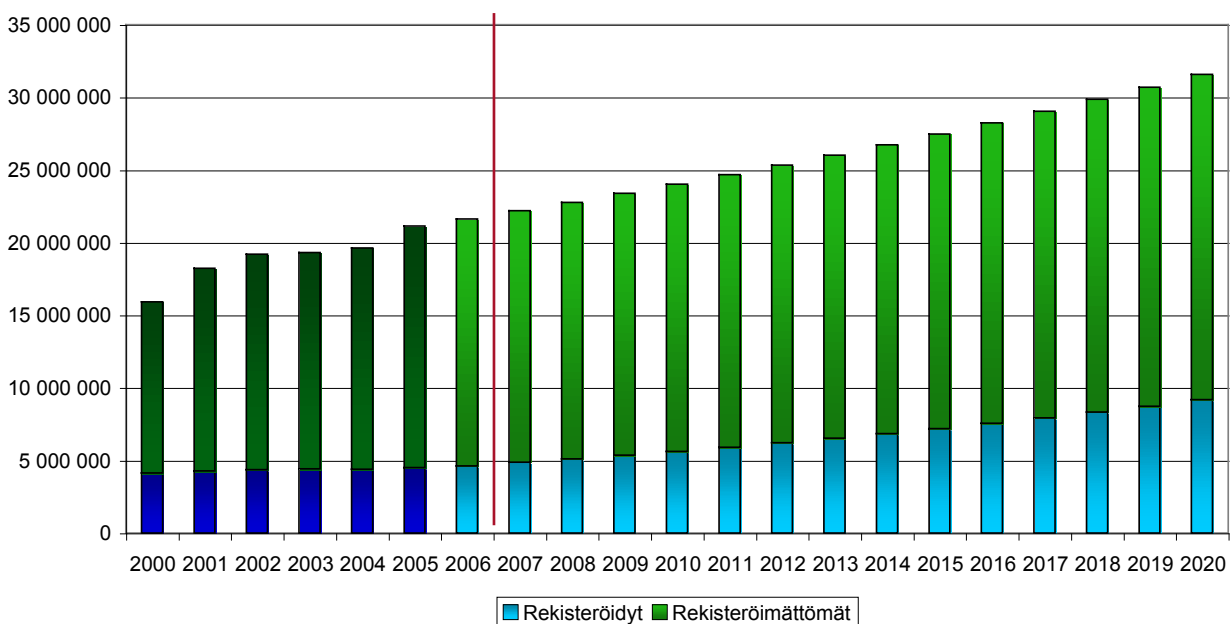
BKT:n, tavaroiden ja palvelujen viennin sekä matkailutulojen kehitys (1992=100)



Liite 4: Yöpymisennuste vuoteen 2020

Lähde: Tilastokeskus / Matkailutilasto ja Tilastokeskus ja MEK / Rajahaastattelututkimus

Rekisteröityjen ja rekisteröimättömien yöpymisten kehitys vuosina 2000-2005 sekä ennusteet vuoteen 2020 saakka



GENERATION PROJECT - YHTEENVETO

Liite 5: IPK:n Generation-projektin tiivistelmä

SISÄLLYSLUETTELO

1. Väestörakenne ja siinä tapahtuvat muutokset	2
2. Lomamatkojen määrä ja niissä tapahtuvat muutokset	4
3. Lomamatkat tyypeittäin	6
3.1. Aurinkolomat.....	6
3.2. Kiertomatkailu.....	7
3.3. Kaupunkilomat.....	7
3.4. Maaseutumatkailu.....	7
3.5. Loma vuoristossa.....	8
3.6. Lumilomat.....	8
3.7. Urheilulomat.....	8
3.8. Terveyslomat.....	8
4. Lomat liikennemuodon mukaan	9
4.1. Lentokone.....	9
4.2. Auto.....	9
4.3. Bussi ja juna.....	9
5. Lomamatkat majoitusmuodon mukaan	10
5.1. Ykkösluokan hotellit.....	10
5.2. Keskitason hotellit.....	10
5.3. Budjettihotellit.....	10
5.4. Loma-asunnot ja -mökkit.....	10
5.6. Telta / matkailuperävaunu / matkailuauto.....	10
6. Lomamatkojen järjestäminen	11
6.1. Pakettimatkat.....	11
6.2. Muut matkatoimistovaraukset.....	11
6.3. Muut varauskanavat.....	12
6.4. Lomamatkat ilman ennakkovarausta.....	12
7. Lomamatkojen kesto	12
8. Lomamatkojen kohteet	13

1. Väestörakenne ja siinä tapahtuvat muutokset

Tutkimuksessa mukana olevien 11 maan aikuisväestön (15- vuotta) koko on 629 miljoonaa, josta Yhdysvaltojen osuus on 205 miljoonaa ja Venäjän 122 miljoonaa. Kanada mukaan luettuna Pohjois-Amerikan osuus väestöstä on 36 % ja Euroopan (ml. Venäjä) 64 %. Euroopan maista Saksa on Venäjän jälkeen aikuisväestöltään suurin (69 miljoonaa) ennen Italiaa (49 miljoonaa) sekä Iso-Britannia ja Ranskaa (kummatkin 48 miljoonaa). Espanja on väestöltään selvästi pienempi (34 miljoonaa). Pienimpiä markkina-alueita tutkimuksessa mukana olleista ovat väestömäärältään Alankomaat, Belgia ja Ruotsi.

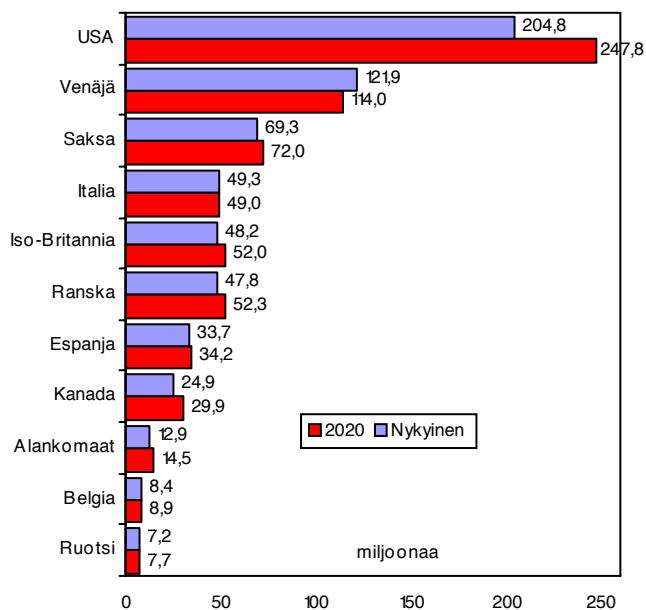
Tutkittujen maiden aikuisväestön määrä kasvaa 54 miljoonalla vuoteen 2020 mennessä. Pohjois-Amerikan osuus kasvusta on 89 % ja yksistään Yhdysvaltojen osuus 80 %. Euroopan maista Ranskan väestö kasvaa eniten eli 4,5 miljoonalla. Iso-Britannian kasvu on 3,8 miljoonaa ja Saksan 2,8 miljoonaa. Venäjän väestön ennustetaan pienenevän 7,9 miljoonalla ja myös Italiassa väestömäärä pienenee ennusteen mukaan hieman. Prosentuaalisesti Yhdysvaltojen ja Kanadan väestö lisääntyy viidenneksellä vuoteen 2020 mennessä. Euroopan maista suhteellinen väestön kasvu on voimakkainta Alankomaissa (+12 %). Ranskan aikuisväestö kasvaa 10 %, Iso-Britannian 8 % ja Ruotsin 7 %. Venäjän väkiluvun ennakoitaan pienenevän 6 %:lla.

Nuorempiin (15-34 vuotta) kuuluvien lukumäärä vähenee vuoteen 2020 kaikissa tutkituissa maissa lukuun ottamatta Yhdysvaltoja, jossa se kasvaa 8,4 miljoonalla ja Kanadaa, jossa se pysyy ennallaan. Määrällisesti ikäryhmä pienenee eniten Venäjällä (-11,8 miljoonaa), Italiassa (-4,5 miljoonaa) ja Espanjassa (-4,1 miljoonaa). Myös Saksassa ikäryhmän koko pienenee selvästi (-3,1 miljoonaa). Myös prosentuaalinen lasku on suurin näissä maissa. Ikäryhmän osuus koko aikuisväestöstä on vuonna 2020 useimmissa maissa 28-30 %, mutta pienempi Saksassa (26 %), Italiassa (24 %) ja Espanjassa (24 %).

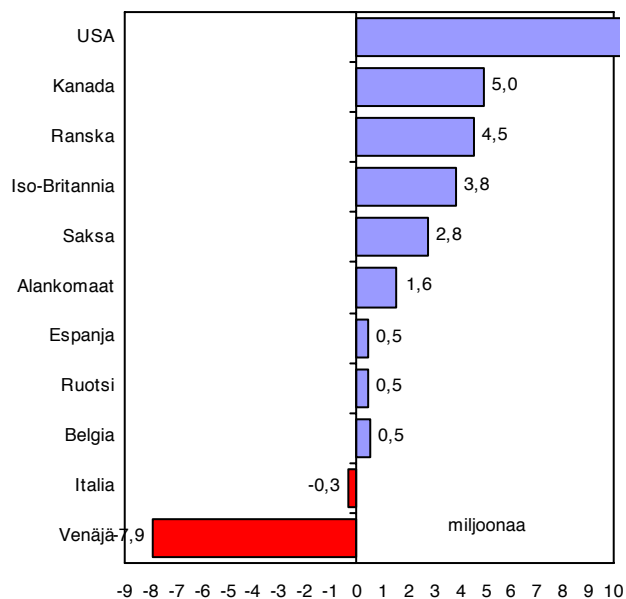
Keski-ikäisten (35-54 vuotta) lukumäärä pienenee vuoteen 2020 mennessä kaikissa tutkituissa maissa Espanjaa lukuun ottamatta. Pieneneminen on määrällisesti voimakkainta Venäjällä (-6,0 miljoonaa), Yhdysvalloissa (-2,5 miljoonaa) ja Saksassa (-1,0 miljoonaa). Ikäryhmän osuus koko aikuisväestöstä on vuonna 2020 pienin eli 30 % Ruotsissa ja suurin eli 36 % Espanjassa.

Yli 54-vuotiaiden lukumäärä kasvaa vuoteen 2020 mennessä kaikissa tutkituissa maissa. Määrällinen kasvu on ylivoimaisesti suurin Yhdysvalloissa (+37,0 miljoonaa). Euroopan maista ikäryhmän koko kasvaa eniten Venäjällä (+10,0 miljoonaa), Saksassa (+6,9 miljoonaa), Ranskassa (+6,1 miljoonaa) ja Iso-Britanniassa (+4,8 miljoonaa). Prosentuaalisesti

Väestö (15- vuotta) maittain



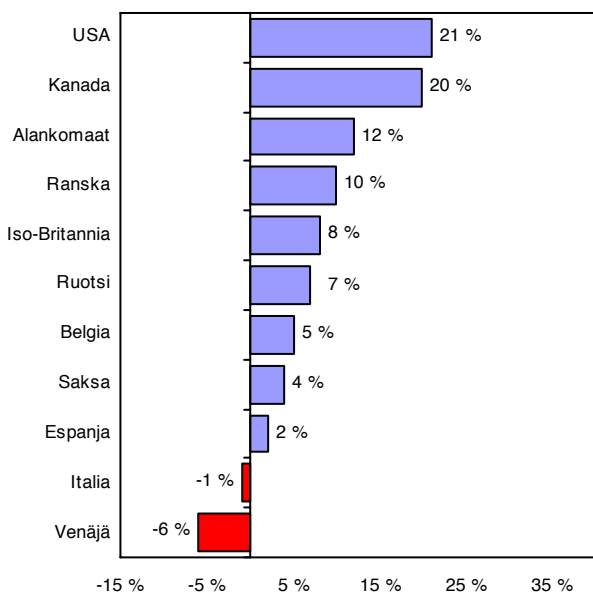
Väestön (15- vuotta) muutokset



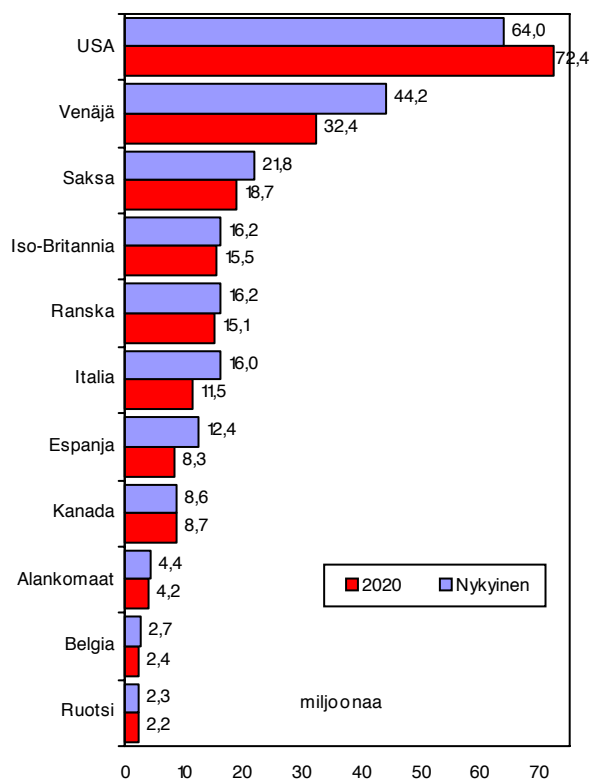
ikäryhmän kasvu on suurin Kanadassa (+73 %), Yhdysvalloissa (+63 %) ja Alankomaissa (+53 %). Pienintä kasvu on Ruotsissa ja Italiassa (kummassakin +24 %). Ikäryhmän osuus koko aikuisväestöstä on vuonna 2020 suurin eli 43 % Saksassa ja Italiassa ja pienin eli 38 % Venäjällä sekä 39 % Pohjois-Amerikassa sekä Alankomaissa ja Iso-Britanniassa.

Seuraavan sivun kuvioissa on tarkasteltu väestömuutoksia maittain ja ikäryhmittäin.

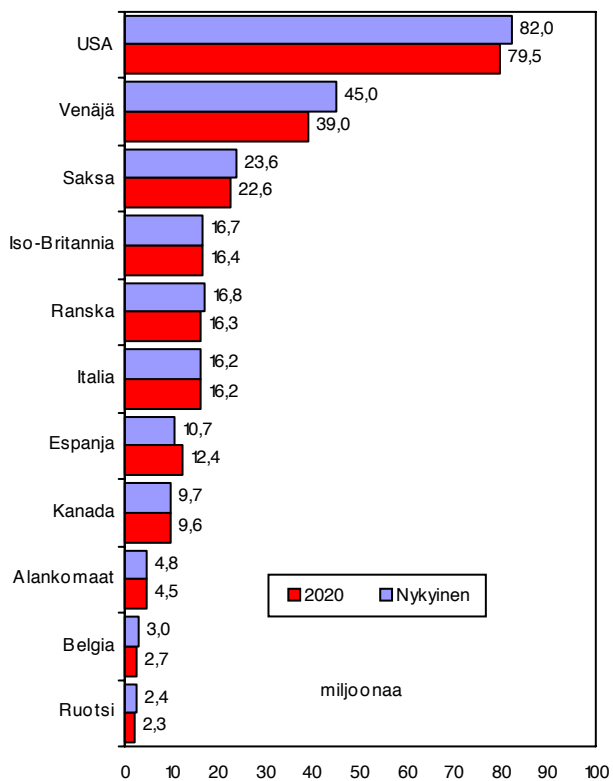
Väestön (15- vuotta) %-muutokset



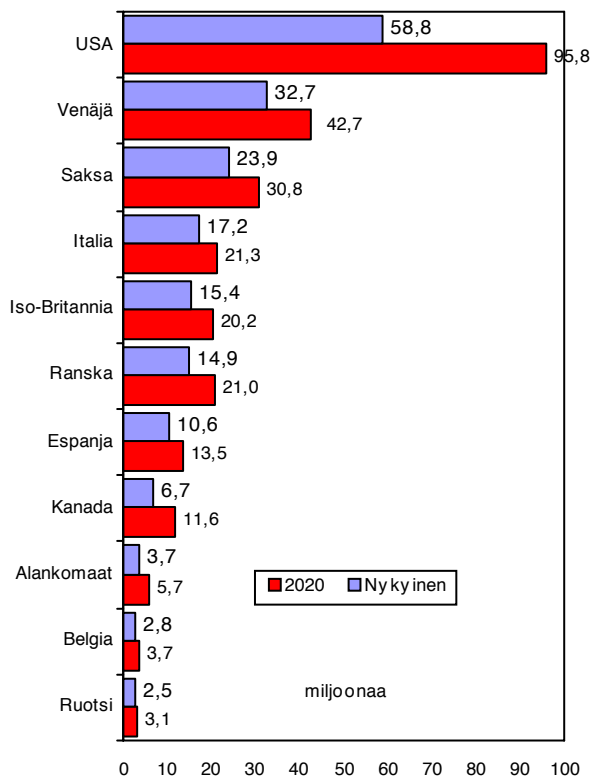
15-34-vuotiaiden määrä



35-54- vuotiaiden määrä



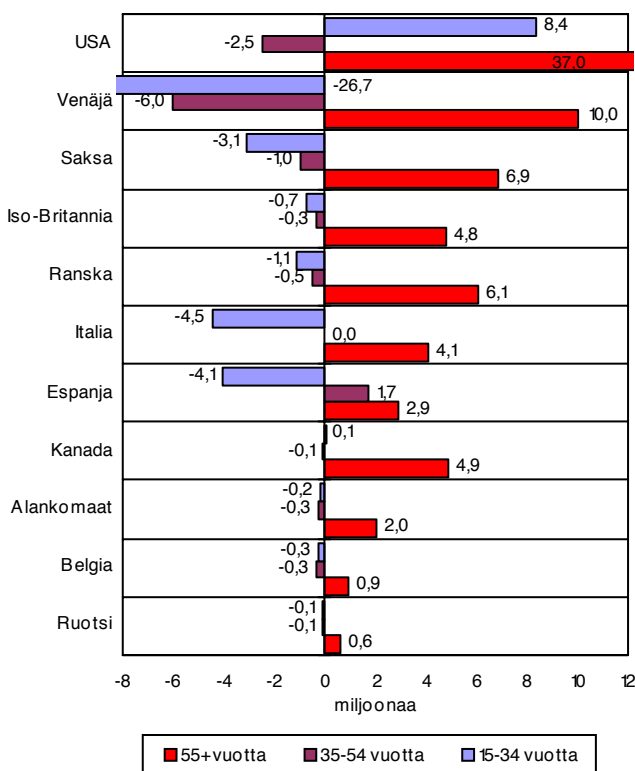
55- vuotiaiden määrä



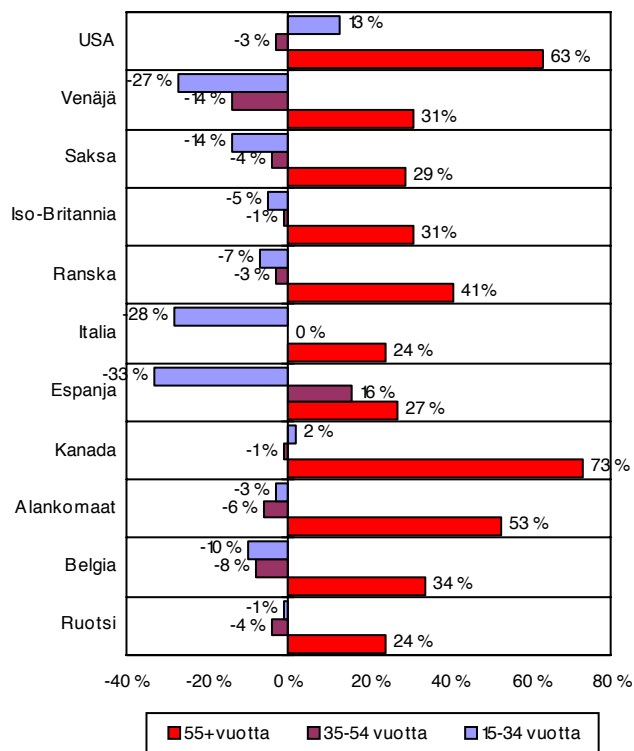
Keskeiset tulokset:

- väestön määrä kasvaa lähes kaikissa maissa, mutta pienenee selvästi Venäjällä
- väestön kasvu on oleellisesti voimakkaampaa Pohjois-Amerikassa kuin Euroopassa
- väestön kasvu johtuu ensi sijassa yli 54-vuotiaiden määrän kasvusta
- 15-54-vuotiaiden määrä pienenee
- vuonna 2020 yli 54-vuotiaat ovat vuonna 2020 kaikissa maissa suurin ikäryhmä

Väestömuutokset eri ikäryhmissä (milj.)



Väestömuutokset eri ikäryhmissä (%)

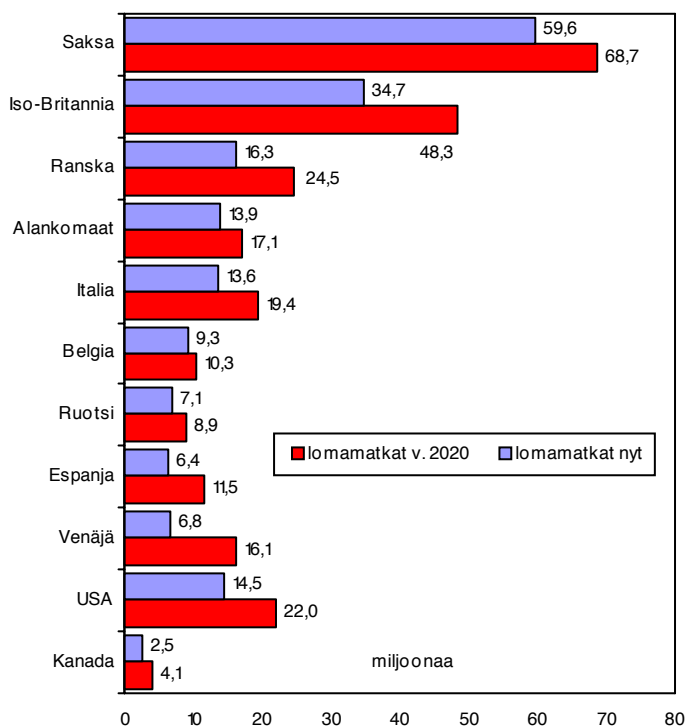


2. Lomamatkojen määrä ja niissä tapahtuvat muutokset

Saksa on tällä hetkellä maailman suurin markkina-alue 59,6 miljoonalla vuotuisella ulkomaille suuntautuvalla lomamatkallaan. Seuraavilla sijoilla ovat Iso-Britannia (34,7 miljoonaa matkaa) ja Ranska (16,3 miljoonaa matkaa) ennen Yhdysvaltoja (14,5 miljoonaa). Tosin Yhdysvaltojen luku sisältää ainoastaan lentäen muualle kuin naapurimaihin tehdyt lomamatkat. Keskikokoisia markkina-alueita ovat myös Alankomaat (13,9 miljoonaa) ja Italia (13,6 miljoonaa).

Kaikkiaan tutkimuksessa olevissa maissa asuvat tekevät vuosittain 209 miljoonaa lomamatkaa ulkomaille. Niistä 171 miljoonaa on matkoja lähialueille (esim. Euroopan sisäisiä matkoja) ja 38 miljoonaa kaukomatkoja. Näitä kaukomatkoja tehdään Euroopasta (53 %) vain hieman enemmän kuin Pohjois-Amerikasta (47 %). Yhdysvallat onkin kaukomatkojen suurin markkina-alue (14,5 miljoonaa matkaa). Seuraavilla sijoilla ovat Iso-Britannia (5,8 miljoonaa), Saksa (4,7 miljoonaa) ja Ranska (3,8 miljoonaa).

Lomamatkojen määrä nyt ja vuonna 2020



Ulkomaille tehtävien lomamatkojen määrä kasvaa vuoteen 2020 mennessä eniten Iso-Britanniassa (+13,6 miljoonaa). Venäjältä tehdään 9,3 miljoonaa, Saksasta 9,1 miljoonaa ja Ranskasta 8,2 miljoonaa matkaa enemmän kuin nyt. Yhdysvaltojen (kauko-matkat) kasvuluku on 7,5 miljoonaa. Määrällisesti vähäisintä kasvu on tutkituista maista Belgiassa (+1,0 miljoonaa matkaa).

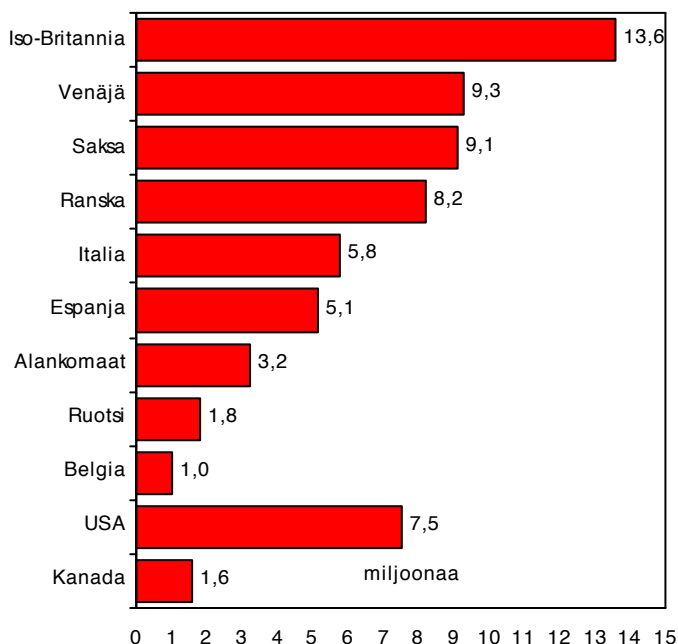
Matkojen määrän prosentuaalinen kasvu on vuoteen 2020 mennessä suurinta Venäjällä (+136 %). Seuraavilla sijoilla ovat Espanja (+81 %), Kanada (+63 %), Yhdysvallat (+52 %), Ranska (+51 %), Italia (+43 %) ja Iso-Britannia (+39 %). Hitainta suhteellinen kasvu on Saksassa (+15 %) ja Belgiassa (+11 %).

Saksa on vuonna 2020 edelleen suurin matkailijoiden lähtömaa (68,7 miljoonaa matkaa). Iso-Britannia (48,3 miljoonaa), Ranska (24,5 miljoonaa) ja Yhdysvallat (22,0 miljoonaa) ovat jatkosakin seuraavilla sijoilla. Italia (19,4 miljoonaa matkaa) nousee viidenneksi suurimmaksi markkina-alueeksi ohi Alankomaiden (17,1 miljoonaa matkaa). Venäjä (16,1 miljoonaa matkaa) nousee Ruotsin ja Belgian ohi ja myös Espanja (11,5 miljoonaa matkaa) ohittaa nämä maat vuoteen 2020 mennessä.

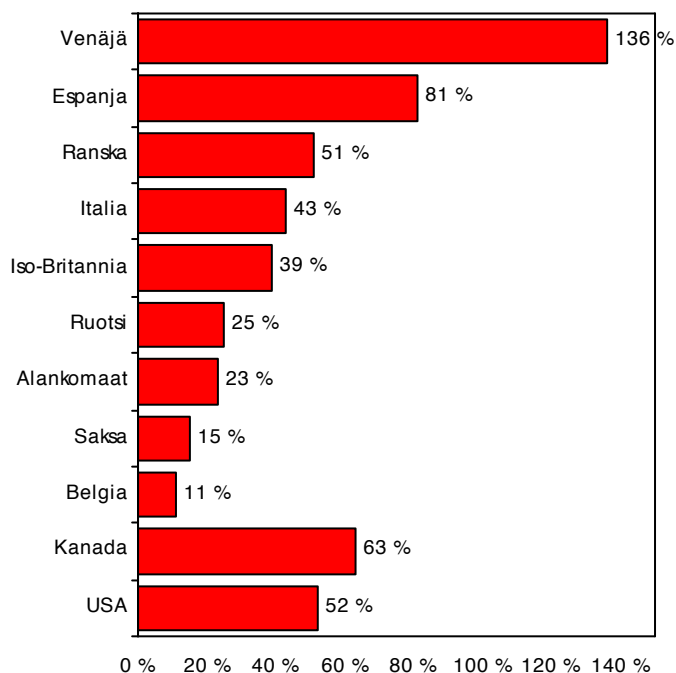
Saksalaiset tekevät myös vuonna 2020 eniten matkoja ikäryhmistä riippumatta. Matkojen määrä kuitenkin pienenee 15-34-vuotiaiden keskuudessa. Samalla toiseksi suurimmalla markkina-alueella eli Iso-Britanniassa tähänkin ikäryhmiin kuuluvat tekevät nykyistä enemmän matkoja. Ikäryhmässä 15-34 vuotta Italia on myös vuonna 2020 kolmannella sijalla (7,2 miljoonaa matkaa) Venäjän noustessa Yhdysvaltojen ja Ranskan ohi neljänneksi. Keski-ikäisten (35-54 vuotta) ryhmässä Yhdysvallat on nyt ja tulevaisuudessakin kolmanneksi suurin lähtömaa ennen Italiaa ja Venäjää, jotka ohittavat Ranskan ja Alankomaat. Yli 54-vuotiaissa Yhdysvallat nousee neljänneksi ohi Alankomaiden.

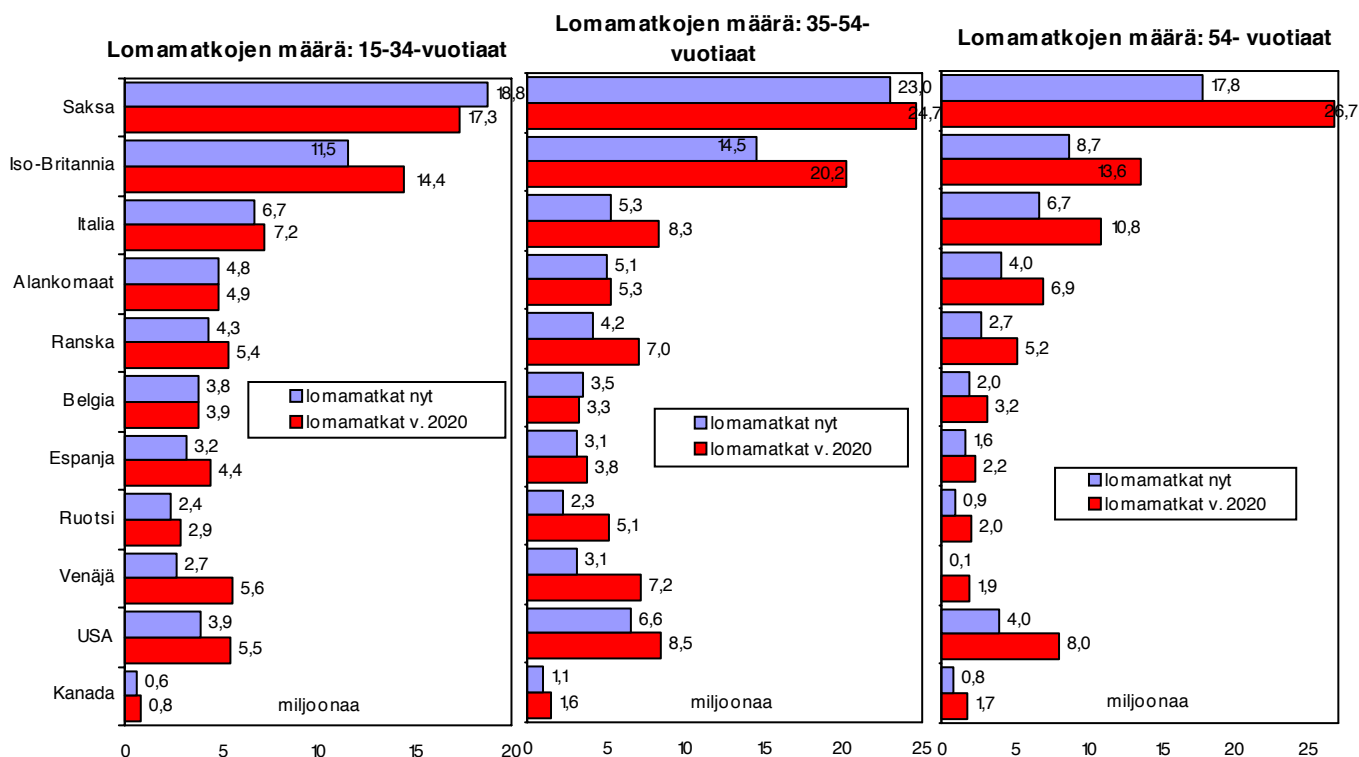
Ikäryhmittäisiä muutoksia maittain on tarkasteltu seuraavan sivun kuvioissa.

Lomamatkojen määrien muutokset vuoteen 2020 mennessä



Lomamatkojen määrien muutokset (%) vuoteen 2020 mennessä

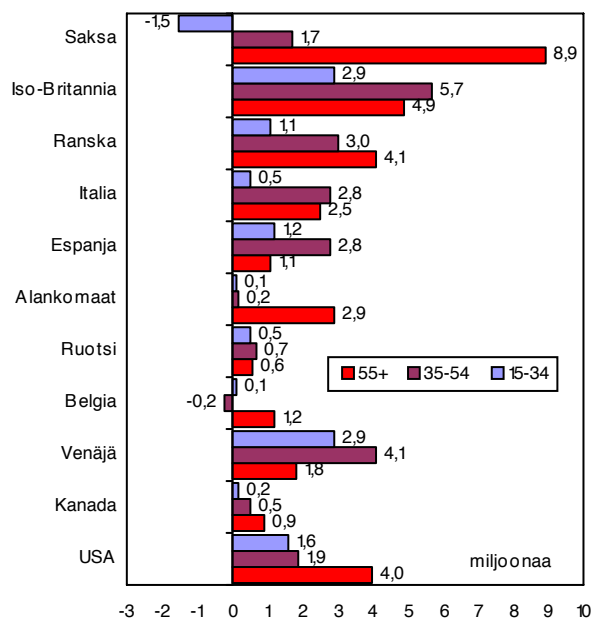




Keskeiset tulokset:

- lomamatkojen määrä kasvaa Euroopassa oleellisesti voimakkaammin kuin väestön määrä
- myös Pohjois-Amerikassa lomamatkojen määrän kasvu ylittää väestön kasvun
- määrällisesti voimakkainta kasvua on lomamatkoissa odotettavissa Iso-Britanniasta, Venäjältä, Saksasta, Ranskasta ja Yhdysvalloista
- prosentuaalisesti voimakkainta kasvua on odotettavissa Venäjältä, Espanjasta, Ranskasta ja Italiasta
- Saksa, Alankomaat, Belgia, Yhdysvallat: kasvua etenkin yli 54-vuotiaiden matkoissa
- Ranska, Kanada, Yhdysvallat, Italia: kasvua etenkin yli 54-vuotiaiden ja 35-54-vuotiaiden matkoissa
- Venäjä, Ranska, Italia: kasvua etenkin 35-54-vuotiaiden matkoissa
- Ruotsi: kasvua kaikissa ikäryhmissä

Lomamatkojen määrien muutokset eri ikäryhmissä vuoteen 2020 mennessä

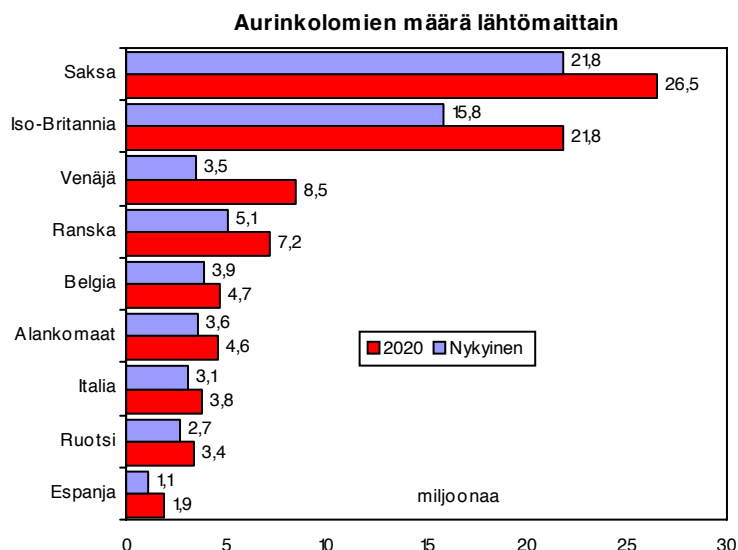


3. Lomamatkat tyypeittäin

3.1. Aurinkolomat

Aurinkolomat on 61 miljoonalla matkalla (9 tutkittua maata) Euroopassa ehdoton markkinajohtaja. Vuoteen 2020 mennessä aurinkolomien määrän ennustetaan edelleen selvästi kasvavan (+36%), jolloin luku nousee 83 miljoonaan.

Matkoja tehdään tulevaisuudessakin eniten Saksasta (26,5 miljoonaa), vaikka Iso-Britanniasta matkojen määrä (21,8 miljoonaa vuonna 2020) kasvaakin voimakkaimmin (+ 6,0 miljoonaa). Venäjä nousee kolmanneksi Ranskan ja Benelux-maiden ohi (8,5 miljoonaa matkaa). Seuraavilla sijoilla ovat Ranska, Belgia ja Alankomaat. Vähiten tutkituista maista tehdään jatkossakin aurinkolomamatkoja ulkomaille Espanjasta.

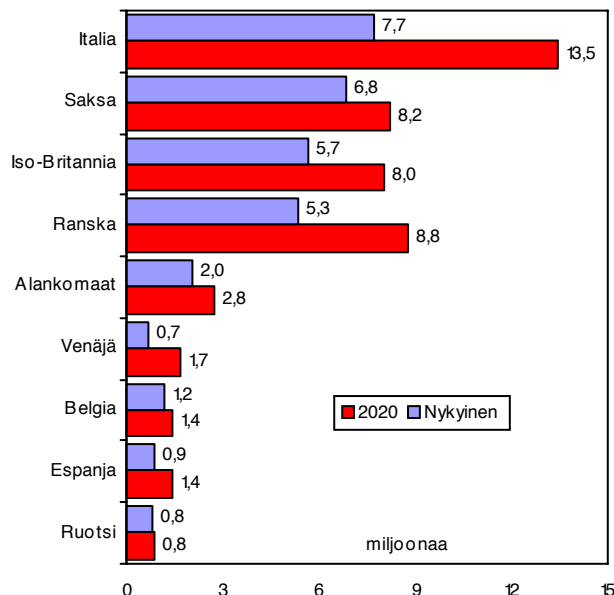


3.2. Kiertomatkat

Kiertomatkat on Euroopan toiseksi merkittävin lomailumuoto ja säilyttää asemansa myös tulevaisuudessa. Tutkituissa maissa kiertomatkojen määrä on nyt noin 32 miljoonaa ja kasvaa 15,5 miljoonalla vuoteen 2020 mennessä.

Italiasta tehdään kiertomatkkoja eniten eli 7,7 miljoonaa. Seuraavilla sijoilla ovat Saksa (6,8 miljoonaa), Iso-Britannia (5,7 miljoonaa) sekä Ranska (5,3 miljoonaa). Matkojen määrä kasvaa vuoteen 2020 voimakkaammin Italiasta, jolloin sieltä tehdään 13,5 miljoonaa matkaa. Ranska nousee toiseksi suurimmaksi markkina-alueeksi (8,8 miljoonaa) ohi Saksan (8,2 miljoonaa) ja Iso-Britannian (8,0 miljoonaa). Ruotsi pysyy vertailumaista pienimpänä markkina-alueena. Sieltä tehtävien kiertomatkojen määrän ennustetaan pysyvän ennallaan (0,8 miljoonaa).

Kiertomatkojen määrä lähtömaittain

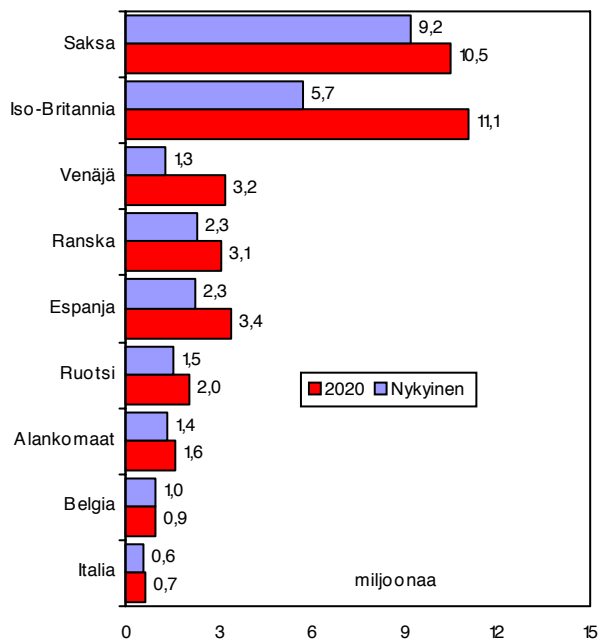


3.3. Kaupunkilomat

Kaupunkilomien määrä on Euroopan tutkimuksessa mukana olleissa maissa yhteensä 25 miljoonaa. Vuonna 2020 matkoja tehdään ennusteen mukaan 35,2 miljoonaa.

Eniten kaupunkilomamatkoja tehdään tällä hetkellä Saksasta (9,2 miljoonaa). Iso-Britannia (5,7 miljoonaa) ja Ranska (2,3 miljoonaa) sekä Espanja (2,3 miljoonaa) ovat seuraavilla sijoilla. Merkittävintä määrällistä kasvua on odotettavissa Iso-Britanniasta ja se nousee kaupunkilomien suurimmaksi markkina-alueeksi 11,1 miljoonalla matkalla ohi Saksan (10,5 miljoonaa). Voimakasta kasvua kirjataan myös Espanjasta, josta tehtävien matkojen määrä (3,4 miljoonaa) ohittaa Ranskan (3,1 miljoonaa). Venäjällä suhteellinen kasvu on kaikkein suurinta ja sieltäkin tehdään tulevaisuudessa enemmän kaupunkilomamatkoja (3,2 miljoonaa) kuin Ranskasta. Belgia ja Italia ovat kaupunkilomien kohdalla vertailumaista pienimmät markkina-alueet ja Belgiasta tehtävien matkojen määrän arvioidaan jopa hieman laskevan vuoteen 2020 mennessä.

Kaupunkilomien määrä lähtömaittain

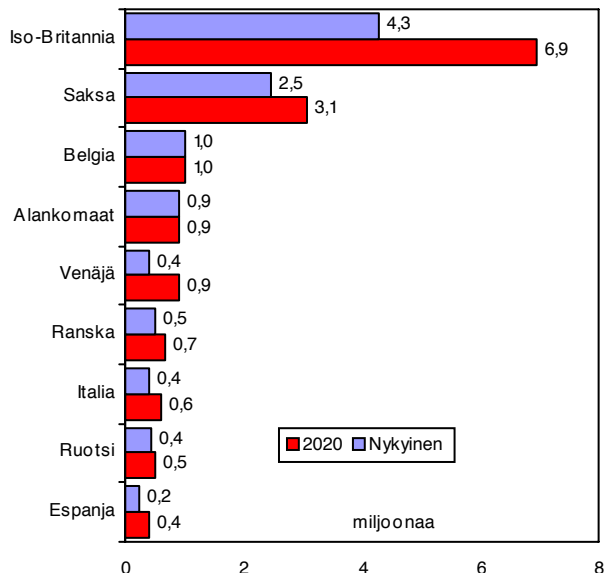


3.4. Maaseutumatkailu

Maaseutumatkailuksi luokiteltavia matkoja tutkimuksessa olleista Euroopan maista tehdään runsaat 10 miljoonaa matkaa. Vuonna 2020 määrän arvioidaan olevan runsaat 15 miljoonaa.

Iso-Britannia on tämän tuoteryhmän suurin markkina-alue (4,3 miljoonaa matkaa) ja myös tulevaisuuden kasvu painottuu sinne. Näin Iso-Britanniasta tehtäisiin vuonna 2020 jo 6,9 miljoonaa maaseutumatkailun piiriin kuuluvaa matkaa. Saksa on toiseksi suurin markkina-alue (2,5 miljoonaa matkaa nyt ja 3,1 miljoonaa vuonna 2020). Muista maista matkoja tehdään selvästi vähemmän. Belgia ja Alankomaat ovat seuraavilla sijoilla, mutta kasvua ei ole odotettavissa. Sen sijaan niiden tasolle nousee Venäjä, josta tehtävien matkojen määrä nousee selvästi.

Maaseutumatkailun määrä lähtömaittain



3.5. Loma vuoristossa

Kesälomamatkoja vuoristoon eurooppalaiset (tutkitut maat) tekevät noin 8 miljoonaa. Vuonna 2020 määrän arvioidaan olevan jonkin verran suuremman eli noin 9 miljoonaa.

Saksa on tässä tuoteryhmässä ylivoimaisesti suurin matkojen lähtömaa 4,9 miljoonalla matkalla. Vuonna 2020 luku on arviolta 5,2 miljoonaa. Alankomaat ja Belgia ovat seuraavilla sijoilla. Matkojen määrä ei tosin sanottavasti kasva. Ranskasta ja erityisesti Espanjasta kesälomamatkoja vuoristoon tehdään jatkossa nykyistä enemmän ja Espanjasta kasvu on määrällisestikin yhtä suuri kuin Saksasta. Ruotsi ja Italia ovat tässä tuoteryhmässä selvästi pienimmät markkina-alueet.

3.6. Lumilomat

Lumilomia ulkomaille tehdään tutkituista Euroopan maista tällä hetkellä noin 8 miljoonaa. Määrän arvioidaan olevan 9,8 miljoonaa vuonna 2020.

Saksa on lumilomien ylivoimaisesti suurin lähtömaa 5,4 miljoonalla matkalla. Alankomaat (1,0 miljoonaa matkaa) ja Iso-Britannia (0,8 miljoonaa matkaa) ovat kaksi muuta merkittävää markkina-alueetta. Noin 90 % matkoista tehdään näistä kolmesta maasta. Suurin osa kasvusta vuoteen 2020 mennessä tulee Saksasta, josta matkojen arvioidaan tehtävän tuolloin 6,5 miljoonaa. Alankomaiden markkinat eivät kasva Iso-Britanniasta tehtävien matkojen määrän noustessa Alankomaiden tasolle. Venäjä nousee neljänneksi suurimmaksi markkina-alueeksi Belgian rinnalle.

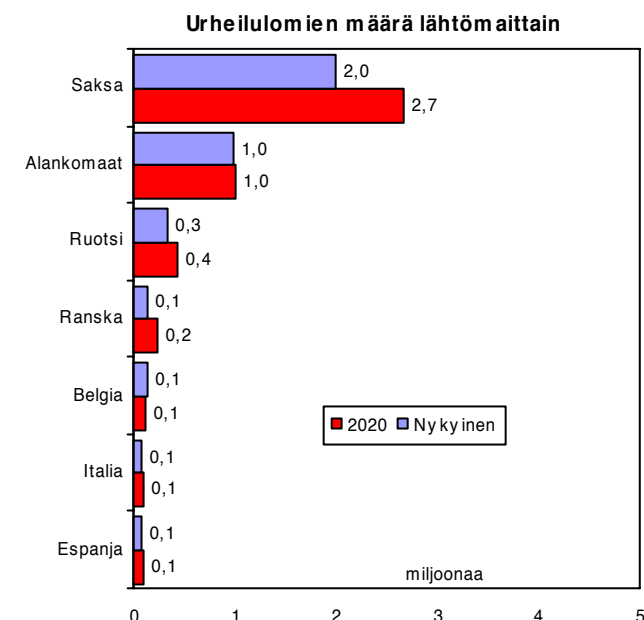
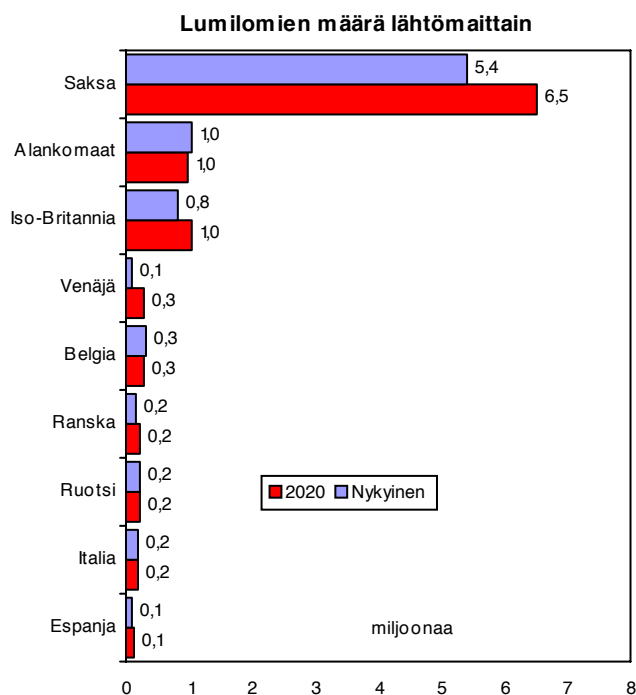
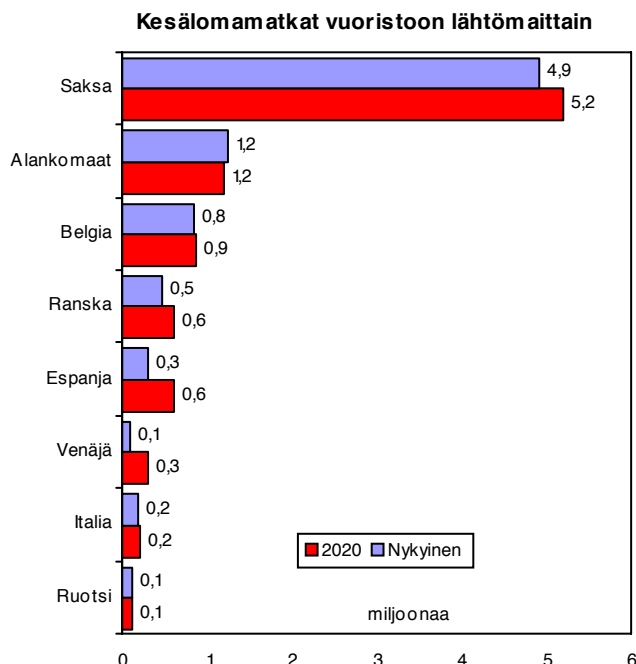
3.7. Urheilulomat

Urheilulomamatkoja tehdään tutkituista maista ulkomaille noin 3,7 miljoonaa. Vuonna 2020 matkojen määrän arvioidaan olevan 4,6 miljoonaa.

Saksa on urheilulomien selvästi suurin lähtöalue 2,0 miljoonalla matkalla. Alankomaista matkoja tehdään 1,0 miljoonaa ja Ruotsi on kolmanneksi suurin markkina-alue 0,3 miljoonalla matkalla. Tulevaisuuden kasvu on pääosin Saksan varassa, josta lasketaan tehtävän vuonna 2020 2,7 miljoonaa urheilulomamatkaa. Muista maista vain Ruotsi ja Ranska osoittavat oleellisempia kasvulujuja.

3.8. Terveyslomat

Terveyslomat on pieni tuoteryhmä ja sillä on oleellista merkitystä vain Saksassa, josta matkoja tehdään noin 1,2 miljoonaa. Muista maista volyymit jäävät alle 0,1 miljoonan matkan. Matkojen kasvunäkymät ovat Saksan markkinoilla melko hyvät ja vuoteen 2020 mennessä matkojen määrän arvioidaan kaksinkertaistuvan nykytasosta. Venäjältä tehtävien matkojen määrä kasvaa vielä nopeammin eli 2,5-kertaiseksi nykytasosta.



4. Lomamatkat liikennemuodon mukaan

4.1. Lentokone

Lentäen tehdään Euroopan tutkituista maista 83,1 miljoonaa eli 49 % kaikista lomamatkoista. Kun lukuun lisätään vielä Pohjois-Amerikasta lentäen tehdyt kaukomatkat (17 miljoonaa), nousee osuus kaikista matkoista 54 %:iin.

Lentomatkojen suurimmat lähtömaat ovat Iso-Britannia (25,4 miljoonaa matkaa), Saksa (22,5 miljoonaa matkaa) ja Yhdysvallat (22,0 miljoonaa matkaa). Matkojen määrä kasvaa vuoteen 2020 mennessä voimakkaimmin Iso-Britanniasta (+8,9 miljoonaa matkaa), jolloin matkojen määrä nousee 34,3 miljoonaan. Saksasta kasvu jää selvästi pienemmäksi (26,4 miljoonaa vuonna 2020), mutta se säilyttää kuitenkin asemansa toiseksi suurimpana markkina-alueena ennen Yhdysvaltoja (22,0 miljoonaa matkaa).

4.2. Auto

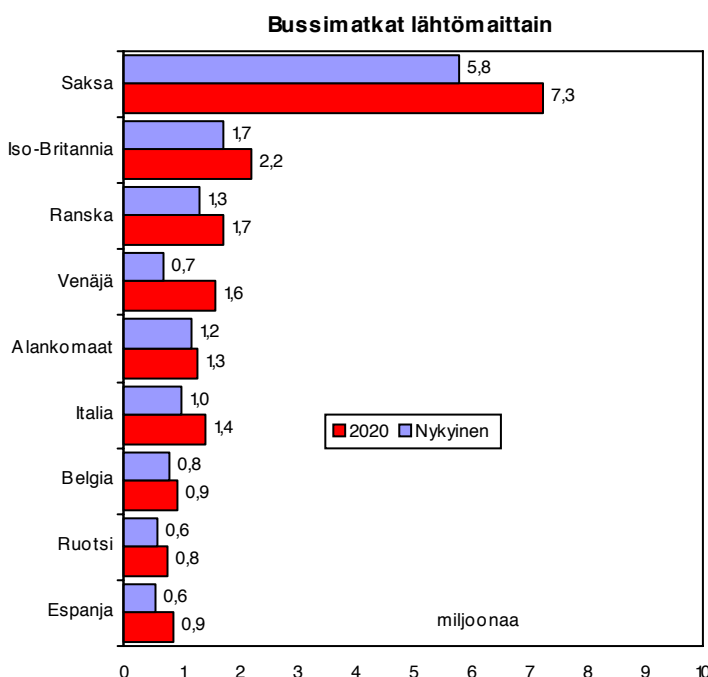
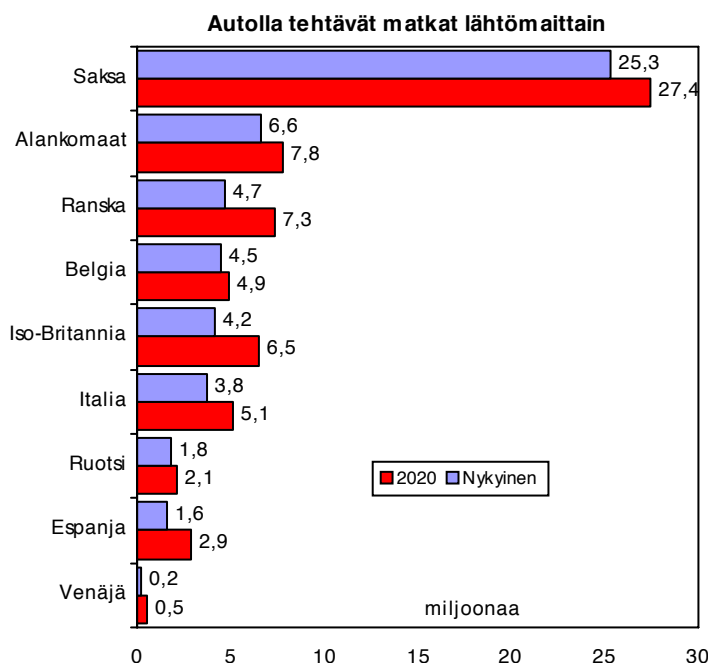
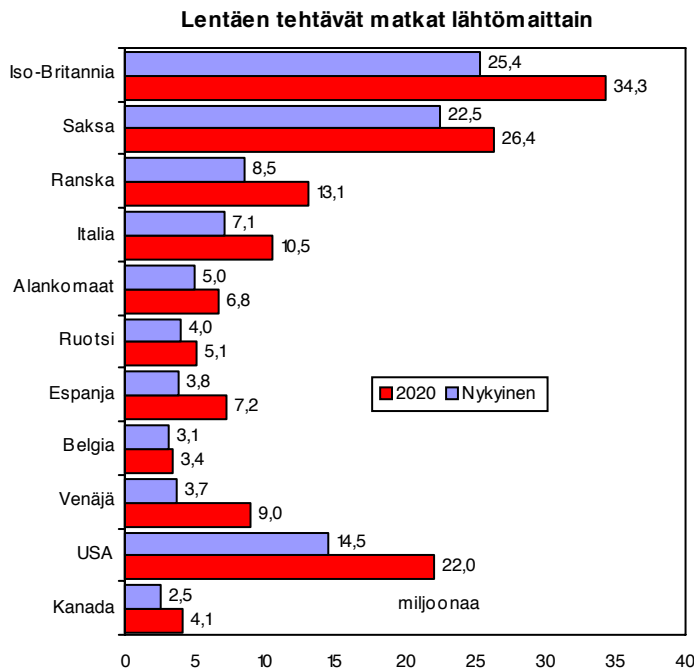
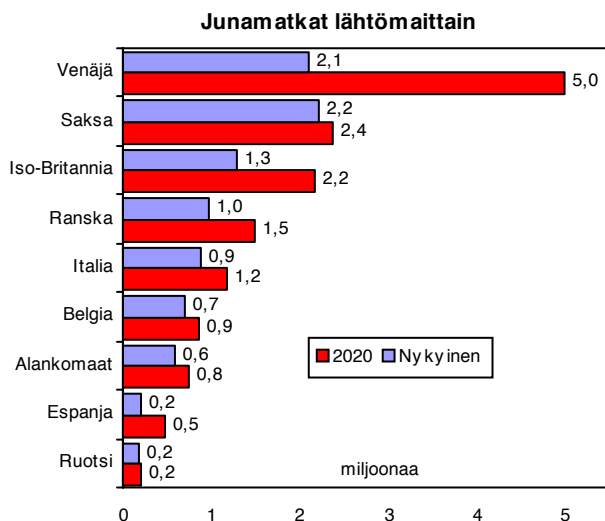
Saksa on autolla ulkomaille tehtävien lomamatkojen ylivoimaisesti suurin markkina-alue 25,5 miljoonalla vuotuisella matkalla. Toiseksi eniten autoa käyttävät hollantilaiset (6,6 miljoonaa matkaa) ennen ranskalaisia (4,7 miljoonaa) ja belgialaisia (4,5 miljoonaa).

Autolla tehtävien lomamatkojen kasvu on selvästi lentomatkoja hitaampaa. Saksasta tehdään vuonna 2020 automatkoja 27,9 miljoonaa. Hollanti säilyttää toisen tilansa (7,8 miljoonaa), vaikka kasvu onkin selvästi voimakkaampaa Ranskasta (7,3 miljoonaa matkaa vuonna 2020) ja Iso-Britanniasta (6,5 miljoonaa).

4.3. Bussi ja juna

Bussimatkojen päämarkkina-alue on Saksassa, josta tehdään 5,8 miljoonaa matkaa ja 7,3 miljoonaa vuonna 2020. Iso-Britannia, Ranska ja Venäjä ovat suuruusjärjestyksessä seuraavilla sijoilla.

Junamatkoja tehdään muita liikennemuotoja vähemmän paitsi Venäjällä, jossa matkojen määrän ennustetaan olevan 5 miljoonaa vuonna 2020.



5. Lomamatkat majoitusmuodon mukaan

5.1. Ykkösluokan hotellit

Yli puolella tutkimuksessa mukana olleista Euroopan maista tehtävillä matkoilla käytetään hotellia majoitusmuotona. Ykkösluokan hotelli on selvästi suosituin ja Saksa 14,0 miljoonalla matkalla suurin lähtömaa ennen Iso-Britanniaa ja Italiaa. Ykkösluokan hotellin käyttö myös lisääntyy voimakkaimmin Saksassa, josta ennustetaan vuonna 2020 tehtävän 21,6 miljoonaa ykkösluokan hotellimatkaa.

5.2. Keskitason hotellit

Myös keskitason hotelleja saksalaiset käyttävät eniten (10,0 miljoonaa matkaa) Iso-Britannian ollessa selvästi toiseksi suurin markkina-alue (7,7 miljoonaa matkaa). Britit suosivat jatkossa kuitenkin tätä majoitustyyppiä nykyistä enemmän ja vuonna 2020 he käyttävät keskitason hotelleja jo suunnilleen yhtä monella lomamatkalla kuin saksalaiset.

5.3. Budjettihotellit

Myös budjettihotelleja saksalaiset käyttävät määrällisesti eniten (7,9 miljoonaa matkaa) ennen brittejä, ranskalaisia ja italialaisia. Kolmen viimeksi mainitun keskuudessa majoitusmuodon suosio kasvaa vuoteen 2020 mennessä, mutta saksalaisten kohdalla se pysyy suunnilleen ennallaan. Voimakkainta kasvua on Italiassa, joka ohittaa Ranskan budjettihotelleja käyttävien matkojen määrässä.

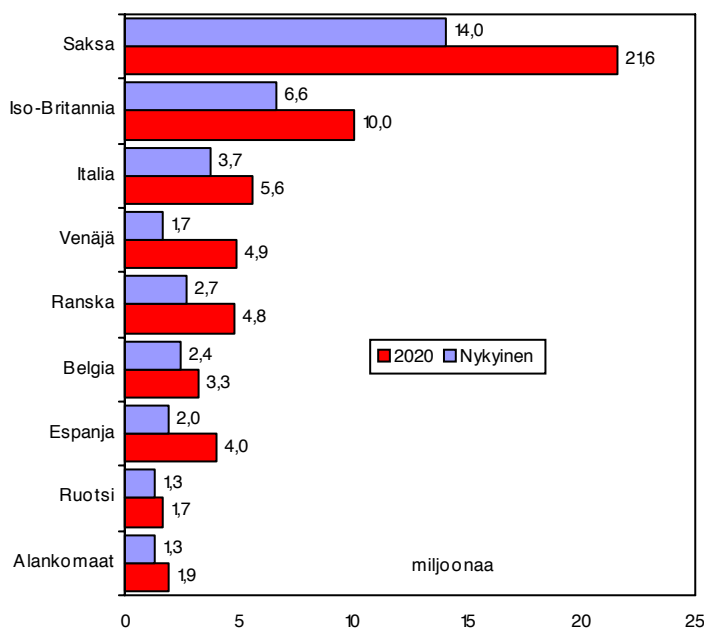
5.4. Loma-asunnot / -mökkit

Loma-asuntoja käyttävät saksalaiset lomamatkojensa majoitusmuotona tällä hetkellä eniten (8,9 miljoonaa matkaa). Kysyntä ei kuitenkaan tulevaisuudessa kasva, jolloin britit menevät vuonna 2020 matkojen määrässä mitattuna (9,3 miljoonaa) saksalaisten edelle. Kolmannella sijalla ovat nyt ja tulevaisuudessa hollantilaiset ennen italialaisia ja belgialaisia (kts. seuraavan sivun kaavio).

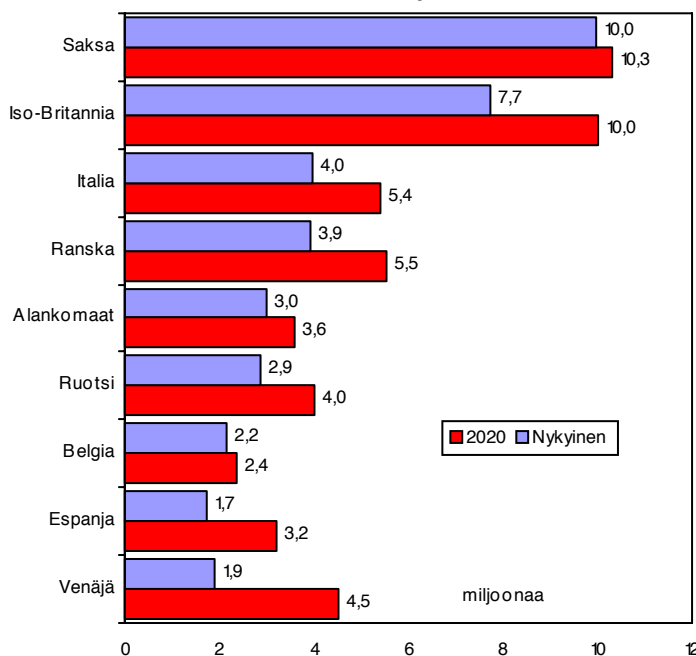
5.5. Telta / matkailuperävaunu / -auto

Saksalaiset (4,3 miljoonaa matkaa) ja hollantilaiset (2,8 miljoonaa matkaa) tekevät selvästi eniten leirintämatkoja Euroopassa. Saksalaisten leirintämatkailun ennustetaan pysyvän nykytasolla vuoteen 2020 mennessä, mutta Alankomaista arvioidaan matkoja tehtävän enemmän määrän noustessa 3,2 miljoonaan vuonna 2020. Belgiaa lukuun ottamatta myös muista maista leirintämatkailu kasvaa, voimakkaimmin Ranskasta ja Ruotsista (kts. seuraavan sivun kaavio).

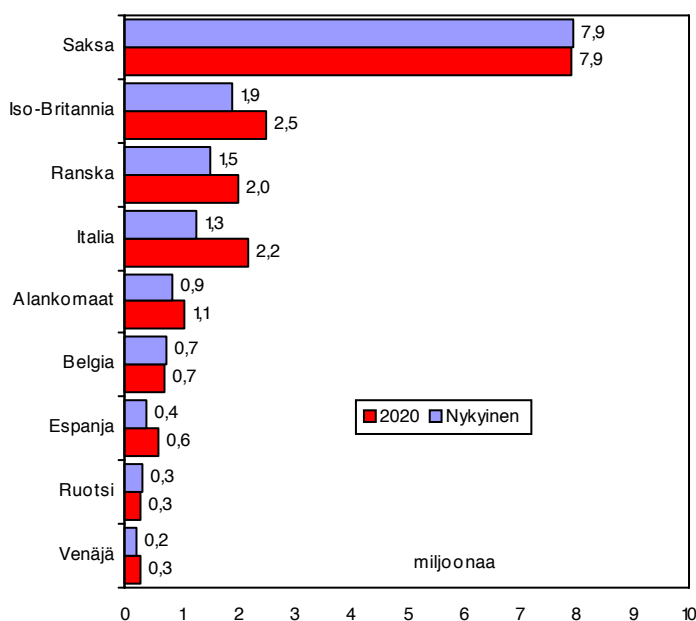
Ykkösluokan hotellin käyttö lähtömaittain



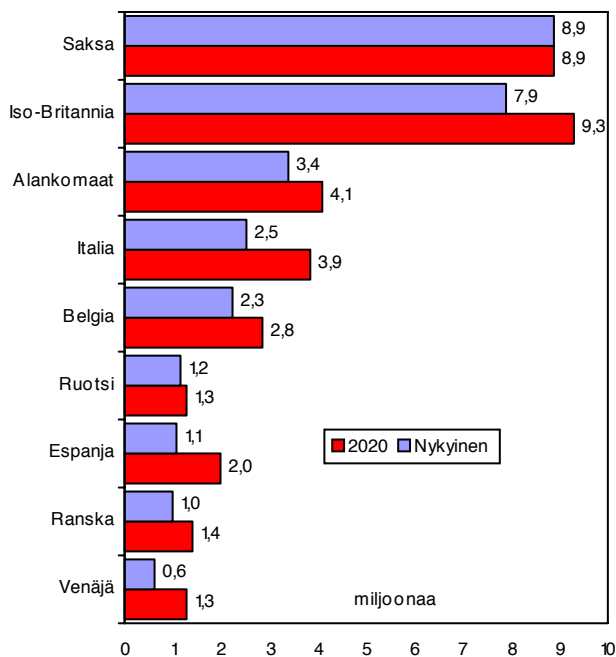
Keskitason hotellin käyttö lähtömaittain



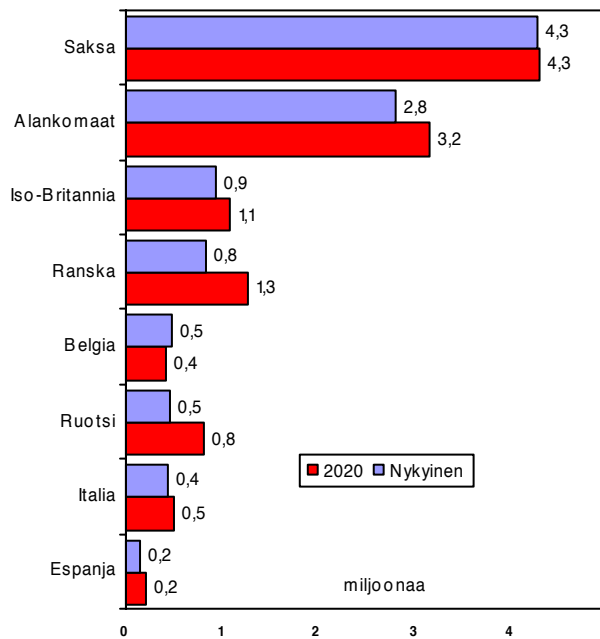
Budjettihotellin käyttö lähtömaittain



Loma-asuntojen käyttö lähtömaittain



Leirintämatkojen määrä lähtömaittain



6. Lomamatkojen järjestäminen

Tällä hetkellä eurooppalaisten lomamatkoista ulkomaille 36 % on pakettimatkoja. Muiden matkatoimistoista varattujen matkojen osuus on 20 % eli matkatoimistoista varataan yhteensä 56 % matkoista. Suoraan palvelun tuottajalta matkoista varataan 22 % ja loput 22 % tehdään ilman ennakkovarauksia. Yhdysvalloissa kaukomatkoista 59 % varataan matkatoimistoista ja loput suoraan palvelun tuottajalta.

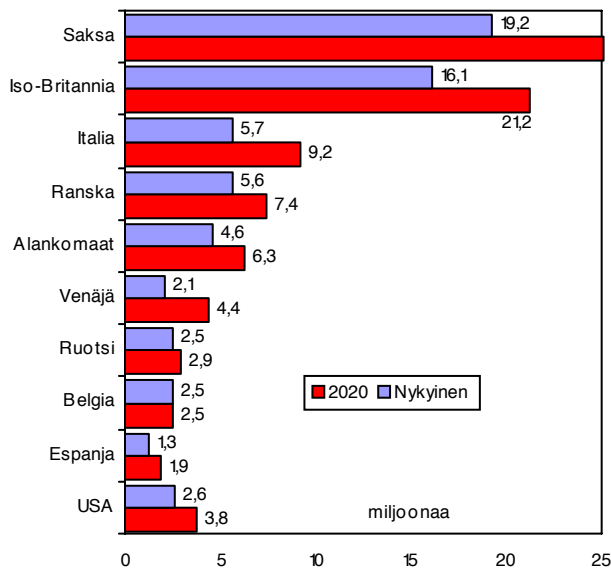
6.1. Pakettimatkat

Saksalaiset (19,2 miljoonaa matkaa) ja britit (16,1 miljoonaa matkaa) tekevät suurimman osan eurooppalaisten pakettimatkoista. Italia (5,7 miljoonaa matkaa) ja Ranska (5,6 miljoonaa matkaa) ovat seuraavaksi suurimmat lähtömaat. Järjestys säilyy samana tulevaisuudessaakin, sillä vuoteen 2020 mennessä pakettimatkojen määrän ennustetaan nousevan Saksassa 25,1 miljoonaan ja Iso-Britanniassa 21,2 miljoonaan. Myös Italiassa pakettimatkojen määrä nousee voimakkaasti. Venäjä ohittaa Ruotsin ja Belgian, josta tehtävien pakettimatkojen määrä ei kasva.

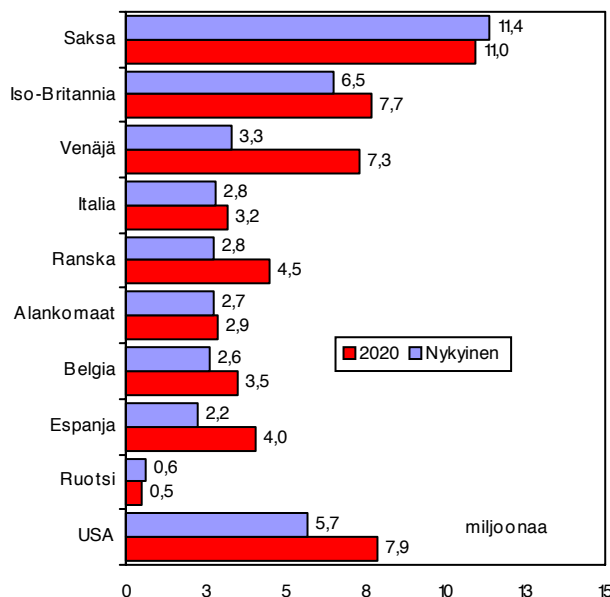
6.2. Muut matkatoimistovaraukset

Myös muissa matkatoimistovarauksissa Saksasta (11,4 miljoonaa matkaa) ja Iso-Britanniasta (6,5 miljoonaa matkaa) tulleet ovat kärjessä. Saksa on Ruotsin ohella kuitenkin ainoa maa, jossa näiden matkojen määrän ennustetaan vähenevän vuoteen 2020 mennessä. Voimakkaimmin kasvavat Venäjän markkinat, mutta myös Yhdysvalloissa, Ranskassa ja Espanjassa kirjattaneen selvää kasvua.

Pakettimatkat lähtömaittain



Muut varaukset matkatoimistoista lähtömaittain



6.3. Muut varauskanavat

Muita varauskanavia käyttävät eniten saksalaiset (14,5 miljoonaa matkaa), britit (6,8 miljoonaa matkaa) ja amerikkalaiset (5,7 miljoonaa matkaa). Muiden varauskanavien käyttö lisääntyy kaikissa maissa vuoteen 2020 mennessä ja kasvu on määrällisesti voimakkainta juuri edellä mainituissa maissa.

6.4. Lomamatkat ilman ennakkovarausta

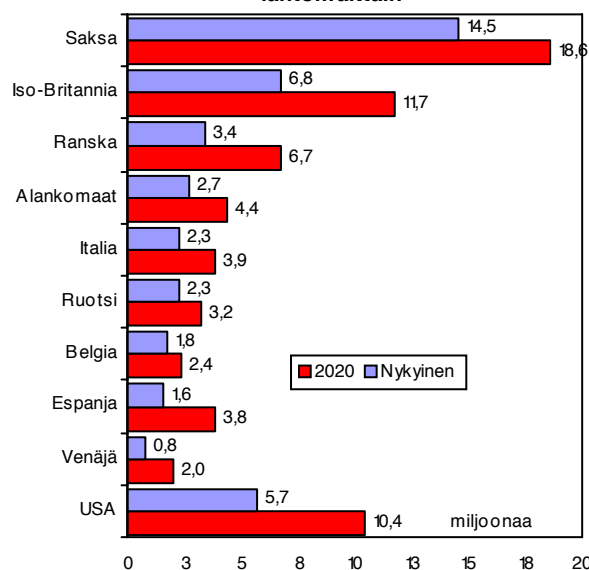
Myös ilman ennakkovarausta matkustetaan eniten Saksasta (14,4 miljoonaa matkaa) ja Iso-Britanniasta (5,3 miljoonaa matkaa). Näiden matkojen määrä pienenee jonkin verran Saksassa vuoteen 2020 mennessä, mutta kasvaa selvästi erityisesti Venäjällä, josta vuonna 2020 tehdään jo enemmän matkoja ilman ennakkovarausta kuin esimerkiksi Iso-Britanniasta ja Ranskasta, vaikka myös näistä maista matkojen määrä kasvaa selvästi.

7. Lomamatkojen kesto

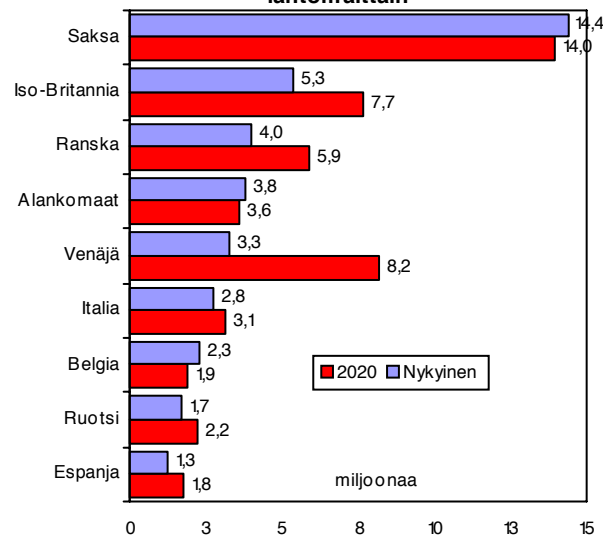
Tällä hetkellä 83 % eurooppalaisten lomamatkoista ulkomaille on pitkiä eli vähintään 4 yötä kestäviä matkoja. Saksalaiset tekevät näitä matkoja eniten (49,0 miljoonaa). Vuoteen 2020 mennessä pitkien matkojen määrä kasvaa kaikissa lähtömaissa. Määrällisesti voimakkainta kasvua on odotettavissa Iso-Britanniasta (+9,3 miljoonaa) ja Venäjältä (+ 8,5 miljoonaa).

Myös lyhyitä (1-3 yötä) matkoja saksalaiset tekevät eniten (10,6 miljoonaa) eli kaksi kertaa enemmän kuin britit. Lyhyiden matkojen määrä kuitenkin lähes kaksinkertaistuu Iso-Britanniasta vuoteen 2020 mennessä (10,1 miljoonaa matkaa). Siitä huolimatta Saksasta tehdään vielä tuolloinkin eniten (12,9 miljoonaa) matkoja.

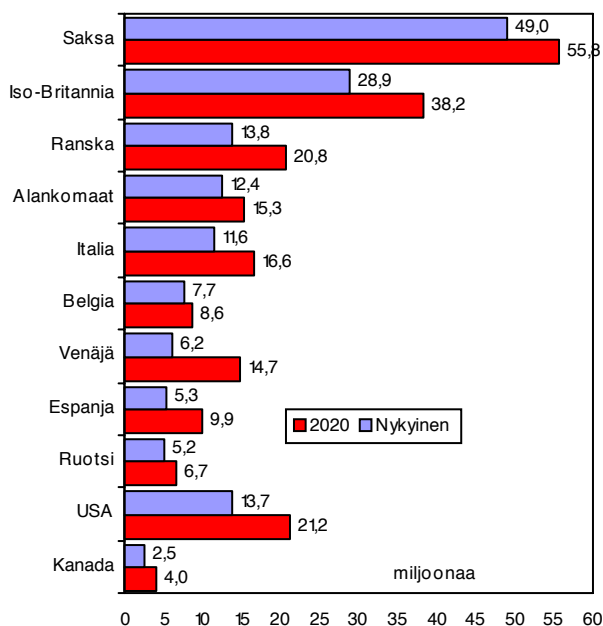
Muiden varauskanavien kautta varatut matkat lähtömaittain



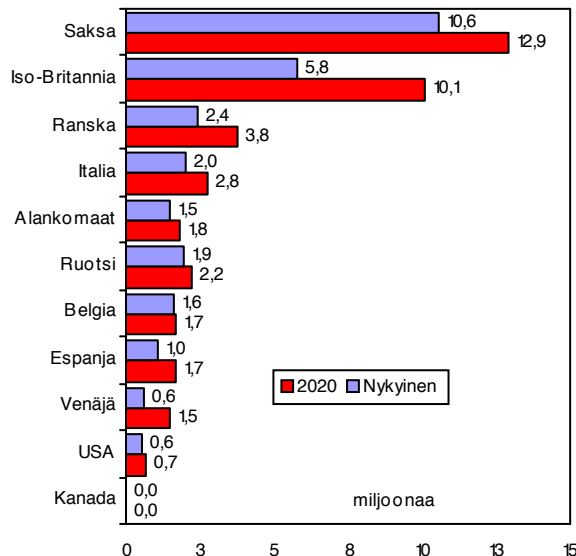
Lomamatkat ilman ennakkovarausta lähtömaittain



Pitkät (4- yötä) matkat lähtömaittain



Lyhyet (1-3 yötä) matkat lähtömaittain



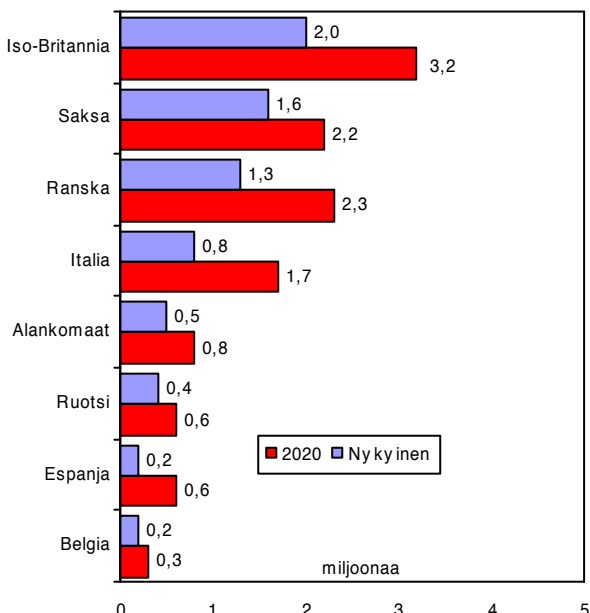
8. Lomamatkojen kohteet

Euroopan maista (8 tutkittua maata) tehdään tällä hetkellä 160 miljoonaa lomamatkaa, joista 87 % (140 miljoonaa) suuntautuu lähialueille eli muualle Eurooppaan tai Pohjois-Afrikkaan kaukokohteiden osuuden ollessa 20 miljoonaa matkaa.

Lähialuematkailu voidaan jakaa kahteen osaan: 'pohjoinen suunta' ja 'eteläinen suunta'. Ennusteiden mukaan 'pohjoisen suunnan' matkat lisääntyvät hitaammin kuin 'eteläisen suunnan' matkat. Vaikka myös pohjoiseen suuntautuvat matkat lisääntyvät kaikissa lähtömaissa, niin ainoastaan Italiasta ja Espanjasta kasvu pohjoiseen päin on määrällisesti samaa luokkaa kuin eteläisiin kohteisiin suuntautuvat matkat. Suurimmasta lähtömaasta, Saksasta tehdään nyt suunnilleen yhtä monta matkaa pohjoiseen ja etelään, mutta vuonna 2020 pohjoisen suunnan osuus saksalaisten matkoista on jo selvästi pienempi (28,6 miljoonaa) kuin eteläisen suunnan (35,3 miljoonaa).

Kaukomatkat voidaan vastaavasti jakaa länteen ja toisaalta itään suuntautuviin matkoihin. Iso-Britanniasta tehdään kumpaankin suuntaan kaukomatkoja enemmän länsisuunnan ollessa kuitenkin selvästi suositumpi. Saksasta ja Ranskasta tehdään seuraavaksi eniten matkoja, mutta tulevaisuuden kasvu on Ranskassa selvästi suurempaa, jolloin vuonna 2020 Ranskasta tehdään jo hieman enemmän kaukomatkoja kuin Saksasta.

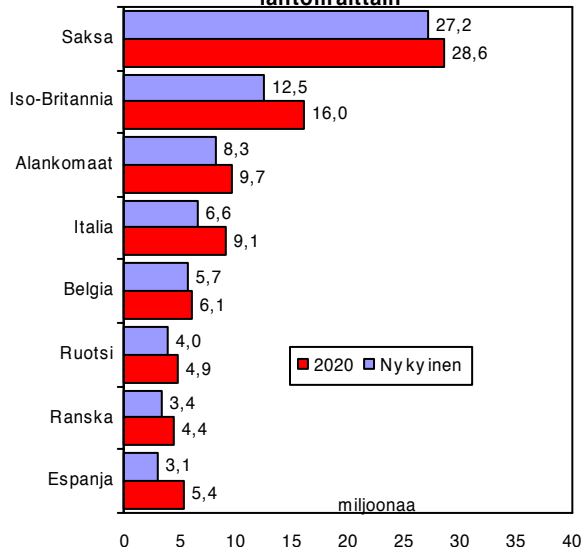
Itään suuntautuvat kaukomatkat lähtömaittain



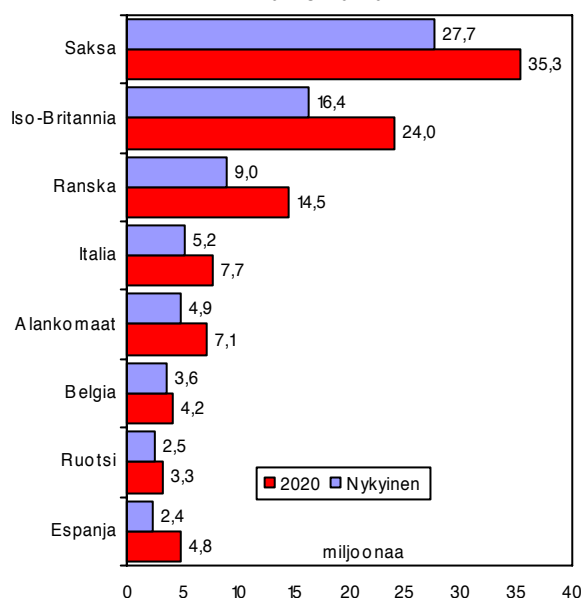
'Pohjoisen suunnan' lähialuematkojen kohteet: Ranska, Belgia, Alankomaat, Luxemburg, Iso-Britannia, Irlanti, Sveitsi, Itävalta, Saksa, Tanska, Ruotsi, Norja, Suomi, Liettua, Latvia, Viro, Venäjä, Valko-Venäjä, Ukraina, Unkari, Tsekin tasavalta ja Slovakia.

'Eteläisen suunnan' lähialuematkojen kohteet: Portugali, Espanja, Italia, Malta, Slovenia, Kroatia, Serbia-Montenegro, Albania, Bosnia, Kreikka, Bulgaria, Romania, Kypros, Turkki, Syyria, Israel, Egypti, Libya, Algeria, Tunisia ja Marokko.

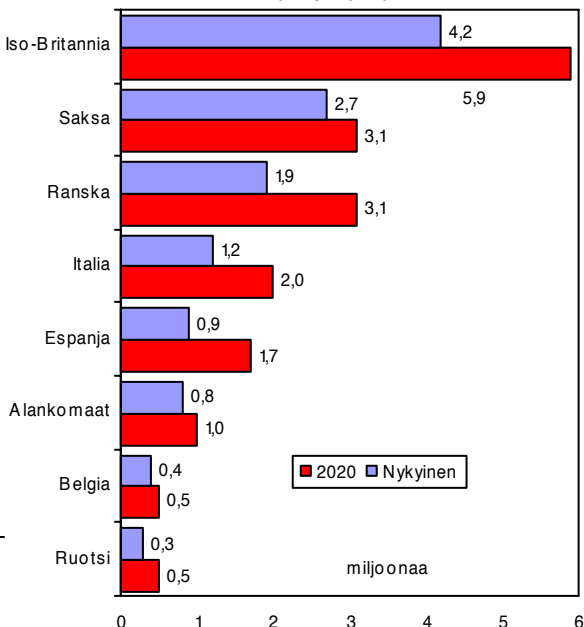
Pohjoisen suunnan lähialuematkat lähtömaittain



Eteläisen suunnan lähialuematkat lähtömaittain



Länteen suuntautuvat kaukomatkat lähtömaittain





Matkailu vuonna 2020 - faktaa ja fiktiota on Matkailun edistämiskeskuksen ja ulkopuolisten asiantuntijoiden yhteisvoimin laatima raportti, jossa tarkastellaan erilaisia tulevaisuuden kehitysvaihtoehtoja etenkin matkailun näkökulmasta ja arvioidaan megatrendien, trendien, epävarmuustekijöiden, arvomuutosten ja muiden muuttujien vaikutusta matkailun toimikenttään. Tarkastelun aikaväli ulottuu vuoteen 2020, joiltakin osin pidemmällekin.

Matkailun edistämiskeskuksen ensimmäinen skenaarioraportti ilmestyi vuonna 2004. Tämä vuoden 2006 raportti on päivitetty ja laajennettu versio ensimmäisestä raportista.

Raportissa olevat tulevaisuuden näkymät ovat kiehtovaa luettavaa, ne ovat hiukan kuin jännitysromaanista, vaikka sisältö perustuukin tieteelliseen tutkimusaineistoon.

Raportissa on lisäksi hahmotettu matkailullisia toimintastrategioita eri skenaarioille nimenomaan Suomen kannalta ja osoitettu, minkä skenaarion syntymisen suuntaan ympäristön kehityksen seuranta alkuvaiheessaan viittaa.