

HYVINVOINTIMATKAILUN TULEVAISUUDENNÄKYMÄT LAPISSA

Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen edistäminen eurooppalaisena
yhteistyönä

Hokkanen Hanna ja Tiittanen Johanna

Opinnäytetyö
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
AMK

2014

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU

MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Ammattikorkeakoulututkinto

Opinnäytetyö

HYVINVOINTIMATKAILUN TULEVAISUUDENNÄKY- MÄT LAPISSA

Hokkanen Hanna ja Tiittanen Johanna

2014

Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen edistäminen eurooppalaisena
yhteistyönä

Angeria Mervi ja Koikkalainen Merja

Työ on löydettävissä Theseuksesta

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Tekijät	Hanna Hokkanen, Johanna Tiittanen	Vuosi	2014
Toimeksiantaja	Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen edistäminen eurooppalaisena yhteistyönä (ESR)		
Työn nimi	Hyvinvointimatkailun tulevaisuudennäkymät Lapissa		
Sivu- ja liitemäärä	46+1		

Opinnäytetyössä tarkasteltiin hyvinvointimatkailun käsitettä ja siinä selvitettiin hyvinvointimatkailun tulevaisuudennäkymiä Lapissa. Hyvinvointimatkailu on käsitteenä laaja se voi tarkoittaa eri yhteyksissä eri asioita. Hyvinvointimatkat jaetaan liikunnallisiin ja kehon hyvinvointiin suuntautuneisiin hoitoihin sekä hemmotteluihin ja hoitoihin. Opinnäytetyössä on käytetty hyvinvointimatkailun määritelmänä kehon ja mielen kokonaisvaltaista hyvinvointia, joka jatkuu vielä loman päätyttyäkin.

Työssä käytettiin aineistona toimeksiantajan järjestämien benchmarking-matkojen raportteja, joiden avulla rakennettiin hyvinvointimatkailun mahdollisuuksia kuvaava tulevaisuustaulukko. Benchmarking-matkojen raportit sisälsivät Euroopassa havaittuja hyvinvointimatkailun trendejä ja heikkoja signaaleja, joita oli kertynyt kuudelta eri matkalta (31 erillistä raporttia, yhteensä 151 sivua). Matkojen teemat olivat slow food, green care, tapahtumat, pyöräily, reitistöt sekä liikuntakohteen palvelut. Raporteissa esiin nousseiden trendien ja heikkojen signaalien kokoamisen jälkeen rakennettiin tulevaisuustaulukko, jonka kautta muodostettiin tulevaisuuskuvat Lapin alueella toimivien hotelli-, ravitsemis- ja ohjelmapalvelualan yritysten vastauksien tuella. Tulevaisuustaulukko lähetettiin sähköpostitse 25 Lapin alueella toimivaan yritykseen ja paikan päällä kävimme viidessä Rovaniemellä sijaitsevassa yrityksessä. Vastauksia saatiin yhteensä yhdeksän kappaletta, joista tulevaisuuskuvat muodostuivat.

Tulevaisuuskuvia oli neljä kappaletta, jotka nimettiin yritysten tekemien valintojen mukaan – Pyörällä nauttien kehon ja mielen hyvinvoinnista, Historia ja paikallisuus luovat hyvinvointimatkailijan loman, Kansainvälisyys ja elämyksellisyys luovat hyvinvointimatkan sekä Ekologisuus ja moniaistilliset kokemukset hyvinvointimatkailun elementtejä.

Työn tehtävänä oli tukea toimeksiantajamme Hyvinvointimatkailu-hankkeen tavoitteiden toteutumista ja tuottaa Lapin matkailuun liittyvää tulevaisuustietoa, joka avustaa Lapissa toimivien yritysten strategista suunnittelua. Tulevaisuuskuvia hyödyntämällä yritykset pystyvät hahmottelemaan tulevaisuutta.

Asiasanat: hyvinvointimatkailu, trendit, heikot signaalit, tulevaisuustaulukko

Tourism, Catering and Domestic Services
Degree Programme Hospitality
Management

Authors	Hokkanen Hanna ja Tiittanen Johanna	Year	2014
Commissioned by	The promotion of knowledge in wellbeing tourism through European cooperation		
Subject of thesis	Future scenarios of wellness travel in Lapland		
Number of pages	46 + 1		

In this thesis the concept of wellness travel is examined, and it also clarifies the future of wellness travel in Lapland. The concept of wellness travel is broad and it can have many different meanings. Wellness travel is divided into two different types of travel; an active holiday based on overall wellbeing and more indulgence based spa treatments. In this thesis wellness travel is understood as overall wellbeing of mind and body, which continues long after the wellness-holiday.

The data used in this thesis was collected during the benchmarking trips which were part of the project *The promotion of Knowledge in Wellbeing Tourism through European Cooperation*. The travel reports gave the information to the futures matrix, which describes the different possibilities for future wellness travel in Lapland. Benchmarking travel reports included trends and weak signals which were observed in Europe. The project made six trips to Europe, and all of them had a different theme: slow food, green care, event planning, biking, routes and networking and services in a wellness destination.

After the futures matrix was built, it was sent to 25 different hotel, restaurant, and travel service organisations in Finnish Lapland to collect the most desirable future scenario for wellness travel in Lapland. The authors also visited five different organisations in Rovaniemi for their answers to the future scenarios. From these nine answers, four possible outcomes for wellness travel in Lapland were created. The outcomes were named after the choices the organisations had made – Enjoying mind and body's wellbeing through biking, History and locality the base of wellness travel, Internationality and unique experience the base of wellness travel and Ecology and multiple sense experiences as elements of wellness travel.

The thesis supports goals of the project, and develops foresight knowledge concerning wellness travel in Lapland. This knowledge helps travel and tourism organizations in Lapland in their strategic planning. Using the future scenarios of wellness travel, organizations can outline their business visions.

Key words wellness, wellbeing, trends, weak signals, future tourism, future scenarios

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	2
2	HYVINVOINTIMATKAILU-HANKKEEN ESITTELY	4
3	HYVINVOINTIMATKAILU	5
	3.1 HYVINVOINTIMATKAILUN MÄÄRITTELYÄ	5
	3.2 HYVINVOINTIMATKAILUN HISTORIA	7
	3.3 HYVINVOINTIMATKAILUN NYKYTILA	8
4	TRENDIT JA HEIKOT SIGNAALIT OSANA HYVINVOINTIMATKAILUA	13
	4.1 TRENDIT JA HEIKOT SIGNAALIT KÄSITTEINÄ	13
	4.2 NÄKYVÄT TRENDIT JA HEIKOT SIGNAALIT HYVINVOINTIMATKAILUSSA	16
5	TULEVAISUUSKUVIEN RAKENTAMINEN	21
	5.1 BENCHMARKING- MATKAT	21
	5.1.1 TRENDIEN JA HEIKKOJEN SIGNAALIEN ANALYSOINTI	23
	5.1.2 TULOKSET	26
	5.2 TULEVAISUUSTAULUKKO	29
	5.3 TULEVAISUUSTAULUKON KAUTTA TULEVAISUUSKUVIIN	32
	5.4 TULEVAISUUSKUVAT	35
6	LUOTETTAVUUDEN TARKASTELUA	38
7	POHDINTA	40
	LÄHTEET	45
	LIITTEET	50

KUVIOLUETTELO

KUVIO 1. HYVINVOINTIMATKAILUN OSA-ALUEITA	5
KUVIO 2. TALVITUOTTEIDEN SEGMENTOINTI LAPISSA	11
KUVIO 3. ARVOELINKENTTÄMME VUONNA 2012.....	13
KUVIO 4. INFORMAATION ELINKAARI.....	15
KUVIO 5. KUUSI MATKAILUN TRENDIÄ JOITA SEURATA VUONNA 2014	17
KUVIO 6. OPINNÄYTETYÖPROSESSIN KUVAUS	21

TAULUKKOLUETTELO

TAULUKKO 1. HYVINVOINTIMATKAILUN VERTAILUA AJASSA	12
TAULUKKO 2. BENCHMARKING-AINEISTOSSA HAVAITUT TRENDIT	24
TAULUKKO 3. BENCHMARKING-AINEISTOSSA HAVAITUT HEIKOT SIGNAALIT	25
TAULUKKO 4. TULEVAISUUSTAULUKKO	31
TAULUKKO 5. TULEVAISUUSKUVIEN RAKENTAMINEN YRITYSTEN VASTAUKSISTA.....	34

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on hyvinvointimatkailun tulevaisuudennäkymät Lapin alueella. Opinnäytetyössä tarkastellaan hyvinvointimatkailun käsitettä ja selvitetään mahdollisia hyvinvointimatkailun tulevaisuudennäkymiä Lapissa. Valitsimme kyseisen aiheen, koska hyvinvointimatkailu on kasvava osa matkailukulttuuria ja sen edistäminen Lapin alueen matkailussa on tärkeää. Tämä opinnäytetyö eroaa jo tehdyistä tutkimuksista, jotka ovat kohdistuneet suurimmaksi osaksi tuotekehittelyyn ja markkinointiin. Tässä opinnäytetyössä keskitytään sen sijaan hyvinvointimatkailuun kokonaisuudessaan. Kiinnostava aihe tarjoutui "Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen edistäminen Eurooppalaisena yhteistyönä" -hankkeen Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin (MTI) sivuilta. Hyvinvointimatkailu-hankkeen kautta saimme toimeksiannon opinnäytetyöhön meitä kiinnostavasta aiheesta.

Hyvinvointimatkailu-hankkeessa on tehty useita benchmarking-matkoja Eurooppaan, joiden tarkoituksena on ollut havaita Euroopassa näkyviä trendejä ja heikkoja signaaleja. Matkoista on koottu matkaraportteja, joita käytetään tässä opinnäytetyössä aineistona. Hyvinvointi on käsitteenä laaja, siksi sillä on monta eri tulkintaa. Hyvinvointia voidaan tarkastella esimerkiksi ihmisen fyysisenä ja psyykkisenä tasapainona. On olemassa elementtejä joilla on vaikutusta ihmisen hyvinvointiin kuten ihmisen suhde itseensä, muihin ja ympäristöön. (Smith–Puczkó 2009, 54.) Opinnäytetyössä hyvinvointimatkailu käsitteellä tarkoitetaan mielen ja kehon tasapainon löytämistä liikunnan sekä hemmottelun avulla. Hyvinvointimatkan tarkoituksena on, että hyvä olo jatkuu ja näkyy kehon sekä mielen virkeydessä vielä pitkään loman päätyttyä. Hyvinvointi on kasvava osa matkailua. Hyvinvointimatkailussa yhdistyvät maailmanlaajuinen hyvinvointi-trendi ja yksi maailman johtavista elinkeinoaloista, matkailu. Hyvinvointimatkailun on ennustettu kasvavan globaalisti jopa 9 % vuosittain aina vuoteen 2017 asti. Johtavimpia hyvinvointimatkailun alueita ovat Eurooppa, Pohjois-Amerikka sekä Aasia. (Global Wellness Institute 2013.)

Tämän opinnäytetyön tehtävänä on tukea Hyvinvointimatkailu-hankkeen tavoitteiden toteutumista ja tuottaa Lapin matkailuun liittyvää tulevaisuustietoa, joka tukee Lapin alueella toimivien hotelli-, ravitsemis-, ja ohjelmapalvelualan yritysten strategista suunnittelua. Opinnäytetyön tavoitteena on käyttää hyväksi toimeksiantajan tekemiä benchmarking-matkojen raportteja tulevaisuustaulukon rakentamisessa. Tulevaisuustaulukko on skenaariomenetelmä, minkä avulla pakotetaan erilaisia tulevaisuudennäkymiä esille esimerkiksi nykytila, toive-, uhka- ja todennäköinen tulevaisuus. (Hiltunen 2012, 191.) Tässä työssä rakennetaan toivottavia tulevaisuuskuvia Lapin hyvinvointimatkailusta käyttäen Lapissa toimivien yritysten mielipiteitä sekä raportoida tulevaisuuskuvat Hyvinvointimatkailu-hankkeen käyttöön.

2 HYVINVOINTIMATKAILU-HANKKEEN ESITTELY

Toimeksiantajamme Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI) tuo yhteen Lapin matkailuopiston, Lapin yliopiston sekä Lapin ammattikorkeakoulun matkailualan osaamisen. MTI:n tarkoituksena on kehittää matkailualan koulutusta ja tutkimusta yhdessä lappilaisen elinkeinoelämän, viranomaisten ja kansainvälisten tiedeyhteisöjen sekä koulutusorganisaatioiden kanssa. MTI toimii matkailuelinkeinoa palvelevana innovaatioympäristönä, mikä sisältää tutkimusosaamista muun muassa talouden, yrittäjyyden, kulttuurin ja ympäristön näkökulmista. (Lapin korkeakoulukonserni 2014.) Hyvinvointimatkailu-hanke on yksi MTI:n hankkeista, jossa yhteistyökumppaneina toimii Rovaniemen Kehitys Oy, Lapin ammattiopisto, Santasport, Pohjoisen kulttuuri-instituutti, ProAgria Lappi sekä Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus Rovaniemi. (Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2014.) Hankkeen rahoittajana toimii Euroopan sosiaalirahasto / Lapin ELY-keskus.

Toimeksiantajan “Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen edistäminen Eurooppalaisena yhteistyönä” -hankkeen tavoitteet ovat: *”Valita yhdessä hankkeen osatoteuttajien kanssa hyvinvointimatkailun esimerkkikohteita ja osajia, tutustua niiden toimintaan ja saada kerättyä niistä tietoa ja kokemusta, jotka ovat hyödynnettävissä hyvinvointimatkailun kehittämisessä. Lisäksi tavoitteena on kerätä tietoa tulevaisuuden hyvinvointimatkailun näkymistä, asiakkaista, sekä palvelutarpeista”*. (Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti 2014.)

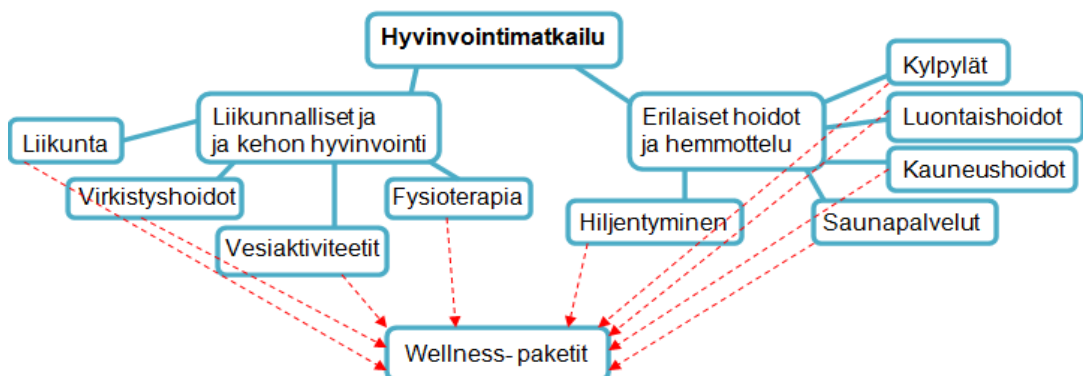
Hyvinvointimatkailu-hankkeessa tehtyjen benchmarking-matkojen raportit toimivat aineistona opinnäytetyössämme. Benchmarking-matkat on tehty Unkariin, Ruotsiin, Englantiin, Italiaan ja Itävaltaan sekä Ranskaan. Jokaisella matkalla on ollut tietty teema, jota hyödynnetään opinnäytetyön tulevaisuus- taulukossa. Matkoilla on käytetty seuraavia teemoja: slow food, tapahtumien järjestäminen, reitistöt, palvelut hiihtokeskusten ympärillä ja pyöräily sekä green care. Näitä teemoja pyritään yhdistämään hyvinvointimatkailuun ja siihen kuinka Euroopassa havaittuja trendejä ja heikkoja signaaleja voidaan hyödyntää Lapin alueen matkailussa.

3 HYVINVOINTIMATKAILU

3.1 Hyvinvointimatkailun määrittelyä

Suomessa hyvinvointimatkailun käsitteen ymmärtäminen ja sisällöllinen merkitys nousi keskusteluihin vasta 2000- luvun alkupuolella. Ensimmäisen kerran käsitteen toi julkisesti esille MEK vuonna 2002, mutta vasta muutama vuosi myöhemmin alkoivat ensimmäiset hankkeet ja tutkimukset hyvinvointimatkailun sisällön kehittämistyöstä. (Tuohino 2012.) Hyvinvointi assosioidaan Suomessa puhtaaseen ilmaan, veteen ja ympäristöön, joiden avulla ihmiset voivat rentoutua erilaisilla aktiviteeteilla ja hoidoilla (MEK 2009).

Hyvinvointimatkailu on käsitteenä laaja ja se voi tarkoittaa eri yhteyksissä eri asioita. Hyvinvointimatkat jaetaan kahteen ryhmään eli liikunnallisiin ja kehon hyvinvointiin suuntautuneisiin sekä hoitoihin ja hemmotteluihin suuntautuneisiin hyvinvointimatkoihin. (Björk–Tuohino–Konu 2011a, 31.) Hyvinvointimatkailun motivaationa ovat virkistäytyminen sekä uuden ja autenttisen matkakohteen löytäminen. Nämä asiat vaikuttavat laajasti ihmisen päätökseen lähteä hyvinvointimatkalle. Erilaisilla palveluilla ja tuotteilla on lisäksi suuri vaikutus siihen millaisen hyvinvointimatkan henkilö valitsee. Ihmiset pyrkivät hyvinvointimatkallaan nauttimaan täysin siemauksin matkakohteen tarjoamista palveluista ja tuotteista, jotta he kokevat hyvinvointimatkan täyttäneen sille asetetut vaatimukset. (Chen–Prebensen–Huan 2008.)



Kuvio 1. Hyvinvointimatkailun osa-alueita (mukaillen Verhelä–Lackman 2003, 140; Hyvinvointi- ja wellness-matkailun peruskartoitus 2005; Hjalager–Konu–Huijbens–Björk–Flagestad–Nordin–Tuohino 2011; Björk ym. 2011a, 31.)

Kuviossa 1 on esimerkki siitä millaisia palveluja ja osa-alueita huomioidaan hyvinvointimatkailussa ja kuinka ne voidaan yhdistää erilaisiin wellness-paketteihin. Yhdistämällä wellness-paketteihin erilaisia aktiviteetteja ja rentoutumista, saadaan asiakkaille monipuolinen tarjonta siitä, miten hän voi edistää omaa hyvinvointia. (Verhelä–Lackman 2003, 140.) Tärkeää hyvinvointimatkailussa on se, että se tuottaa hyvää oloa matkailijalle vielä matkan jälkeenkin. Sen kautta matkailija pystyy ylläpitämään ja edistämään omaa terveydentilaa mahdollisimman pitkään. (Hyvinvointi- ja wellness-matkailun peruskartoitus 2005.)

Hyvinvointimatkailua pidetään usein synonyyminä wellbeing- ja wellness-käsitteille johtuen siitä, että molempien käänös suomenkielelle on hyvinvointi. Wellbeing-käsite ymmärretään ihmisen positiivisena kehon ja mielen tasapainona eli enemmänkin psyykkisenä tilana eikä tuotteena tai palveluna. Wellness-käsitettä on käytetty kuvaamaan hyvinvointimatkailun erilaisia tuotteita ja palveluita. Wellness-matkailulla pyritään ehkäisemään sairauksia sekä tuntemaan kokonaisvaltaista hyvää oloa. (Hjalager ym. 2011.) Tyypilliseen hyvinvointimatkaan kuuluvat hetkellisesti arjesta pois irtautuminen, rentoutuminen, ulkoilmassa liikkuminen ja kulttuuriin tutustuminen sekä erilaiset reitit. (Björk ym. 2011a, 31.) On havaittu yhteys myös siihen, että todennäköisemmin hyvinvointimatkalle puolison tai kaverin kanssa lähtevä henkilö on matkustanut ennenkin.

Tässä opinnäytetyössä hyvinvointimatkailun käsite tarkoittaa liikunnan ja kehon hemmottelun tasapainon yhdistämistä matkalla. Hyvän olon tunteen on tarkoitus jatkua vielä pitkään matkan jälkeen, jotta arkeen palatessa mieli ja keho ovat virkeässä tilassa. Hyvinvointimatkalle lähtiessä unohdetaan stressi ja pyritään nauttimaan matkan hyvinvointia edistävästä tuotteista ja palveluista. Opinnäytetyössä hyvinvointimatkailun käsitteessä ei oteta huomioon varallista tai materiaalista hyvinvointia, vaan käsitteessä keskitytään nimenomaan matkalla vallitsevaan mielen ja kehon hyvinvointiin.

3.2 Hyvinvointimatkailun historia

Hyvinvointimatkailu ei ole uusi ilmiö, vaan se on tunnettu aina antiikin Kreikasta asti. Antiikin Kreikan hyvinvointimatkailun asiakkaina olivat huveista ja rentoutumisesta kiinnostuneet kansalaiset. Myös roomalaiset tunnustivat kylpylöiden terveydelliset vaikutukset jo ennen Kristuksen syntymää sekä Japannissa buddhalaiset uskoivat veden pudistavan voiman ennen kuin hyvinvointimatkailu oli tunnettu edes käsitteenä. (Hentinen 2002.) Ensimmäiset hyvinvointimatkailun palvelut ovat olleet kylpylöitä. Niiden perustaminen antiikin Kreikassa ja Roomassa rentoutumisen ja huvittelun tarkoituksena nousivat kansan suosikeiksi. Ennen Kristuksen syntymää keskityttiin lähinnä altaissa kellumiseen ja sosiaaliseen kanssakäymiseen, minkä takia kylpylöiden hyvinvointipalvelut perustuivat juuri hemmotteluun. (Suontausta–Tyni 2005, 12–13.)

Vasta vuonna 1500- ja 1600-luvuilla tapahtui jälleen hyvinvointimatkailun elpyminen johtuen kaupunkien epäsiisteydestä. Ihmiset tahtoivat matkustaa vesistöjen äärelle puhdistautumaan ja parantumaan. 1900-luvun alussa hyvinvointimatkailu oli huipussaan, mutta 1900-luvun maailmansotien aikaan hyvinvointimatkailua ei juuri harrastettu, vaan kylpylöissä hoidettiin sodassa haavoittuneita. (Suontausta–Tyni 2005, 12–13.)

Euroopan kylpylöissä hyödynnettiin yleensä erilaisia lähteitä, jotta vesi pysyisi sopivan lämpimänä ympärivuoden. Suomessa kylpyläsesonki kesti yleensä kesäkuusta elokuuhun eli vain kesän ajan, koska kesällä sääolosuhteet olivat ideaalisemmat. Kesä ajan lyhyys vaikutti kylpyläsesonkiin negatiivisesti, koska sesonkiajan ulkopuolella ihmiset lähtivät Itämeren eteläpuolelle. (Suvikumpu 2014, 98–99.)

Suomessa hyvinvointimatkailua on harrastettu Ruotsin vallan ajoilta asti. Silloin kansalaiset hakivat hoitoja vaivoihinsa terveyslähteiden lähetyviltä. (Suontausta–Tyni 2005, 13.) 1800-luvulla kylpylöiden kukoistuskaudella kansalaiset tulivat useimmiten kauempaakin kylpylöihin. Kylpylämatkaa pidettiin seikkailuna, jossa voi esiintyä toiveminänä ja nauttia olostaan vapaammin säädystä riippumatta. Kylpylöitä pidettiin sosiaalisena kokemuksena, joissa

oli helppo tutustua uusiin ihmisiin. Kylpylöihin tultiin näkemään laajempaa seurapiirielämää ja tulemaan itse nähdyksi. Siksi kylpylöiden vieraat tietyillä paikkakunnilla pysyivät suurimmaksi osaksi samana vuodesta toiseen. (Suvikumpu 2014, 58.)

Suomessa kylpylöiden palvelut 1900-luvulla toimivat sairauden ehkäisijöinä ja tämän vuoksi oli tarjolla hoitoa kaikenlaisiin vaivoihin. Terveyslähteiden uskottiin parantavan kroonisia sairauksia, reumatismia, sydänvaivoja sekä liikarasittuneisuutta. Vesi on ollut luonteva hoitokeino vaivaan kuin vaivaan vuosisatojen ajan. (Suvikumpu 2014, 22.) Suomen kylpylöissä on ollut tarjolla myös erikoisempia hoitoja kuten höyrykaappikäsittelyä, muurahaiskylpyä sekä tärpättihöyrykylpyä (Suontausta–Tyni 2005, 13). Päivät suomalaisessa kylpylässä alkoivat aamuhartauksella, jonka jälkeen siirryttiin nauttimaan kylpylän palveluista tai kävelyistä kylpylän puistoissa. Joissakin kylpylöissä oli mahdollisuus jopa veneretkiin, kisailuihin, ulkopeleihin sekä pyöräilyyn. Päivä useimmiten päättyi illalliseen, jota seurasi jonkinlainen ohjelma aina musiikkiesityksistä teatteriin. (Suvikumpu 2014, 73–77.) Voidaan sanoa, että kylpylöissä on ollut tarjolla erilaisia ja erikoisia palveluita satojen vuosien ajan.

Lapissa 1920-luvulla hyvinvointimatkailu oli vilkasta varsinkin isojen tunturien alueella. Silloin perustettiin liikuntakeskuksia tunturien ympäristöön, jotka olivat varsinkin talviaikaan koululaisryhmien suosiossa. Vaikka toisen maailmansodan aikaan suurimmat matkailukeskukset tuhottiin Lapissa, matkailu kuitenkin elpyi sotien jälkeen uusien matkailukeskusten myötä. Ensimmäisten hiihtokeskusten rakentamisen jälkeen tarjolla oli majoitusta sekä erilaisia talviliikunta-aktiviteetteja. (Vuoristo–Vesterinen 2009, 360–385.)

3.3 Hyvinvointimatkailun nykytila

Hyvinvointimatkailun kehitys on ollut huimaa koko 2000-luvun ajan. Ihmisten kiinnostus omaa hyvinvointia kohtaan on ollut trendinä jo useamman vuoden. Kulttuurillinen ja autenttinen elämys ovat tärkeitä kriteerejä matkakohteen valinnassa. (MEK 2014.) Nykypäivänä ihmiset ovat enemmän tietoisia ja tarkempia omasta hyvinvoinnistaan kuin aikaisemmin. Hyvinvointi on laajempi

käsite kuin psykologinen onnellisuus, joka kattaa kaiken, mikä on hyvää elämää yksilölle (Mattila 2009).

Global Wellness Institutin (2013) raportin mukaan nykypäivän hyvinvointimatkailija on usein keski-ikäinen, koulutettu, varakas ja kotoisin länsi- tai teollisuusmaasta. Hyvinvointimatkailun kohteena on useita Euroopan maita ja Pohjois-Amerikka. On ennustettu että tulevaisuudessa Aasia ja Etelä-Amerikka ovat hyvinvointimatkailijoiden kohteita. Hyvinvointimatkailija tuhlaa yksittäisillä matkoillaan yleensä enemmän rahaa, kuin mitä esimerkiksi muissa matkailumuodoissa. Hyvinvointimatkailija on tyypillisesti keski-ikäinen, mutta hyvinvointimatkailu sopii silti kaiken ikäisille. Hyvinvointimatkailu on mahdollista jokaiselle vaikka nykyään tuotteet ja palvelut ovat hintatasoltaan korkeita. Esimerkiksi sesonki ajan ulkopuolella hinnat ovat alhaisempia, jolloin hyvinvointimatkailutuotteet ovat mahdollista kokea vaikka ei olisikaan varakas.

On olemassa monenlaisia hyvinvointimatkailupalveluita, koska hyvinvointimatkailun tarpeet eri matkailijoille ovat erilaiset. Kylpylät, hotellit, retriitit, luonnonpuistot, porosafarit, erilaiset hoidot ja mökit sekä monet muut ovat vain esimerkkejä siitä, mitä hyvinvointimatkailu voi tarjota asiakkaalle. Arvioiden mukaan Euroopassa on yli 6000 hyvinvointikeskusta ja 1200 lääketieteellisesti arvostettua keskusta. Suomessa lasketaan olevan noin 50 kylpylää ja 150 uimahallia. Hyvinvointimatkailun uskotaan tulevaisuudessa tuovan myös Suomeen enemmän kansainvälisiä turisteja, jotka haluavat kokea aidon kylpyläelämyksen puhtaan luonnon ja upeiden maisemien keskellä. (Suvikumpu 2014, 108.) Elämyksen kokeminen muutenkin kuin kylpyläpalveluisissa on noussut suureksi osaksi hyvinvointimatkailua, esimerkiksi Green Care-matkailu on noussut suosioon Euroopassa. Suomen luontoon ja maaseutuympäristöön perustuva matkailu on monelle ulkomaalaiselle elämyksellinen kokemus. (Matala–Kelloniemi 2013.)

MEK (2014) on pyrkinyt vahvistamaan Suomen hyvinvointimatkailun brändiä Finrelaxia, joka koostuu monista suomalaisista hyvinvointia edistävästä matkakokemuksista. Suomella on tarjota paljon kokemuksia, mitä tulee hyvinvointimatkailuun kuten esimerkiksi sauna ja siihen liittyvät perinteet. Suo-

messa on mahdollisuus saunoa ympäri vuoden, ja saunoja löytyy melkein kaikista kodeista. Vaikka saunoja on voitu rakentaa muihinkin maihin, silti saunat liitetään suomalaiseen kulttuuriin. Suomessa puhtaan veden merkitys on suuri ja siihen voidaan liittää aktiviteetteja edistämään ihmisen hyvinvointia kuten uimista, melomista, veneilyä sekä muita vesiaktiviteetteja. Hyvinvointiin yhdistetään vahvasti myös ruokailu. Suomessa luomu- ja lähiruoan saatavuus on nykyään helppoa sekä tuoreet marjat, kasvikset ja vihannekset ovat tärkeitä osia hyvinvoinnin edistämässä. Suomalainen ravintolakulttuuri on kasvussa, mikä näkyy uusien eksoottisten ruokapaikkojen lisääntymisessä.

Matkailun edistämiskeskuksen (2014) ehdotuksen mukaan Pohjois-Suomesta tehtäisiin talvimatkailun keskus, joka eroaa muista Euroopan talvikeskuksista tarjoamalla aidon sekä autenttisen elämyksen asiakkaalle. Palvelun taso on korkealla ja yksilöllinen palvelu nousee tärkeäksi osaksi matkakokemusta. Vaikka talvilomailu lepäisi lähinnä tunturikeskusten varassa, tulevaisuudessa myös pienemmät yhteisöt ja kunnat ovat vahvemmin mukana osana elämyksen tarjoamista. Pienempien yhteisöjen mukaan saaminen tarkoittaa lähempää kokemusta suomalaiseen kulttuuriin esimerkiksi paikallisen ruoan avulla. Kuviossa 2 tulee esille ne osa-alueet, joissa Lappia myydään ainutlaatuisena hyvinvointimatkakohteena. Osa kuviossa olevissa asioista on nyt jo vankalla pohjalla Lapin matkailussa, mutta niiden kehittäminen tulevaisuuden matkailun kannalta on tärkeää.



Kuvio 2. Talvituotteiden segmentointi Lapissa (MEK 2014)

Suomessa hyvinvointimatkan voi tehdä ympärivuotisesti. Hyvinvointimatkailuun kuuluu paketteja ja yksittäisiä tuotteita sekä palveluita, joita on helppo ostaa. Hyvinvointimatkailuun liittyvät tuotteet ja palvelut on myös kansainvälisesti tunnettuja, mikä edesauttaa niiden markkinoinnissa. (Björk ym. 2011b.) Ympärivuotisuutta on hyödynnetty Suomen matkailumarkkinoinnissa käyttämällä neljää vuodenaikaa positiivisena keinona matkakohteen valinnassa. Vaikka Lappi yhdistetään tänä päivänä vahvasti talvimatkailuun, tulevaisuudessa pyritään siihen, että Lapin alueen matkailussa tuodaan enemmän esille myös ympärivuotisen matkailun mahdollisuudet. Suomella on mahdollisuudet tarjota monipuolisia aktiviteetteja vuodenaikasta riippumatta. Turistit, joiden kotimaassa ei neljä vuodenaikaa tule yhtä selvästi näkyviin, pitävät tätä kiehtovana ilmiönä. Näiden neljän vuodenaikan avulla voidaan räätälöidä erilaisia hyvinvointimatkailun tuotteita ja palveluita, joiden avulla saada matkailijat kiinnostumaan Suomesta. (Björk ym. 2011a, 33.) Kesämatkailussa hyödynnetään luonnossa liikkumista ja puhtaiden vesistöjen käyttämistä muun muassa uimiseen tai veneilyyn. Myös kansallispuistoja ja muita luonnonpuistoja pidetään hyvinä paikkoina edistää hyvinvointia ja nauttia Suomen luonnosta. Talvimatkailussa hyödynnetään revontulia, arktista elämäntapaa, joulua sekä lumen mahdollistamia erilaisia talviaktiviteetteja kuten laskette-

lua, moottorikelkkailua, husky-safareja ja pilkkimistä sekä hiihtämistä. (Tekes 2014.)

Taulukossa 1 havainnollistetaan kuinka hyvinvointimatkailu on muuttunut ja kehittynyt 1800-luvulta aina nykypäivään asti. Kehitystä on tapahtunut paljon varsinkin palveluiden ja sesonkien suhteen. Kehitettävää on jatkuvasti ja se jääkin nähtäväksi millaista hyvinvointimatkailu on sadan vuoden päästä.

Taulukko 1. Hyvinvointimatkailun vertailua ajassa (mukaillen Hentinen 2002; Suontausta–Tyni 2005, 12–13; Suvikumpu 2014, 22, 53, 58, 73–77, 98–99, 108; Vuoris-to–Vesterinen 2009, 360–385; Matala–Kelloniemi 2013; Tekes 2014; MEK 2014.)

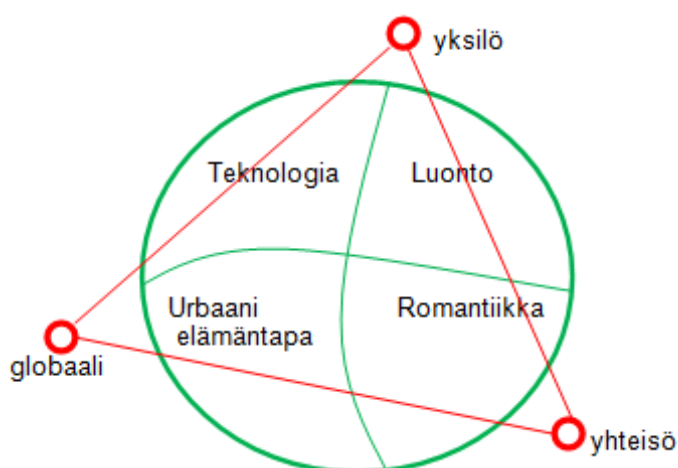
Hyvinvoin-timatkailu	Ennen (noin 1800-1980)	Nykyään (2000 -)
Asiakkaat:	Keski-Euroopassa varakkaat asiakkaat käyttivät hemmottelupalveluita ja kansalaiset kävivät hoitamassa vaivojaan.	Hyvinvointimatkailua voi harrastaa kaikki, itselle sopivalla tavalla.
Palvelut	Palvelut suunnattu hoitoihin ja terveyden edistämiseen, joiden avulla pyrittiin pääsemään eroon kivuista ja vaivoista esimerkiksi terveelliset lähteet.	Palveluita erilaisia ja eri tarkoituksiin, joista löytyy jokaiselle jokin, mutta suurin osa keskittyy hemmottelupalveluihin.
Sesonki	Suomessa sesonki keskittyi kesäelokuulle ja talvella keskityttiin erilaisiin talviaktiiviteetteihin.	Palveluiden ympärivuotisuus tekee mahdollisuuden hyvinvointimatkailulle ympärivuoden.
Syyt	Haluttiin päästä eroon kivuista ja vaivoista usein lääkärin määräyksestä, mutta syynä olivat myös sosiaaliset syyt eli tulla nähdyksi sekä olla osana seurapiirejä.	Oman hyvinvoinnin edistäminen ja itsensä hemmottelu ovat nousseet motiiveiksi lähteä hyvinvointimatkalle.

4 TRENDIT JA HEIKOT SIGNAALIT OSANA HYVINVOINTIMATKAILUA

4.1 Trendit ja heikot signaalit käsitteinä

Trendi voidaan määritellä asiana, joka toimii syvemmän muutoksen edustajana. Trendi, joka ilmenee matkailussa, ei ole ohimenevä villitys kuten esimerkiksi muotitrendi. Se toimii muutoksen suunnan näyttäjänä, jolla on ollut näkyvyyttä lähimenneisyydessä ja on näkyvillä nykyhetkessä. Vaikka trendillä voidaan ennustaa tiettyä kehityssuuntaa, ei sen toteutumisesta voi silti olla varma. Trendien syntyyn tarvitaan aina toisinajattelija, joka on keksinyt uuden tavan tehdä asioita. Asian muuttuminen maailmanlaajuiseksi trendiksi riippuu täysin siitä leviääkö se suurempiin ihmismassoihin, koska joskus kyseinen trendi jääkin vain toisinajattelijan omaksi tavaksi. (Hiltunen 2012, 99–100, 93–108.)

Tällä hetkellä yhteiskunnassa vaikuttavat nämä neljä suurta päätrendiä teknologia, kaupunkien kehitys ja luonnon arvostus sekä tunnemaailman romantisointi. Nämä neljä suuntausta tasapainoilevat kolmen sosiaalisen tekijän globaalisoitumisen, yhteisöllisyyden ja itseyden paineessa. Kuviossa 3 on havainnollistettu kuinka nämä neljä päätrendiä vaikuttavat toisiinsa. Nämä nykyiset yhteiskunnan päätrendit toimivat pohjana tämän hetken ilmiöille ja ratkaisutavoille. (Merisalo 2012.)



Kuvio 3. Arvoelinkenttämme vuonna 2012 (Merisalo 2012)

Matkailun trendi-käsite tarkoittaa laajempaa kehityksen kulkua tai muutoksia matkailutavoissa, joka on tunnistettavissa yleisesti. Matkailun trendit tapahtuvat useimmiten pitkällä aikavälillä, minkä avulla kehityssuuntaa on helpompi tarkastella. (Kaksonen ym. 2012, 7.) Puhuttaessa matkailun trendeistä ne tapahtuvat yleensä tietyillä alueilla eikä globaalisti (MEK 2006). Matkailussa trendit eivät yleensä vaihdu tai muutu yhtä useasti, kuin mitä esimerkiksi muotiin liittyvät trendit.

Vuoden 2014 hyvinvointimatkailun alueelta löytyy runsaasti erilaisia trendejä. Esimerkiksi teknologia, joka edistää ihmisen hyvinvointia ja turvallisuutta sekä ekologisuus, jota voidaan havaita olevan mukana useassa asiassa. Ihmisen hyvinvointia edistävää teknologiaa on havaittavissa nykypäivänä paljon. Ensin tulivat aktiivisuutta seuraavat rannekkeet ja nyt on kuulokkeita jotka soittavat musiikkia mielialan mukaan sekä puhelimeen ladattavia sovelluksia, jotka auttavat analysoimaan unia. Ekologisuus näkyy trendinä ihmisten käyttäytymisessä. Ekologisesti suuntautuneet ihmiset haluavat olla enemmän tietoisia siitä, mistä heidän tavaransa tulevat ja millaisen hiilijalanjäljen he jättävät elinaikanaan. Tuotteen valmistukseen liittyvät asiat vaikuttavat ihmisen ostopäätökseen, koska ihmiset haluavat puhtaan omantunnon omistamistaan tavaroista. Vanhojen tavaroiden kierrättäminen ja niiden uudistaminen on ympäristöystävällisempää ja sitä kuluttajat haluavat vuonna 2014. (Trendwatching.com 2014.)

Megatrendi on trendin lähikäsite. Megatrendillä tarkoitetaan trendiä, joka on pitkäkestoinen, kuvaa nykyhetkeä, on voimakkaasti läsnä ja on yleisesti tunnettu. Megatrendi ei ole myöskään pysyvä, vaan sekin voi vaimeta ja muuttua ajan mittaan. (Hiltunen 2012, 78–80.) Megatrendeihin voi vaikuttaa vain rajoitetuin määrin tai ei lainkaan. Megatrendillä on yleensä tietty suunta ja sen uskotaan jatkuvan samanlaisena myös tulevaisuudessa. (Mannermaa 2004, 73.) Megatrendeinä tällä hetkellä voidaan pitää muun muassa kaupungistumista ja terveydestä huolehtimista.

Heikoilla signaaleilla tarkoitetaan ilmiöitä, joilla ei ole selkeästi tunnistettavaa menneisyyttä. Ne eivät ole aikaisemmin olleet olemassa tai jos ovat, ei niillä ole ollut suurempaa merkitystä. Heikko signaali ei ole trendi, vaan sillä on

mahdollisuus muodostua sellaiseksi tulevaisuudessa. Kuviossa 4 näkyy informaation elinkaari, joka on esimerkkinä siitä, kuinka heikosta signaalista voi kasvaa trendin kautta arjen normi. Heikkoja signaaleja on vaikea sovittaa mihinkään malliin, koska niiltä puuttuu oma historiansa ja aikasarja, jotta niillä voitaisiin ennustaa tulevaisuuden mahdollisuuksia. Yksi heikon signaalin tärkeimmistä ominaisuuksista on sen hetkellisyys. Kun heikosta signaalista kasvaa trendi, se on siirtynyt jo eteenpäin. Heikon signaalin mahdollisuus on myös, että se häviää pian esiintymisensä jälkeen ja sen vuoksi heikot signaalit ovat haastavia tutkijoille ja toimijoille. Tutkijoiden välillä voi myös ilmetä erimielisyyksiä, koska joidenkin mielestä kyseinen heikko signaali voi olla jo trendi, kun taas toinen on sitä mieltä, että se on vasta heikon signaalin asteella. (Mannermaa 2004, 113–121.) Jotkut heikot signaalit eivät välttämättä tapahtumahetkellään vaikuta tärkeältä tai merkitykselliseltä, mutta sillä saattaa olla laajempi vaikutus siihen mitä tapahtuu tulevaisuuden trendeissä (Kaksonen ym. 2012, 6).



Kuvio 4. Informaation elinkaari (Hiltunen 2012, 123)

Heikkoja signaaleja voidaan löytää kaikkialta. Heikkoja signaaleja voi havaita pitäessään silmät ja korvat auki, jolloin niiden havainnointi on helpompaa. Havainnointi ja kyselyt alan ammattilaisilta auttavat arvioimaan sitä, mikä heikko signaali on juuri sillä hetkellä kasvussa ja mikä laskussa. Kuka tahansa, kenellä on halua etsiä ja tutkia heikkoja signaaleja pystyy siihen. Se miksi heikkoja signaaleja ei yleensä huomata johtuu siitä, että se ei sovi etsijän

omaan ajatusmaailmaan. Ihmisen valikoiva tarkkaavaisuus, tietotulva, erilaiset tulkinnat, kieltäminen ja asian vähättely vaikuttavat siihen huomaammeko ympärillämme olevia heikkoja signaaleja tai vahvoja trendejä. (Hiltunen 2012, 65, 122–123.)

4.2 Näkyvät trendit ja heikot signaalit hyvinvointimatkailussa

2000-luvun alusta ihmisen hyvinvoinnin ja vapaa-ajan merkitys kasvoi. Matkakohteen valinnassa tärkeäksi kriteeriksi on noussut esille uusien ja koskemattomien matkakohteiden löytäminen. Sosiaalinen kanssakäyminen on aina ollut ihmisille tärkeää varsinkin 2000-luvulla liikunnan ja hyvinvoinnin yhdistäminen sosiaaliseen kanssakäymiseen ovat olleet merkittäviä. Tämä on havaittavissa muun muassa kuntosalien ryhmäliikuntatuntien määrällä, mikä näkyy ihmisen tahdossa liikkua mieluummin ryhmässä kuin yksin ja se on erimerkki siitä kuinka kaksi trendiä on ajan saatossa kasvanut yhdeksi isoksi trendiksi. (Merisalo 2012.)

Nykypäivänä on useita matkailun trendejä, joita seuraamalla valitaan matkakohteita sekä erilaisia tapoja matkustaa kohteeseen. Trendien avulla maailman matkajaajat löytävät uusia matkakohteita sekä vähemmän markkinoituja paikkoja. Matkailun trendit voivat vaikuttaa joko globaalisti esimerkiksi mobiilisovelluksien käyttö matkailussa tai alueellisesti esimerkiksi pyörämatkojen suosion kasvamisena Euroopassa. Näkyvimpiä matkailun trendejä tällä hetkellä ovat hyvinvointimatkailu, sosiaalisen median käyttö matkailussa sekä vanhemman sukupolven matkustuksen lisääntyminen. (FinPro 2012.) Kuviossa 5 esitellään kuusi matkailun trendiä, joita voidaan seurata vuonna 2014. Matkailija päättää itse matkan tavoitteista riippuen siitä mitä matkailun trendiä seuraa tai ei seuraa. Matkailussa tulee todennäköisesti olemaan aina erilaisia trendejä, mutta niiden käyttäytymistä, kasvamista tai laskemista on vaikea ennustaa. Nyt näkyvät heikot signaalit voivat kasvaa vuosien kuluessa matkailun trendiksi ja sitä myötä megatrendiksi asti.

1. 18-30vuotiaiden vaikutus matkailussa	<ul style="list-style-type: none"> • Suuri kiinnostus kansainväliseen matkustamiseen • Matkat muokattu omien mielenkiinnon kohteiden perusteella • Useimmiten matkustavat kaverin kanssa tai ryhmässä
2. Seniorit ovat pysäyttämättömiä	<ul style="list-style-type: none"> • 1.3 - 1.6 biljoonaa mahdollista matkajaa • Syyt matkustamiseen ovat rentoutuminen ja lepo • Vaativimpia asiakkaita, eivät tyydy vähään
3. Luovan matkailun nousu	<ul style="list-style-type: none"> • Autenttinen kokemus matkakohteessa • Paikalliseen väkeen ja tapoihin tutustuminen
4. Huomiota herättävä lomailu	<ul style="list-style-type: none"> • Matkakohteet status symboleina • Halu näyttää että on aikaa, varaa ja mielikuvitusta mitä tulee lomailuun
5. Luksusmatkailu	<ul style="list-style-type: none"> • Ihmisillä on varaa tuhlata kalliimpaan • Amerikkalaiset, japanilaiset sekä eurooppalaiset hallitsevat luksusmatkailumarkkinoita
6. Monen sukupolven kanssa matkustaminen	<ul style="list-style-type: none"> • Perhekoot ovat suurempia, vauvasta vaariin matkalle • Matkakohteet markkinoitu mielenkiintoisiksi 6-70vuotiaalle

Kuvio 5. Kuusi matkailun trendiä joita seurata vuonna 2014. (Amster 2013)

Hyvinvointimatkailussa on myös havaittavissa mindfulness-, rentoutumis- ja stressinhallintamenetelmiä, jotka ovat nousseet maailmassa suuriksi trendeiksi, mutta ovat jääneet Suomen matkailutarjonnassa vähäiseksi. Mindfulnessin tarkoituksena on elää tässä hetkessä, olla tietoinen omista ajatuksista ja olla arvostelematta sekä tuomitsematta mitään. Perinteisten hoitomuotojen paluu on myös hyvinvointimatkailussa nousemassa yhä suosittumaksi. Tämä saattaa olla seurausta sille, että nykyään ihminen liikkuu vähän luonnossa. Turvehoidot ja kehon lihasten avaamiseen ja rentouttamiseen keskittyneet hoidot ovat perinteisiä suomalaisia hoitomuotoja, joita käytetään tänäkin päivänä. (MEK 2014.)

Yhteiskunnassa trendiksi noussut vastuullisuus, näkyy myös matkailijan valinnoissa. Mitä ympäristöystävällisempi ja ekologisempi matka on, sitä parempi. Ympäristöhuomioiminen matkailutuotteen luomisessa on tärkeää asiakkaalle ja sillä tavalla saadaan asiakkaita kiinnostumaan yrityksen tarjonnasta. Luomu- ja reilun kaupan tuotteiden nouseminen ihmisten tietoisuuteen lisää samalla tietoisuutta hyvinvointimatkailusta, koska ihmiset haluavat syödä entistä puhtaammin tuotettua ruokaa. (MEK 2014.) Esimerkkejä Suomessa ympäristöystävällisistä matkailu- ja majoituspalveluiden yrityksistä;

Scandic-hotelliketju on joutsenmerkitty hotelli, missä ympäristöystävällisyys on osa bisnesstrategiaa (Scandic 2014). Pyhä-Luoston tunturikeskuksessa panostetaan myös ympäristöön ja sen vähäiseen kulutukseen. Näillä teoilla pyritään löytämään ekologisia tapoja tuottaa energiaa ja lämpöä sekä suositaan paikallisia tuotteita mahdollistaen työllistyminen paikkakunnalla. (Pyhä-Luosto 2014.)

Vastuullisuus-trendi näkyy matkailussa muun muassa slow travelina eli hitaana matkailuna. Ihmiset haluavat matkustaa paikasta A paikkaan B mahdollisimman hitaasti ja nauttia samalla itse matkan tekemisestä. Kohteessa nautitaan paikallisesta ruoasta ja suositaan pyörä- tai kävelyretkiä lähiympäristöön ja slow travelilla etsitään autenttisia matkailukokemuksia sekä elämyksiä. (Puhakka 2011, 15.) Yhden pitkän loman sijasta ihminen haluaa kokea monta pienempää lomaa. Lyhyillä lomilla ihmiset pyrkivät lataamaan henkisiä ja fyysisiä varojaan joko rentoutumalla tai osallistumalla erilaisiin aktiviteetteihin, mitkä edesauttavat ihmistä jaksamaan arkipäivässä. (Yeoman 2008, 36.)

Hyvinvointimatkailu on näkyvissä Suomessa jopa lentokentillä, joiden tavoitteena on tehdä paikkoja, joissa voi kiireellisen matkan keskellä rentoutua. Lounge- alueita on ollut olemassa jo vuosia, mutta rentoa tunnelmaa pyritään laajentamaan. Helsinki-Vantaan lentokentällä on muun muassa menossa Travellab- projekti, joka tarjoaa turvatarkastuksen jälkeen mahdollisuuden joogaan ja pilatekseen ennen lennon lähtöä. Sama projekti tarjoaa matkustajille suomalaistyyppisen taustan, jossa voi ottaa selfieitä ja jakaa niitä sosiaalisessa mediassa jakaen samalla Suomen tunnettavuutta. (Young 2014.)

Trendejä voidaan havaita koko ajan lisää, mutta tulevaisuuden trendejä voidaan myös ennustaa. Tekesin (2014) mukaan matkailun tulevaisuuden trendejä Suomessa voisivat olla vuonna 2040 eli 26 vuoden päästä esimerkiksi terveysturistien lisääntyminen, avaruusmatkailu sekä itse matkanteon merkitys matkustamisessa.

Tekes on tehnyt vision vuodesta 2040, jolloin terveysturistit ovat vallanneet Pohjoisen. Vuonna 2040 matkailu Lapissa on noussut suureen kasvuun ja

tunturit ovat täynnä turisteja, jotka ovat tulleet ympäri maailmaa. Erilaiset antiaging- tuotteet ja palvelut tekevät kauppansa, koska ihmisten elinikä pitenee ja sitä kautta he haluavat pysyä hyvinvoivana pidempään. Lappi tarjoaa suurimmista metropoleista saapuville ihmisille rauhallisuutta ja hiljaisuutta. (Tekes 2014.) Lappiin saapuvat matkailijat ovat edelläkävijöitä, koska Lapin alkuperäinen ja aito kulttuuri sekä luonto vetoavat vastuulliseen matkailijaan. Vastuullinen matkailija pyrkii edistämään ihmisen kuin ympäristön hyvinvointia. Lappiin tulleita turisteja pyritään opastamaan elämyksiin ja mahdollisuuksiin oppia uutta esimerkiksi poimimaan marjoja, liikkumaan luonnossa oikeiden varusteiden kanssa sekä keittämään pannukahvia nuotion äärellä uintireissun jälkeen. Nämä asiat kuuluvat elämyksiin joita voidaan myydä tulevaisuuden matkailijalle. (Kauppinen 2013.) Vuoden 2040 visiota rakennetaan jo tämän päivän matkailualan valinnoilla ja päätöksenteoilla.

Hyvinvointimatkailun tulevaisuutta muutaman kymmenen vuoden kuluttua voi hyvinkin olla avaruusmatkailu. Avaruusmatkailu on tehty helpoksi ja kaikille saatavaksi, pienet lomat tai pidennetyt lomat Marsissa on arkipäivää turisteille. (Tekes 2014.) Avaruuteen viedään tällä hetkellä ensimmäisiä turisteja, mitä voitaisiin pitää heikkona signaalina tulevaisuuden trendille. Vuoteen 2040 mennessä on mahdollista että turistit ovat omaksuneet avaruuden planeetat loistaviksi matkakohteiksi.

Pelkkä matkustaminen on tänä päivänä trendi. Matkanteko lentokoneella, junalla, autolla, pyörällä tai laivalla on osa matkailun elämystä. Pitkillä matkoilla on mahdollisuus valita itselleen erilaista ajanvietettä virtuaalisesta poroajelusta erilaisiin oppimistilaisuuksiin. Matkustajilla on myös mahdollisuus osallistua tuottamaan sähköä kulkuvälineeseen, jonka avulla matka sujuu kohottomalla kuntoa sekä pienentämällä hiilijalanjälkeä. (Tekes 2014.) Matkustamisesta nauttiminen ja mielen rauhoittuminen on tärkeää sen kannalta, että matkasta saataisiin kaikki ilo irti.

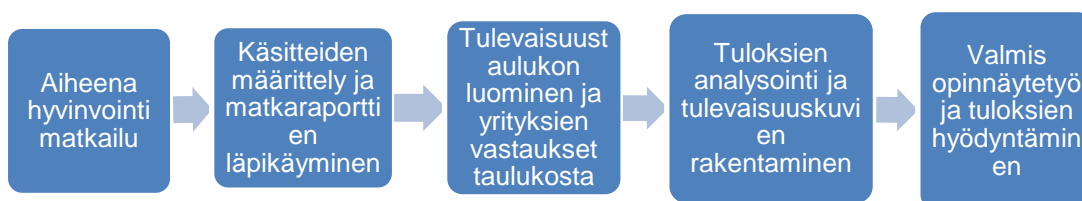
Matkailussa heikoilla signaaleilla on mahdollisuus kasvaa trendeiksi nopeasti, esimerkiksi sosiaalisen median vaikutus matkakohteen valinnassa nousi heikosta signaalista trendiksi lyhyessä ajassa. Tällä hetkellä nähtävänä heikkona signaalina on isompien hotelliketjujen keskittyminen hyvinvointimatkailijoi-

hin. Hotelliketju InterContinental on perustanut uusia hotelleja, jotka keskittyvät pelkästään ihmisen hyvinvointiin. Hotelliketjun toiminta-ajatuksena on “syö hyvin, lepää rauhassa, pysy aktiivisena ja saavuta enemmän”. Hotellit tarjoavat terveellisiä ruokavaihtoehtoja, fitness kokemuksia ja paikkoja rauhoittumiselle, jotta ihminen voi kokea olonsa hyväksi ja latautuneeksi vielä matkan jälkeen. Nämä hotellit edistävät ihmisen hyvinvointia ja sopivat hyvin vastuulliselle matkailijalle kohteeksi. (Trendwatching.com 2014.)

Heikkoja signaalien havainnointi Euroopan hyvinvointimatkailussa voi olla vaikeaa. Havainnointi voi olla haastavaa varsinkin, jos heikolla signaalilla on pidempiaikainen vaikutus tulevaisuuteen. Heikot signaalit ovat vain hetkellisiä ja sen vuoksi niiden tallentaminen on entistä haastavampaa. Hankkeen benchmarking- matkoilla pyrittiin havaitsemaan matkailuun liittyviä heikkoja signaaleja, mikä osoittautuikin haastavaksi. Hyviä matkailun heikkoja signaaleja olivat esimerkiksi luonnon materiaalien käyttäminen luontopolkujen jäteastioissa sekä juomapisteissä, jotka sopivat vastuullisen matkailun trendiin. Majoituspalvelut voivat lisätä luksusmatkan tunnetta panostamalla pieniin yksityiskohtiin kuten esimerkiksi pyyhkeiden asetteluun sängyllä, joka on vielä tällä hetkellä heikon signaalin asteella.

5 TULEVAISUUSKUVIEN RAKENTAMINEN

Tulevaisuudentutkimus prosessi edistyi erilaisten materiaalien käsittelyllä, käsitteiden selventämisellä ja valmiina olevan aineiston analysoinnilla. Kuviossa 6 on esitelty prosessin edistymisen vaiheet. Valmiina ollut benchmarking- aineisto oli kirjallisessa muodossa, mikä helpotti aineiston käsittelyä. Käsitelähtöisessä sisällönanalyysissä jätettiin matkojen ja paikkojen kuvaukset vähemmälle huomiolle, koska niiden merkitys opinnäytetyölle ei ole yhtä suuri kuin matkoilla tehtyjen havaintojen. Benchmarking- aineistossa tuli esille kriittisyys aineistoa kohtaan. Kriittisyys heräsi sen suhteen, ovatko matkoilla havaitut trendit ja heikot signaalit riittäviä määrittämään kattavasti, mitkä ovat Euroopassa vallitsevia hyvinvointimatkailun trendejä ja heikkoja signaaleja. Matkoilla havaitut trendit ja heikot signaalit perustuvat vain yksilöiden havaintoihin, jotka voivat olla hyvinkin subjektiivisia omasta viitekehystä tehtyjä havaintoja. Onnistuimme analysoimaan havaittuja trendejä ja heikkoja signaaleja sekä rakentamaan sellaiset tulevaisuuskuvat, jotka ovat hyödynnettävissä Lapin matkailussa. Osa tulevaisuuskuvista voi olla mahdollisia vasta vuosien päästä, mutta niillä on silti mahdollisuus toteutua.



Kuvio 6. Opinnäytetyöprosessin kuvaus

5.1 Benchmarking- matkat

Benchmarking on prosessi, jolla arvioidaan kohteen tuotteita, palveluita sekä verrataan työtä jonkin muun kohteen toimintatapoihin. Benchmarking-matkat koostuvat matkan suunnittelusta, tietojen keräämisestä, analysoinnista ja soveltamisesta omaan lähtöpaikkaan sekä prosessin arvioinnista. (Wöber 2002, 8.) Opinnäytetyössä käytettiin benchmarking- aineistoa, jossa on havaittu Euroopassa nähtäviä heikkoja signaaleja ja trendejä sekä pohdittu miten ne voisivat toimia hyvinvointimatkailussa Lapissa.

Benchmarking- aineistoa voidaan soveltaa laadullisessa tutkimuksessa. Laadullisessa tutkimuksessa aineisto voidaan kerätä monella eri tavalla. Laadulliseen tutkimuksen aineistoksi soveltuvat ihmisen puhe, esineet sekä kuva- ja tekstiaineistot esimerkiksi päiväkirjat, kirjeet, kuvanauhoitteet ja sanomalehdet. (Vilka 2005, 100–101.) Tässä opinnäytetyössä aineistona käytettiin benchmarking- matkoja, jotka olivat jo valmiiksi kirjallisessa muodossa. Laadullisen tutkimusaineiston tavoitteena ei ole totuuden löytäminen tutkittavasta asiasta, vaan tutkimuksen aikana muodostuneiden tulkintojen avulla voidaan näyttää, miten benchmarking- aineisto on ymmärretty. Tässä opinnäytetyössä benchmarking- matkojen matkaraporttien ymmärtämisen ja analysoinnin selkeyttämiseksi ollaan käytettyä kahta apukysymystä:

1. Mitkä havaituista trendeistä ja heikoista signaaleista olisivat sovellettavissa Lapin hyvinvointimatkailun vetovoimatekijöiksi?
2. Mitkä havaituista trendeistä ja heikoista signaaleista tulivat useasti esille matkaraporteista?

Benchmarking- aineistoa käytettiin opinnäytetyössä, jotta saadaan tulevaisuustaulukolle sisältö. Tulevaisuustaulukon rakentamista varten voidaan käyttää eri asiantuntijoiden, julkaisujen sekä tutkimusten tietoa, jonka kautta saadaan erilaisia ideoita ja ajatuksia. (Seppälä 2013, 137–139.) Benchmarking- aineisto sisälsi Hyvinvointimatkailu-hankkeessa tehtyjen matkojen raportit. Matkat tehtiin Itävaltaan, Unkariin, Ruotsiin, Italiaan, Ranskaan ja Englantiin. Benchmarking- matkaraportteja kertyi kuudelta eri matkalta 31 erillistä raporttia yhteensä 151 sivua, joissa on käytetty erilaisia teemoja. Teemat on päätetty jo Hyvinvointimatkailu-hankkeen alussa ohjausryhmän kokouksessa, jossa osatoteuttajat ovat esittäneet toiveita mahdollisista teemoista ja niitä on muokattu tiedontarpeen mukaan. Matkoilla on ollut mukana Hyvinvointimatkailu-hankkeen yhteistyössä toimivien organisaatioiden työntekijöitä. Hyvinvointimatkailu-hankkeen benchmarking- aineistoa on ollut keräämässä ihmisiä eri aloilta, joten sillä voi olla vaikutusta luotettavuuteen. Havaitut trendit ja heikot signaalit on havaittu havainnoitsijan oman alan kautta, eikä yleismaailmallisesti. Hyvinvointimatkailu-hankkeen benchmarking- aineistosta tuli selville, että hyvinvointimatkailun trendien sekä heikkojen signaalien käsitteet eivät olleet kaikille matkoilla olijoille selvillä. Käsitteiden epäselvyys voi johtaa

siihen, että matkoilla olleet ovat kokeneet trendien ja heikkojen signaalien havainnoinnin vaikeaksi ja havainnointi on voinut jäädä puutteelliseksi. Käsitteiden epäselvyys voi johtaa siihen, että opinnäytetyön kirjoittajat eivät ymmärtäneet aineistoa oikein.

5.1.1 Trendien ja heikkojen signaalien analysointi

Matkaraporttien analysoinnissa käytettiin käsitelähtöistä sisällönanalyysiä. Tässä opinnäytetyössä sisällönanalyysiä ohjaa benchmarking-aineistosta saadut matkojen teemat. Käsitelähtöisessä sisällönanalyysissä on ensimmäisenä hyvä rakentaa analyysirunko, mikä voi olla myös väljä. Rungon sisälle muodostetaan eri kategorioita, joiden avulla saadaan kerättyä tutkimukselle tärkeät asiat talteen. Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan pitää samalla yksittäisenä metodina ja tutkimuksen teoreettisena kehityksenä. Sisällönanalyysi tarkoituksena oli saada aineistosta tiivis ja selkeä paketti kadottamatta benchmarking- aineiston sisältämää tärkeää informaatiota. (Tuomi–Sarajärvi 2011, 103, 113). Benchmarking- aineistosta kerättiin tulevaisuustaulukolle tärkeät asiat eli trendit ja heikot signaalit. Benchmarking- matkaraportit käytiin tarkasti yksitellen läpi ja kerättiin tiedot talteen erilliselle tiedostolle.

Tiedon keräyksen jälkeen käytettiin määrällistä sisällönanalyysiä laskemalla kuinka useasti samankaltainen trendi ja heikko signaali ilmenivät benchmarking- aineistossa. Määrällisen sisällönanalyysin kautta nähdään mitkä heikot signaalit ja trendit olivat tärkeitä ja tuli ottaa erityisesti huomioon tulevaisuustaulukon sisällössä. Teemat toimivat tulevaisuustaulukon muuttujina ja useimmiten ilmenevät trendit ja heikot signaalit nimettiin taulukkoon muuttujille arvoiksi.

Taulukossa 2 tulee esille kuinka benchmarking- matkoilla havaitut trendit on ryhmitelty omien teemojensa alle. Tässä tuotiin esille havainnot hyvin yksinkertaisessa muodossa, jotta niiden sisältö oli helpompi ymmärtää ja muokata tulevaisuustaulukolle sopivaksi.

Taulukko 2. Benchmarking-aineistossa havaitut trendit

Slow food	Liikuntakohteen palvelut & verkostot	Tapahtumat
Vastuullisuus	Alue organisaatiot	Yhteistyökumppanit
Luomu,reilukauppa, joutsenmerkki	Tuotepaketit	Esteettömyys
Kielitaito	Luontoon pohjautuva matkailu	Ruokaturvallisuus
Paikalliset ruoat	Ekomatkailu	Saavutettavuus
Turvallisuus	Aktiviteetit -> ei enää rantalöhöily	Sosiaalisen median merkitys
Ruokakulttuuri	Keskiyönaurinko	Moniaistinen kokemus
Viihtyvyyys	Lumi	Historia, paikallisuus
Elämyksellisyys	Seniorimatkailijat	
Tarinointi	Yksilöllisyys (asiakaspalvelu)	
Lähihuoka	Turvallisuus	
Erityisruokavaliot	Elämykset	
Reitistöt	Green care	Pyöräily
Luonnonpuisto	Jokilaiva- risteily	Maastopyöräily
Turvallisuus	Vesi, maa, ilma	Pyöräilykypärä
Asiakaspalvelu	Kaupunkiloma	Ympärivuotinen
Kokonaisuus	Kylpylä/kuntoilu	Turvallisuus
	Palveluiden monipuolisuus	Omatoimista
	Kielitaito	Ekologinen
	Kestävä kehitys	Ekonominen
	Luonnon vaikutukset	Tuotepaketti
		Tuotteiden laatu
		Kuljetukset
		Revontulet
		Liikuntamuoto

Taulukossa 3 tulee ilmi kuinka Hyvinvointimatkailu-hankkeen matkoilla havaitut heikot signaalit on lajiteltu omien teemojensa alle. Yksinkertaisessa muodossa havaintojen muokkaaminen tulevaisuustaulukkoa varten on helpompaa, jotta niiden alkuperäinen sisältö säilyisi mahdollisimman samana.

Taulukko 3. Benchmarking-aineistossa havaitut heikot signaalit

Slow food	Liikuntakohteen palvelut & verkostot	Tapahtumat
Panimot	Ympärivuotisuus	Jääkiekon liittämisen sääntöihin
Maatilamatkailu	"Join us for dinner"- palvelu	Raaka-ruoka
Kylpylä/wellness- osasto	Liikuntarajoitteiset	
Maistiaiset/ilmaisnäytteet	Kunnossapito ja eläimet	
Laatukontrolli	Ruokailu, syöntipaikka	
Kausiruoan käyttö	Lentoreitti (venäjä-Lappi-venäjä)	
Viinejä eri marjoista	Kaupungin ja luonnon yhdistyminen	
Tunnelma yhdistettynä ruokaan		

Reitistöt	Green care	Pyöräily
Maatilamajoitus	Virkistyspuisto	Pyöräilykoulut
Lumettomuus	Juoksureitit	Opastetut pyöräretket
Polkupyöräilysafari	Kulttuuri + green care	Suomen luonnon karuus
Elämyksellisyys	Yrttien hyödyntäminen	Pyöräilykaupunki
Luonnon tuotteet	Terveysloma	Tarinallisuus
Tuotteistaminen	Esteettömyys	Yhteistyö (verkostoituminen)
Nähtävyydet	Kulttuurin ja luonnon vahvuudet	Historia
Luonnon karuus	Modernit humanistit	Kulttuurinen
Yksityiskohdat	Metsän antimet (naava, havutee)	Sosiaalinen
Kansallispuistot		sähköpolkupyörä
		Matkalaukkujen kuljetuspalvelu
		Mobiilisovellus- reitit
		Kansainvälisyys
		Esteettömyys

Määrällisessä sisällönanalysissä ilmeni, että jotkut trendit ja heikot signaalit menivät eri matkoilla eri kategorioihin eli yhdellä matkalla havaittu heikko signaali oli jo trendi toisella matkalla. Tämän vuoksi päätettiin, että trendejä ja heikkoja signaaleja käsitellään yhdessä eikä erikseen. Yhdistäminen oli tärkeää myös sen vuoksi, että tulevaisuustaulukkoon saatiin mahtumaan kaikki matkoilla havaitut trendit ja heikot signaalit. Heikot signaalit ja trendit muokattiin selkeään muotoon, jotta ne olisi mahdollisimman helppo ymmärtää tulevaisuustaulukossa. Tärkeintä oli, että niiden tarkoitus ei muuttunut millään tavalla ja sen vuoksi selkeyttäminen oli haastavaa. Yhdistämällä ja muokkaamalla pystyttiin yhdistämään Hyvinvointimatkailu-hankkeelle tärkeät matkaraporttien tuottamat sisällöt tulevaisuustaulukon arvoihin.

5.1.2 Tulokset

Benchmarking- aineistosta havaittuja trendejä ja heikkoja signaaleja sovelletaan hyvinvointimatkailun vetovoimatekijöiksi Lappiin. Euroopassa havaitut trendit ja heikot signaalit eivät välttämättä tule Lappiin asti, mutta voidaan ajatella, että joitakin havaittuja heikkoja signaaleja ja trendejä voitaisiin hyvin hyödyntää hyvinvointimatkailussa Lapissa. Euroopassa havaittujen trendien ja heikkojen signaalien kokeminen Lapissa, voisi kiinnostaa myös eurooppalaisia matkajia. Seuraavassa on esitetty benchmarking- matkojen teemojen mukaisesti jokaisen teeman vetovoimatekijät ja miten niitä voitaisiin hyödyntää hyvinvointimatkailussa Lapissa.

Italiaan suunnatulla benchmarking- matkalla keskityttiin slow foodin trendeihin ja heikkoihin signaaleihin. Luonnontuotteet ja paikallisuus nousivat selvästi esille Italiaan suunnatulla matkalla. Lapissa niitä voitaisiin hyödyntää hyvinvointimatkailun vetovoimatekijöinä seuraavanlaisesti: Kausituotteita voitaisiin hyödyntää Lapin ravintoloissa ja slow food voitaisiin yhdistää maatilamatkailuun ja sen seurauksena ruokakulttuurista kiinnostuneiden matkailijoiden määrä voisi kasvaa Lapissa.

Liikuntakohteiden palveluihin ja verkostoihin liittyviä trendejä ja heikkoja signaaleja tuotiin esille Ruotsiin kohdistetulla benchmarking- matkalla. Matkalla nousi esille aktiviteettien ympärivuotisuus. Lapin kohteista voitaisiin saada ympärivuotisia matkakohteita, joissa olisi riittävästi aktiviteetteja matkalaisille vuoden ajasta riippumatta esimerkiksi hyödyntämällä lumen ja luonnon antamia mahdollisuuksia monipuolisemmin. Matkalla nousi esille liikuntakohteiden saavutettavuus eli kohteisiin tulisi olla hyvät yhteydet sekä liikuntakohteissa olisi otettu huomioon esteettömyys liikuntakohteessa huomioon, mikä mahdollistaa liikuntarajoitteisen liikkumisen kohteessa. Matkalla liikuntakohteiden trendinä näkyi myös lähiruoka, jonka tietoisuus lisääntyy koko ajan. Lapissa voitaisiin hyödyntää tätä trendiä tarjoamalla lähiruokaa ravintoloissa, jota voitaisiin markkinoida näkyvästi sekä helpottaa lähiruokan saatavuutta esimerkiksi lisäämällä lähiruokamyymälöitä.

Unkariin tehdyllä benchmarking- matkalla havainnoitiin trendejä ja heikkoja signaaleja green careen liittyen. Green care trendejä ja heikkoja signaaleja voisi hyödyntää Lapissa eri tavoin esimerkiksi perustamalla kokemuksellisuutta ja elämyksellisyyttä tukevia virkistyspuistoja, joissa luontoa hyödynnetään hyvinvoinnin edistämiseen. Näin saataisiin myös lisää puistoja asutuskeskusten läheisyyteen. Matkaraporteissa tuli ilmi, että Lapissa on paljon materiaaleja ja ympäristöä, joita voitaisiin käyttää hyödyksi puistoissa, jotta ihminen lähtisi viettämään aikaa ulkoilmaan. Raporteissa tuli myös esille, että Lapissa olisi hyvät mahdollisuudet hyödyntää erilaisia luonnontuotteita kuten marjoja ja yrtejä, joita voitaisiin käyttää tavoitteellisesti osana hyvinvointimatkailua esimerkiksi marjanpoiminta retkenä tai osana ruokaa. Unkarissa tuotiin myös esille kestävä kehitys, jota voidaan hyödyntää Lapin alueen matkailussa esimerkiksi ottaen huomioon luonnonvarojen riittävyys. Luonto on suuri osa hyvinvointimatkailua Lapissa, joten mahdollisuus tarjota sen tuomia hyvinvointielementtejä tulee vaalia, jotta se on mahdollista myös monien vuosien päästä.

Tapahtumiin liittyviä trendejä ja heikkoja signaaleja havainnoitiin Englantiin tehdyllä benchmarking- matkalla seuraavasti. Lapissa järjestetään paljon tapahtumia, mutta monesti niiden markkinointi on jäänyt vähäiseksi. Nykypäivänä sosiaalisen median hyödyntäminen on suuri osa tapahtuman markkinointia, mutta pelkästään sen käyttäminen ei riitä. Tapahtumissa tulisi myös ottaa huomioon eri asiakasryhmät ja tehdä tapahtumat esteettömiksi esimerkiksi liikuntarajoitteisille asiakkaille. Lapin alueen tapahtumissa olisi hyvä tuoda paremmin esille paikallinen ruokakulttuuri ja sen tarjoamat mahdollisuudet, joiden myötä asiakkaat saadaan tyytyväisiksi ruokatarjontaan ja houkuteltua uusia asiakkaita.

Itävaltaan ja Italiaan tehdyllä benchmarking -matkalla havainnoitiin reitistöihin liittyviä trendejä ja heikkoja signaaleja. Lapissa olisi mahdollisuus lisätä nähtävyyksiä ja majoitusmahdollisuuksia reitistöjen varrelle, joiden avulla saadaan asiakkaille lisää kokemuksia reitistöjen varrelle. Lapin luonnonpuistojen ja kansallispuistojen reitit tulisi pitää kunnossa ympärivuoden, jotta voitaisiin vaikuttaa hiljaisempaan sesonkiin mahdollistamalla ympärivuotisuus. Vaikka reitistöjen varrella ei olisi asiakaspalvelua, tulisi silti kiinnittää huomiota kun-

nollisiin opasteisiin ja ohjeisiin turvallisuudesta. Matkalla havaittiin myös mahdollinen ongelma tulevaisuudessa ilmastonlämpenemisen myötä. Tulevaisuudessa voi olla siis mahdollista että talvisin ei saada Lappiin enää tarpeeksi lunta, jos ollenkaan. Tämä tarkoittaisi että lunta vaativia aktiviteetteja ei voisi järjestää. Jos näin tapahtuu, Lappia tulee markkinoida talviesonkina eri tavalla ja kehittää uusia tuotepaketteja esimerkiksi kaamospaketti, mikä houkuttelee matkailijaa kokemaan Lapin kaamoksen.

Pyöräilyyn liittyviä heikkoja signaaleja ja trendejä kartoitettiin Ranskaan suuntautuneella benchmarking- matkalla. Pyöräilyssä korostuu ekologisuus suhteessa muihin kulkuvälineisiin ja pyöräilyn vetovoimaisuutta Lapin matkailussa voidaan lisätä vielä kytkemällä siihen erilaisia tuotepaketteja. Tuotepaketit voivat sisältää reitistöjä, jotka esittelevät paikallista historiaa ja kulttuuria omatoimisille pyöräilijöille tai pyöräilypaketit voivat olla ohjattuja ja ryhmässä tapahtuvia safareita. Pyöräilyä voi markkinoida myös turvallisena liikuntamuotona ja mahdollisuutena tutustua paikallisiin nähtävyyksiin. Pyöräily ja erilaiset reitistöt ovat helposti yhdistettävissä toisiinsa, joten matkailuyrittäjien yhteistyö on tärkeää pyöräilyn edistämiseksi.

Benchmarking- aineistosta laskettiin määrällisesti myös kuinka useasti samankaltaiset trendit ja heikot signaalit havaittiin hankkeen matkoilla. Seuraavaksi esitellään useasti havaitut trendit ja heikot signaalit.

Turvallisuus ja esteettömyys, elämyksellisyys, luonto ja luonnontuotteet ovat havaittuja trendejä ja heikkoja signaaleja, jotka nousivat usein esille. Nämä trendit ja heikot signaalit mainittiin suurimmassa osassa matkaraporteissa benchmarking- matkasta riippumatta. Turvallisuus on varsinkin suomalaisille jo tuttu ja tärkeä asia matkailussa, toisin kuin esimerkiksi ranskalaisille. Ranskalaisten tietoisuus turvallisuudesta tai sen huomioiminen on todella vähäistä ja sen pystyi havaitsemaan Ranskaan tehdystä matkasta. Luontoa ja erilaisia luonnontuotteita tuotaisiin esille enemmän Lapissa, koska luonto on yksi suurimmista trendeistä. Luonnon tehokas hyödyntäminen ja sen maailmanlaajuinen markkinointi toisi enemmän matkailijoita Lappiin. Esimerkiksi sosiaalisen median avulla voitaisiin hyödyntää markkinointia ympäri maail-

maa. Näin miljoonat ulkomaalaiset näkisivät kuvia Suomen upeasta luonnosta.

Benchmarking- aineiston tuloksista on huomattavissa kuinka hyvinvointimatkailun trendejä voidaan yhdistää tällä hetkellä näkyviin matkailun trendeihin. Luksusmatkailun kasvussa havaitaan yksilöllisen palvelun lisääminen sekä pienten yksityiskohtien merkitys viihtyvyydessä. Hyvinvointi on edelleen kasvava trendi tällä hetkellä koko maailmassa ja se oli nähtävillä myös benchmarking- matkoilla. Nuoret matkailijat haluavat kokea matkoillaan hyvinvointia edistäviä aktiviteetteja yhdistäen niihin luksusloman tunnetta erilaisilla hemmotteluhoidoilla. Varsinkin turvallisuuteen ja esteettömyyteen oli benchmarking- matkoilla kiinnitetty huomiota ja se voi madaltaa varttuneemman matkailijaryhmän lähteä kokeilemaan uusia asioita helpommin ja vaivattomammin. Tämä tulee ottaa huomioon, koska seniorit ovat suuri asiakasryhmä. Matkoilla havaittuja trendejä ja heikkoja signaaleja voi siis yhdistää vuoden 2014 matkailun nouseviin trendeihin. (Amster 2013.)

5.2 Tulevaisuustaulukko

Tulevaisuustaulukko on skenaariomenetelmä, jonka on kehittänyt Yrjö Sepäjä. (Hiltunen 2012, 191.) Tulevaisuustaulukon avulla pakotetaan monia eri tulevaisuudennäkymiä esille esimerkiksi nykytila, toive-, uhka-, ja todennäköinen tulevaisuus. Periaatteena on laittaa pystyakselille sijoitetut toisistaan poikkeavat tekijät esimerkiksi ilmastonmuutos, taloudellinen tilanne tai kulttuurillinen ympäristö. (Hiltunen 2012, 191). Opinnäytetyössä hyödynnettiin skenaariomenetelmää, jonka avulla rakennettiin hyvinvointimatkailun tulevaisuudennäkymät Lapissa. Tulevaisuustaulukossa käytettiin pystyakselilla Hyvinvointimatkailu-hankkeen tekemien matkojen teemoja ja vaaka-akselilla erilaisia tulevaisuudenmuuttujia, jotka kerättiin benchmarking-aineistosta. Sisältö rakennettiin vain hankkeelle tärkeistä havannoista, eikä siihen liitetty muista aineistoista löydettyjä trendejä ja heikkoja signaaleja. Näin tulevaisuustaulukko kokoaa yhteen benchmarking- matkoilta saadun aineiston ja vastaa hankkeelle asetettuihin tavoitteisiin.

Tulevaisuudentutkimusprosessi alkoi aiheen rajaamisella, joka opinnäytetyössä on hyvinvointimatkailun tulevaisuudennäkymät Lapissa. Tulevaisuustaulukon rakentaminen lähti toimeksiannosta ja sen perusteella annetun ongelman tunnistamisesta. Taulukon rakentaminen aloitettiin taustatutkimuksella ja tiedon keräämisellä, jotka ovat hyödyllistä toivotulle tulokselle. Kun tietoa oli kerätty riittävän laajasti, aloitettiin taulukon täyttäminen. Tulevaisuustaulukko pakottaa tekijän ottamaan huomioon laajan sarjan erilaisia muuttujia ja tulevaisuuskuvia. Tulevaisuustaulukkoa rakentaessa tulee ajatella niiden riippuvuussuhteita toisiinsa. (Hiltunen 2012, 141.)

Hyvinvointimatkailu-hankkeen yksi tavoitteista on selvittää mitkä ovat hyvinvointimatkailun mahdollisuudet Lapissa ja tulevaisuudentutkimusmenetelmä on sopiva menetelmä saavuttaa tavoite. Tulevaisuustaulukon avulla saatiin Lapissa toimivilta matkailualan yrityksiltä tietoon heidän näkökulmia hyvinvointimatkailun mahdollisuuksista tulevaisuudessa, näiden mielipiteiden avulla rakennettiin lopulliset Lapin matkailun toivotut tulevaisuuskuvat. Kuviossa 4 näkyy valmis tulevaisuustaulukko, joka rakennettiin Hyvinvointimatkailu-hankkeen matkaraporttien trendien ja heikkojen signaalien analysoinnin jälkeen.

Taulukko 4. Tulevaisuustaulukko

Tulevaisuuden muuttu	Ekologisuus	Tarinallisuus	osallisuus/sosmedi	wellness	Elämyksellisyys
Pyöräily	Tulevaisuudessa Lapin kaupungit ovat pyöräilykaupunkeja ja niitä markkinoidaan korostaen ekologisuutta	Tarjotaan opastettuja pyöräilyretkiä, joihin on liitetty tarinallisuutta ja paikallisia nähtävyyksiä.	Verkostoituminen ohjelmopalvelujen ja pienten matkamuistoyrittäjien kanssa on vahvaa.	Pyöräilytuotteissa yhdistetään kehon ja mielen hyvinvointi.	Pyöräilyyn tuodaan tulevaisuudessa elämyksellisiä elementtejä mukaan mobiilisovellusten avulla sekä yhdistämällä siihen muitakin liikuntamuotoja, kuten melontaa
Slow food: Ruoka on valmistettu kiireettömästi ja ruoka nautitaan ajan kanssa.	Ruuan tuottamisesta tuleva hiilijalanjälki ja ympäristömerkit vaikuttavat ihmisen ostopäätöksen merkittävästi	Tarinallisuus on tärkeä osa ruokatuotteita. tarinat on mahdollistua kuulla lukea monilla eri kielillä.	Matkailija pystyy osallistumaan ruuan valmistukseen, majoitus ja syöminen ovat mahdollisia paikallisissa perheissä.	Ruuan hyvinvointia edistävät vaikutukset tunnetaan, lähiruuan tuottaminen on Lapissa arkipäivää.	Elämyksellisyyttä luodaan ruokakokemukseen erilaisilla sijainneilla esimerkiksi ruoka nautitaan tunturin laella.
Liikuntakohteen palvelut ja verkostot	Ekomatkailun kasvun myötä luonnon merkitys kaikissa palveluissa kasvaa. Luonto on mahdollista kokea myös keskellä kaupunkia.	Tarinallisuuden avulla luodaan ainutlaatuinen kokemus liikuntakohteen palveluissa.	Luodaan monipuolisia tuotteita ja palveluita liikuntarajoitteisille.	Yksilöllisen palvelun merkitys kasvaa, eri palveluntuottajien välinen yhteistyö parantaa asiakaspalvelua entisestään.	Elämyksellisyyttä lisätään ruokapaikan sijainnilla esimerkiksi hostperheissä ja Lapin elementeillä (lumi, keskijönaurinko)
Tapahtumat	Ekologisuus ja luonnon merkitys otetaan huomioon tapahtumaa järjestäessä	Tapahtumajärjestelyissä Lapin historiaa ja paikallisuutta tuodaan tarinallisuuden keinoin esille.	Yhteistyökumppaneiden ja sosiaalisen median vaikutus tapahtumaan.	Ruuan koko tuotantoprosessi (alkuperä, valmistustapa, kylmäketju, hygienia ym.) on hyvin hoidettu ja läpinäkyvä, turvallisuus sekä raakaruoan lisääntyminen vaikuttavat	Esteettömyyden avulla vaikutetaan positiiviseen elämyskokemukseen.
Reitistöt	Reittien varsilla on tarjolla monipuolisia luonnontuotteita.	Tarinallisuus esitetään eri muodoissa kuten videoina, musiikilla.	Kansainvälisten yhteistyökumppaneiden osallistuminen reitistöjen palveluihin.	Eriaisia reittejä hyödynnetään monipuolisesti hyvinvointimatkailutuotteissa.	Kiinnostus kansallis- ja luonnonpuistojen retkeilyreittejä kohtaan kasvaa, Lapin luonnon kauneus nähdään yhä merkittävämpänä hyvinvoinnin tuojana.
Green care: luontoon ja maaseutuympäristöön liittyvää toimintaa.	Puhtaan Lapin luonnon vaikutus matkailijan hyvinvointiin tunnetaan, yrtejärkasvejalmarjoja hyödynnetään hyvinvointimatkailutuotteissa.	Tarinallisuuden tuominen esiin historiallisessa maastossa.	Luonnon tuotteiden käyttäminen hyvinvoinnin lisäämiseksi esimerkiksi turvekylpy.	Hemmottelu ja kuntoilu yhdistetään lomamatkalla.	Green care aktiviteettien luoma elämyksellisyys.

Tulevaisuustaulukko testattiin ennen sen lähettämistä valittuihin yrityksiin. Testaus tapahtui Rovaniemen alueella pienemmissä matkailualan ja ravintola-alan yrityksissä. Näiltä yrityksiltä saatiin kehitysideoita siitä onko tulevaisuustaulukko helposti ymmärrettävä ja kommentteja, mitä vastaajilta voi odottaa. Testauksen mukaan tulevaisuustaulukko oli helposti ymmärrettävä, koska saate oli apuna ja selventämässä tehtävän tarkoitusta. Tulevaisuustaulukkoa muokattiin vielä hieman testauksen ja saatujen kommenttien jälkeen. Luotettavuus otettiin huomioon silloinkin, kun tulevaisuustaulukko lähetettiin sähköpostilla yrityksiin. Saatteen lopussa oli opinnäytetyön tekijöiden yhteystiedot siltä varalta, jos vastaajilla jäisi jokin asia epäselväksi.

Tulevaisuustaulukon valmistuttua se lähetettiin Lapissa toimiville matkailualan yrityksille sähköpostina saatekirjeellä varustettuna heinäkuun 8. päivä ja pyydettiin vastaamaan viimeistään 18. päivä heinäkuuta. Tulevaisuustaulukko lähetettiin 25 yritykselle, joiden mielipiteen kautta voidaan nähdä mahdollisia tulevaisuudennäkymiä Lapissa. Rovaniemellä käytiin myös paikan päällä haastattelemassa yrityksiä jotta saatiin enemmän vastauksia. Yrityksiä

pyydettiin merkitsemään tulevaisuustaulukkoon jokaisen teeman muuttujan arvo, mikä on yrityksen mielestä toivotuin tulevaisuus. Yritykset ovat ravitsemis-, majoitus- ja ohjelmapalvelualan yrityksiä, jotka valittiin satunnaisesti netistä. Yritykset toimivat Inarissa, Sodankylässä, Rovaniemellä, Kemijärvellä, Ylläksellä, Levillä, Ivalossa, Saariselällä, Luostolla ja Pyhällä. Yritysten mukana oli yksityisiä yrittäjiä ja ketjuja. Yritysten koko vaihtelee ja tarkoituksena olikin saada mielipiteitä erikokoisilta yrityksiltä, jotta saadaan erilaisia näkemyksiä. Tulevaisuustaulukko lähetettiin jokaiselle yritykselle henkilökohtaisesti yrityksen nimellä. Näin haluttiin ilmaista kuinka tärkeä juuri niiden mielipide on tälle opinnäytetyölle.

Yrityksiltä saatuja vastauksia saatiin sähköpostitse yhteensä neljä kappaletta ja haastattelujen kautta viisi vastausta. Tämä varmisti sen, että tulevaisuuskuvioiden rakentaminen ei jäisi liian hataraksi. Vastauksia saatiin kokonaisuudessaan sähköpostitse ja paikan päältä yhteensä yhdeksän kappaletta.

5.3 Tulevaisuustaulukon kautta tulevaisuuskuviin

Yritysten antamia vastauksia lähdettiin analysoimaan laskemalla, kuinka monta kertaa kukin muuttujan arvo tuli yritysten valitsemaksi. Vastauksia oli tietty määrä ja yritykset olivat vastanneet valitsemalla aina teemoittain yhden muuttujan arvon. Vastauksista etsittiin ne muuttujien arvot, joita eri yritykset olivat valinneet eniten, koska tulevaisuuskuviot määräytyivät sen mukaan. Eniten valituksi tulleita muuttujien arvoja voidaan pitää kaikista toivotuimpana tulevaisuutena. Aineiston analysoinnin kannalta tärkeintä oli tulevaisuuskuvioiden rakentaminen.

Saatteessa pyysimme yrityksiä vastaamaan yritysten näkökulmasta eikä vastaajan henkilökohtaisesta näkökulmasta. Saatteessa ei rajattu sitä, pitääkö vastaajan olla korkeassa asemassa oleva henkilö, vaan tieto on luotettavaa myös työntekijän vastatessa. Yritykset valitsivat muuttujan arvon, joka sopii parhaiten heidän liikeideaan. Tulevaisuustaulukko lähetettiin yrityksille sähköpostitse sen sijaan, että lähdettiin kiertämään alan yrityksiä. Tämän asian suhteen otettiin tietoinen riski, koska Lapin alueella välimatkat ovat pitkiä. Sähköpostin lähettämisen kautta tulevat ongelmat otettiin myös huomioon.

Vähäinen vastausten määrä sekä saatteen epäselvyys, mitkä voisivat vaikuttaa tehtävänannon väärin ymmärtämiseen. Monet yritykset ovat tähän aikaan kesälomalla, joten ongelma huomioitiin lähettämällä tulevaisuustaulukko suuremmalle määrälle. Ongelmana tuli vastaan myös, että yritysten mielenkiinto asiaa kohtaan voi olla alhainen. Tähän yritettiin vaikuttaa lähettämällä sähköposti yksittäin jokaiselle yritykselle kiinnittämällä niiden huomio. Monella yrityksellä on myös sähköpostissaan asetus, joka ohjaa tietyn selaimen sähköpostiosoitteen suoraan roskapostiin. Tämä oli ongelma johon ei voitu vaikuttaa. Yrityksien yhteystietoja hakiessa yrityksen kotisivuilta, olisimme saaneet puhelinnumeron mihin olisimme voineet soittaa ennen tulevaisuustaulukon lähettämistä.

Tulevaisuuskuvat muodostuvat toiveista, uskomuksista sekä käsityksistä, jotka nojaavat menneisyyden ja nykyhetken tietoihin ja havaintoihin. Tulevaisuuskuvan ajatellaan muodostuvan todellisuuden ja mielikuvituksen aineksista. Tulevaisuuskuva vaikuttaa ihmisen tekemiin valintoihin sekä tietoisella, että tiedottomalla tasolla. (Ollila 2008, 26.) Tulevaisuuskuvien rakentaminen lähtee käymällä läpi tulevaisuustaulukon sektorit ja ruuduissa olevat vaihtoehdot valitaan sen mukaan mikä vastaa rakennettavan tulevaisuuskuvan mielikuvaa. Tulevaisuuskuvien pitää olla sisällöllisesti johdonmukaisia. (Seppälä 2013, 142.) Tulevaisuudenkuvat saadaan lisäämällä eri muuttujat yhteen, jonka kautta tulevaisuudenkuvat ovat sisällöllisesti erilaisia. (Talvela–Stenman 2012, 51.) Tulevaisuuskuvat on rakennettu Lapissa toimivien yritysten valitsemista hyvinvointimatkailun toivotuista tulevaisuuksista Lapin alueella.

Tulevaisuuskuvat saadaan valitsemalla kultakin riviltä yksi muuttujan arvo. Opinnäytetyön tulevaisuuskuvien kannalta oli tärkeää saada mahdollisimman laajoja kuvia ja sen saavuttamiseksi oli tärkeää, että yritykset valitsisivat eri arvoja. Valituista kohdista saadaan rakennettua haluttu määrä tulevaisuudennäkymiä. (Talvela–Stenman 2012, 50.) Tulevaisuustaulukon avulla voidaan kuvata mikä tahansa monimutkaisesti etenevä tulevaisuuspolku, jossa on eri ajankohtia kuvaavia tulevaisuustauluja (Seppälä 2013, 137–139).

Tulevaisuuskuvat ovat rakennettu seuraavasti: eniten valitut arvot (musta), toiseksi eniten valitut arvot (punainen), kolmanneksi eniten valitut (violetti) ja neljänneksi eniten valitut (oranssi). Tulevaisuuskuvia rakentaessa ei ole otettu huomioon saman alan yritysten valintoja, koska vastauksia saatiin vähän.

Taulukko 5. Tulevaisuuskuvioiden rakentaminen yritysten vastauksista

Tulevaisuuden muuttaja	Ekologisuus	Tarinallisuus	osallisuus/sosmedia	wellness	Elämyksellisyys
Pyöräily	Tulevaisuudessa Lapin kaupungit ovat pyöräilykaupunkeja ja niitä markkoidaan korostaen ekologisuutta.	Tarjotaan opastettuja pyöräilyretkiä, joihin on liitetty tarinallisuutta ja paikallisia nähtävyyksiä.	Verkostoituminen ohjelmajärjestäjien ja pienten matkamuistoyrittäjien kanssa on vahvaa.	Pyöräilytuotteissa yhdistetään kehon ja mielen hyvinvointi.	Pyöräilyyn tuodaan tulevaisuudessa elämyksellisiä elementtejä mukaan mobiilisovellusten avulla sekä yhdistämällä siihen muitakin liikuntamuotoja, kuten melontaa.
Slow food: Ruoka on valmistettu kiireettömästi ja ruoka nautitaan ajan kanssa.	Ruuan tuottamisesta tuleva hiilijalanjälki ja ympäristömerkit vaikuttavat ihmisen ostopäätökseen merkittävästi.	Tarinallisuus on tärkeä osa ruokatuotteita. tarinat on mahdollista kuulla/lukea monilla eri kielillä.	Matkailija pystyy osallistumaan ruuan valmistukseen, majoitus ja syöminen ovat mahdollisia paikallisissa perheissä.	Ruuan hyvinvointia edistävät vaikutukset tunnetaan, lähiruuan tuottaminen on Lapissa arkipäivää.	Elämyksellisyttä luodaan ruokakokemuksen erilaisilla sijainneilla, esimerkiksi ruoka nautitaan tunturin laella.
Liikuntakohteen palvelut ja verkostot	Ekomatkailun kasvun myötä luonnon merkitys kaikissa palveluissa kasvaa. Luonto on mahdollista kokea myös keskellä kaupunkia.	Tarinallisuuden avulla luodaan ainutlaatuinen kokemus liikuntakohteen palveluissa.	Luodaan monipuolisia tuotteita ja palveluita liikuntarajotteisille.	Yksilöllisen palvelun merkitys kasvaa, eri palveluntuottajien välinen yhteistyö parantaa asiakaspalvelua entisestään.	Elämyksellisyttä lisätään ruokapaikan sijainnilla esimerkiksi hostperheissä ja Lapin elementeillä (lumi, keskityönäurinko).
Tapahtumat	Ekologisuus ja luonnon merkitys otetaan huomioon tapahtumaa järjestäessä.	Tapahtumajärjestelyissä Lapin historiaa ja paikallisuutta tuodaan tarinallisuuden keinoin esille.	Yhteistyökumppaneilla ja sosiaalisella medialla on vaikutus tapahtumaan.	Ruuan koko tuotantoprosessi (alkuperä, valmistustapa, kylmäketju, hygienia ym.) on hyvin hoidettu ja läpinäkyvä, turvallisuus sekä raakaruuan lisääntyminen vaikuttavat hyvinvointimatkailuun.	Esteettömyyden avulla vaikutetaan positiiviseen elämyskokemukseen.
Reitistöt	Reittien varsilla on tarjolla monipuolisia luonnontuotteita.	Tarinallisuus esitetään eri muodoissa kuten videoina, musiikilla.	Kansainvälisten yhteistyökumppaneiden osallistuminen reitistöjen palveluihin.	Eriaisia reittejä hyödynnetään monipuolisesti hyvinvointimatkailutuotteissa.	Kiinnostus kansallis- ja luonnonpuistojen reitileittejä kohtaan kasvaa. Lapin luonnon kauneus nähdään yhä merkittävänä hyvinvoinnin tuojana.
Green care: luontoon ja maaseutuympäristöön liittyvää toimintaa.	Puhtaan Lapin luonnon vaikutus matkailijan hyvinvointiin tunnetaan, yrttejä/kasveja/marjoja hyödynnetään hyvinvointimatkailutuotteissa.	Tarinallisuuden tuodaan esille historiallisessa maastossa.	Luonnon tuotteiden käyttäminen hyvinvoinnin lisäämiseksi esimerkiksi turvekylpy.	Hemmottelu ja kuntoilu yhdistetään lomamatkalla.	Green care aktiviteettien luoma elämyksellisyys.

Tulevaisuuskuvat esitellään luvussa 5.4 ja ne rakennettiin seuraavista muuttajien arvoista:

Pyörällä nauttien kehon ja mielen hyvinvoinnista- tulevaisuuskuva on rakennettu näistä muuttajien arvoista: pyöräilyssä yhdistetään kehon ja mielen hyvinvointi, elämyksellisyttä luodaan ruokapaikan sijainnilla, ekologisuus otetaan huomioon palveluissa ja verkostoissa, tapahtuman järjestämisessä yhteistyökumppaneilla sekä sosiaalisella medialla on suuri vaikutus, erilaisia reitistöjä hyödynnetään hyvinvointimatkailussa ja hyvinvointimatkailussa yhdistetään hemmottelu sekä kuntoilu.

Historia ja paikallisuus luovat hyvinvointimatkailijan loman- tulevaisuuskuva rakennettiin muuttajien arvoista, jotka olivat seuraavanlaisia: Lapin kaupungit ovat pyöräilykaupunkeja, joissa ekologisuus on huomioitu, tarinallisuus ja

historia tuodaan tapahtumissa esille, kansallispuistojen ja luonnonpuistojen kauneus näkyy reitistöjen varrella, kasveja sekä marjoja hyödynnetään hyvinvointimatkailussa sekä matkailija pystyy osallistumaan ruoan valmistuksen esimerkiksi osallistumalla host- perheillalliselle.

Kansainvälisyys ja elämyksellisyys luovat hyvinvointimatkan- tulevaisuuskuva sisältää nämä muuttujien arvot: tarjolla on opastettuja pyöräretkiä, joihin on liitetty tarinallisuus ja paikalliset nähtävyydet, hyvinvointia edistävät ruoan vaikutukset ovat tunnettuja ympäri Lappia, elämyksen luominen liikuntakohteiden palveluissa ja verkostoissa on tärkeää, tapahtumissa otetaan huomioon ekologisuus ja luonnon merkitys, reitistöissä on mukana kansainvälisiä yhteistyökumppaneita, tarinallisuutta tuodaan esille historiallisessa maastossa.

Ekologisuus ja moni aistilliset kokemukset hyvinvointimatkailun elementtejä - tulevaisuuskuva rakentui muuttujien arvoista, jotka ovat: pyöräilyssä elämyksellisyys tuodaan esille mobiilisovelluksien avulla ja yhdistämällä pyöräilyyn muitakin liikuntamuotoja, hiihtijalanjäljellä on merkitys ostopäätökseen, liikuntakohteen palveluissa ja verkostoissa luodaan monipuolisia palveluita liikuntarajoitteisille, reitistöissä tuodaan esille tarinallisuutta esimerkiksi musiikin ja videoiden avulla, tapahtumissa ruoan koko tuotantoprosessi on läpinäkyvä sekä turvallisuuteen kiinnitetään enemmän huomiota, luonnon tuotteita käytetään lisäämään hyvinvointia.

5.4 Tulevaisuuskuvat

Pyörällä nauttien kehon ja mielen hyvinvoinnista

Pyöräily ei ole enää vain fyysinen liikuntamuoto vaan paljon enemmän. Siihen liitetään mielen hyvinvointi ja sen tuoma kokonaisvaltainen hyvä olo. Hyvän olon luo fyysinen rasitus, tuulenvire, tuoksut ja äänet sekä ajatukset. Hemmottelun ja kuntoilun yhdistäminen on suuri osa hyvinvointimatkailua, mikä näkyy esimerkiksi kylpylöissä kuntoilu- ja hemmottelupalveluina saman katon alla. Pyörällä on helppo kulkea erilaisia reitistöjä pitkin ja kokea luonto keskellä kaupunkia. Kaupunkien keskellä sijaitsevat puistot tuovat mahdolli-

suuden nauttia luonnon rauhasta vilkkaan kaupungin yhteydessä, koska joskus on päästävä pois kaupungin hälinästä luonnon helmaan. Matkakohteen valitsemisessa otetaan huomioon sosiaalisen median esille tuomat arvioinnit ja kuvaukset erilaisista paikoista. Aterian nauttiminen matkalla on tärkeä osa matkan kokonaisuutta. Ateriaa ei syödä vain energian saannin takia, vaan se nautitaan ajan kanssa ja hyvässä seurassa sekä paikassa, joka tuo ruoan nauttimisen yhteydessä muitakin aistillisia elementtejä. Ateria voidaan nauttia tunturin laella katsellen maisemia, hengittäen raikasta ilmaa sekä olla kiirehtimättä mihinkään. Vaikka tunturin laelle menisi kävellen, se vaiva on lopputuloksen arvoista, koska perille päästessä pieni rakko jalassa unohtuu.

Historia ja paikallisuus luovat hyvinvointimatkailijan loman

Lapin historia vetää puoleensa matkailijoita ympäri maailmaa, koska hyvinvointimatkalla halutaan kokea paikallinen kulttuuri ja mistä se on peräisin. Historian kertominen ja näyttäminen luo tarinallisuutta, jota tämän ajan hyvinvointimatkailija hakee. Kulttuuria haetaan myös vieraillemalla paikallisissa perheissä, missä perinteet näkyvät suoraan. Matkailija voi osallistua yhdessä paikallisen perheen kanssa ruoanlaittoon, jossa voidaan näyttää ja opettaa miten Lapin ainutlaatuisia marjoja, yrttejä ja kasveja voidaan hyödyntää arkielämässä. Matkustaessa ympäri Lappia, törmää kansallis- ja luonnonpuistoihin keskellä karua luontoa. Urho Kekkosen kansallispuiston kauniisiin maisemiin voi törmätä suunnatessa Sodankylästä kohti Ivaloa. Pyöräilystä on tullut osa lappilaisten arkea ja kaupungit ovat suunniteltu pyöräilyystävällisiksi, koska on todettu pyöräilyn olevan ekologisesti parhain keino liikkua paikasta toiseen. Pyöräily kuluttaa kaloreita ja maantien pintaa, mutta ilmaa saastuttavia päästöjä ei tule. Tämän vuoksi Lapin kaupungeissa suositaan pyörällä liikkumista enemmän kuin omilla henkilöautoilla.

Kansainvälisyys ja elämyksellisyys luovat hyvinvointimatkan

Kansainvälisillä yhteistyökumppaneilla on suuri merkitys Lapin alueen matkailun kasvussa. Ruotsalainen matkailuyritys tarjoaa mahdollisuutta käydä Rovaniemellä opastetulla pyöräretkellä katsomassa nähtävyyksiä esimerkiksi Hiidenkirnuja. Lapin historiallinen menneisyys voidaan tarinan muodossa

luoda vielä elämyksellisempi siirtyminen historiaan. Lapissa järjestetään isoja tapahtumia, jotka ovat ekologisesti ystävällisiä, joissa käytetään apuna luonnon kauneutta sekä sen tuomaa hyvää oloa. Kullanhuhdonnan SM-kisat vetävät erikoisuudellaan ja ainutlaatuisuudellaan puoleensa luoden uniikin hyvinvointimatkan keskellä puhdasta luontoa ja vettä. Hyvinvointimatalla syödään terveellistä ruokaa, koska hyvinvointi tulee tuntua myös kehon sisällä. Lapissa tunnetaan ruoan tuomat vaikutukset hyvinvointiin, joka luo kokonaisvaltaisen kuvan hyvinvointimatkailusta Lapissa. Tämä on levinnyt myös ulkomaalaisten tietoisuuteen, joka nostaa Lapissa matkailua maailman kartalle.

Ekologisuus ja moniaistilliset kokemukset hyvinvointimatkailun elementtejä

Ruoan tuottamisesta tulevalla hiilijalanjäljellä on suuri merkitys ostopäätökseen. Hiilijalanjäljen tulee olla mahdollisimman pieni, jotta se ei kuormita ilmastoa, koska päätökset vaikuttavat tulevaisuuteen. Hiilijalanjäljen lisäksi ruoan koko tuotantoprosessi tulee olla läpinäkyvä ja turvallinen. Tähän kiinnitetään huomiota, jotta lähiruokaa ja luonnontuotteita käytetään arkisin sekä niiden hyödyntäminen hyvinvointimatkailussa on kannattavaa. Puhelimien sovelluksien avulla pyöräily on vieläkin helpompaa. Pyöräilyreiteistä on mobiilisovellus, joka helpottaa löytämään juuri sellaisen reitin kuin haluaa. Elektronikkaa käytetään apuna myös tarinallisuuden lisäämisessä reiteillä. Reittien yhteydessä on musiikkia ja videoita kertomassa tarinan muodossa alueen historiasta ja nähtävyyksistä. Yhdistetyt liikuntamuodot kuten esimerkiksi pyöräily ja melominen luovat enemmän kokemuksia. Hyvinvointimatkalla kokeillaan monipuolisia aktiviteetteja, jotka tuovat hyvää oloa matkan päätyttyäkin. Palveluissa on otettu huomioon esteettömyys, jotta on mahdollista tarjota palveluita myös liikuntarajoitteisille.

6 LUOTETTAVUUDEN TARKASTELUA

Laadullista tutkimusta tehdessä tutkimuksen toteuttamista ja luotettavuutta voidaan pitää samana tapahtumana. Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden kriteeri on itse tutkimuksen tekijä sekä hänen rehellisyytensä, koska tutkimuksen arvioinnin kohteena ovat tutkijan tekemät valinnat, teot sekä ratkaisut. Luotettavuutta tulisi arvioida siten jokaisen tehdyn valinnan kohdalla. (Vilkkä 2005, 158–159.) Opinnäytetyössä luotettavuuteen vaikuttaa kirjoittajien tutkimukseen tehdyt valinnat, kuten tulevaisuudentutkimus menetelmän käyttäminen, millä tavoin aineistoa on analysoitu ja miten tulevaisuuskuvat on rakennettu sekä johtopäätösten teko. Tutkimukseen vaikuttaa se, miten tehdyt valinnat pystytään perustelemaan.

Opinnäytetyössä pyrittiin selvittämään miksi ja miten tietyt valinnat on tehty sekä samalla selventää, onko tutkijoiden arvoilla ollut merkitystä tutkimuksessa tehtyihin valintoihin sekä tutkimuksen tuloksiin. Kirjoittajien ymmärrys hyvinvointimatkailusta on kasvanut työn ohella mikä vaikuttaa siihen, miten aihetta on käsitelty. Kuten aikaisemmin on mainittu, hyvinvointi tarkoittaa eri ihmisille eri asioita. Työn ohella on luotettavuuden kannalta tarkkailtu, että käsitys hyvinvoinnin käsitteestä on pysynyt kirjoittajien välillä samana.

Luotettavuutta tulee tarkastella myös puolueettomuus näkökulman kautta eli onko tutkijalla roolia tutkimuskohteessa. Tässä opinnäytetyössä puolueettomuus näkyy esimerkiksi siinä, että kirjoittajat eivät ole osallistuneet benchmarking-matkoille. Samalla tarkastellaan tutkijan yhteiskunnallista asemaa, sukupuolta, ikää, arvoja sekä uskomuksia, verraten niitä tutkimuksessa tehtyihin tulkintoihin. Vaikka tutkimuksen kuuluisi olla arvovapaata, saattaa silti tutkijan arvot vaikuttaa tutkimuksessa tehtyihin valintoihin. Jotta tutkimuksen saisi arvovapaaksi, tulee tutkijan tuoda tutkimuksessa selväksi ne arvot, mitkä ovat vaikuttaneet tutkimukseen. (Vilkkä 2005, 160). Laadullisessa tutkimusta tehtäessä on tärkeää, että tutkija ei sekoita omia asenteitaan, arvoituksia ja uskomuksiaan tutkimuskohteeseen. Tutkija pyrkii tulkintavaiheessa järjestämään ja ymmärtämään saatua aineistoa, jolloin teoria on aineiston tulkinnan, ajattelun ja lukemisen lähtökohtana. (Tilastokeskus 2014.) Perusteellisella sekä hyvin suunnitellulla laadullisella tutkimuksella voidaan kuitenkin

kin tavoittaa monipuolista tietoa ja lisätä sen kautta ymmärrystä ilmiöön liittyvistä asioista. (Saaranen-Kauppinen–Puusniekka 2006.)

Opinnäytetyössä käytettiin käsitelähtöistä sisällönanalyysiä, jota on kritisoitu, koska sen tuloksia pidetään keskeneräisinä. Sisällönanalyysillä saadaan järjestettyä kerätty aineisto sellaiseen muotoon, jotta siitä voidaan tehdä johtopäätöksiä. Vaikka aineisto ja analyysi sekä siitä saadut johtopäätökset ja niiden esittely ovat ne vain järjestetyn aineiston tuloksia. (Tuomi–Sarajärvi 2009, 103.) Tässä työssä sisällönanalyysiä käytettiin määrällisesti tulevaisuustaulukon rakentamisen apuna, tavoitteena ei ole aineiston syvälinen ymmärtäminen kuten laadullisessa sisällönanalyysissä yleensä on tavoitteena.

Luotettavuudessa on huomioitava, että kirjoittajat käyttivät kyseistä menetelmää ensimmäistä kertaa. Tulevaisuustaulukko ei ollut aikaisemmin tuttu, vaikka aiheeseen ja menetelmään perehdyttiin. Tämä ei kuitenkaan takaa sitä, että menetelmä olisi ollut hallinnassa täysin. Luotettavuutta lisää, että tulevaisuustaulukkoa oli rakentamassa kaksi henkilöä, mikä vaikuttaa laajemman näkökulman ja erilaisten mielipiteiden saamiseen tulevaisuustaulukon sisällöstä. Kahden kirjoittajan avulla on myös saatu rajattua turhaa sisältöä pois, jotta sisältö pysyisi tavoitteille olennaisena. Tulevaisuustaulukon analysoinnin luotettavuuteen vaikuttaa myös esimerkiksi se, että tulevaisuustaulukko voi olla kaksiulotteinen eli tulevaisuustaulukossa keskitytään vain kahteen tärkeään muuttujaan. (Hiltunen 2012, 191.) Luotettavuudessa on huomioitava myös, että tulevaisuustilojen merkintöjä on voitu supistaa tai määrittää uudestaan, minkä takia tarkoitus saattaa jäädä lukijalle epäselväksi (Seppälä 2013, 141).

Tulevaisuustaulukko on osa haastavaa skenaariomenetelmää ja olisi ollut myös mahdollista käyttää jotain muutakin menetelmää kuten esimerkiksi perinteistä kyselytutkimus- tai Delphi- menetelmää. Nämä menetelmät olisivat olleet tunnetumpia myös Lapin alueella toimivien yritysten keskuudessa, mutta kirjoittajat ottivat tietoisesti riskin valinnassaan. Tulevaisuustaulukon käyttöön päädyttiin toivoen, että sen avulla saataisiin uudenlainen lähestymistapa ja visio hyvinvointimatkailun tulevaisuudennäkymistä Lapissa.

7 POHDINTA

Opinnäytetyössä selvitettiin, miten Euroopan hyvinvointimatkailun trendejä ja heikkoja signaaleja voitaisiin hyödyntää Lapissa. Luonnon tärkeyden ja puhtauden korostaminen sekä yksilöllisen palvelun kokeminen havaittiin benchmarking-matkoilla tärkeäksi. Lapissa on mahdollisuudet tarjota kaikkia näitä edellä mainittuja osa-alueita ja niitä voitaisiin hyödyntää pienellä vaivannäöllä. Lapissa on näkyvillä sellaisia trendejä, mitkä eivät vielä ole muualla Euroopassa näkyvillä kuten esimerkiksi turvallisuus. Turvallisuus on asia, mikä on ollut trendinä jo kauan aikaa ja sitä Lappi on hyödyntänyt markkinoinnissakin. Joissakin Euroopan maissa se ei ole edes heikon signaalien asteella.

Opinnäytetyön aihetta rajattiin suppeammaksi kuin mitä aluksi oli tarkoitus, koska aikataulu osoittautui tiiviiksi. Kirjoittajat pyrkivät saamaan esille laajan, mutta silti selkeän ja hyvin ymmärrettävän selvityksen aiheelle tärkeistä käsitteistä, joita ovat hyvinvointimatkailu, trendit ja heikot signaalit. Käsitteet olivat erittäin laajoja ja niiden ymmärtäminen ja yhdistäminen oli välillä hankalaa. Käsitteiden ymmärtämisessä helpotti myös se, että kirjoittajat pystyivät selvittämään asioita toisilleen. Opinnäytetyön edetessä huomattiin, että oli tärkeää ymmärtää käsitteet samalla tavalla. Aluksi käsitteistä saatiin vain pinta-araapaisu, mutta työn edetessä käsitteiden sisältö laajeni ja selkeytyi tiedon lisääntyessä.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli analysoida Hyvinvointimatkailuhankkeen benchmarking-matkoilla havaitut trendit ja heikot signaalit sekä luoda tulevaisuustaulukko, jossa tuodaan benchmarking-aineistossa ilmenevät trendit ja heikot signaalit esille. Lisäksi tavoitteena oli luoda mahdolliset tulevaisuuskuvat tulevaisuustaulukosta, jotka oli rakennettu matkailualan yrittäjien vastauksista. Tavoitteena oli myös raportoida mahdolliset tulevaisuuskuvat hankkeen käyttöön selkeästi ja tiiviisti, koska niitä käytetään myös hankkeen kehittämissuunnitelmassa. Hyvinvointimatkailuhankkeen kehittämissuunnitelman tarkoituksena on olla populaari esitettävä muistuttava kuvitettu julkaisu, jossa asia on esitetty hyödyntäen kuvia ja taulukoita. Opinnäytetyö on vain yksi osa MTI:n Hyvinvointimatkailuhanketta, jonka tarkoituksena oli tukea hankkeen tuloksia.

Opinnäytetyön tietoperustassa tuotiin esille kuinka erilaisista hyvinvointimatkailun muodoista voidaan rakentaa erilaisia wellness- paketteja. Näiden pakkettien yhdistäminen siihen, mitä tulevaisuuskuviissa tuli ilmi, voisi toimia yritysten kehittämisstrategioissa. Wellness- paketteihin liikunnan ja hemmottelun yhdistäminen on tärkeää, mikä sisältyy hyvinvointimatkailu käsitteeseen. (Verhelä–Lackman 2003, 140). Tulevaisuuskuviissa tuli esille myös, kuinka liikuntaa ja hemmottelua voidaan yhdistää monella eri tavalla. Luonnossa liikkumisesta on tehty tärkeä osa suomalaisen hyvinvointimatkailun kuvaa ja siinä yhdistyykin luonnossa liikkuminen ja luonnontuotteiden hyödyntäminen. Se ei ole varmaa tulevatko nämä tulevaisuudenkuvat toteutumaan, mutta tulevaisuudenkuvat pyrittiin rakentamaan realistisiksi ja niissä on näkyvillä joitakin jo olemassa olevia trendejä. Vastanneet yritykset antoivat positiivista palautetta opinnäytetyön aiheesta. Muutaman yrityksen mielestä aihe on ajankohtainen ja tulevaisuustaulukon muuttujien arvojen sisältö oli realistinen.

Tulevaisuustaulukon lopulliseen versioon kirjoittajat olivat tyytyväisiä. Muuttujien erilaiset arvot sisälsivät paljon asiaa lyhyesti ja ytimekkäästi sekä lukijan tuli ymmärtää mitä ennusteella haetaan ja mitä sillä tarkoitetaan, tässä mielestämme onnistuimme. Tulevaisuuskuviien kriittisessä tarkastelussa tuli ottaa huomioon, että kirjoittajat eivät antaneet yrityksille suoria ohjeita, kuinka yritys voisi saavuttaa kyseisen tulevaisuuskuvan. Se on yrityksen oman strategisen kehittämisen päätettävissä haluavatko yritykset käyttää kehittämisessä opinnäytetyön tuloksia ja kuinka ne voitaisiin saavuttaa. Tämä luo tiettyä vaihtelua tulevaisuuskuviien käyttöön riippuen siitä, mitä polkua pitkin yritykset lähtevät kehittämään hyvinvointimatkailuaan.

Tuloksien saaminen oli tietysti hankalaa monesta syystä, kuten aiemmin tuli esille, mutta tulosten analysointi ja tulevaisuuskuviien rakentaminen osoittautui mielenkiintoiseksi. Opinnäytetyöstä tuli osa arkipäivää ja sen kautta läheinen. Tuloksien saaminen ja niiden läpikäyminen oli positiivinen kokemus, koska sen kautta saatiin tavoitteet täytettyä. Tulevaisuuskuviien rakentaminen saatujen mielipiteiden perusteella vaati kykyä analysoida ja yhdistellä loogisesti muuttujien erilaisia arvoja.

Tuloksia voidaan verrata Matkailun edistämiskeskuksen rakentamaan Suomi brändiin (2014). Suomi brändissä tuodaan esille perinteisten hoitomuotojen käyttö, mitkä näkyvät tutkimuksen tuloksissa - kuinka Euroopassa on tarjolla paljon erilaisia hoitoja ja valinnanvaraa kylpylöissä. Vaikka perinteiset hoidot eivät ole tullut Hyvinvointimatkailu-hankkeen matkoilla esille, ne voisivat Suomessa toimia valttina kylpylöille, joissa on tarjolla perinteisiä suomalaisia hoitomuotoja ja panostus näkyy luonnontuotteissa. Varsinkin saunan merkitys hoitomuotona kasvaa. Lisäksi slow travel tuli esille, joka on trendinä vahvasti esillä jo Euroopassa. Pyöräily paikasta toiseen on hyvä esimerkki slow matkustamisesta, koska silloin pystytään nauttimaan maisemista samalla liikkuen haluamaan paikkaan. Pyöräily näkyi myös tuloksissa, jossa yksi tulevaisuuskuva toi esille, kuinka pyöräily on kasvussa Lapin matkailussa sekä slow travel tuli myös esille slow food teemaisen hankkeen matkalla.

Hyvinvointimatkailulla on paljon mahdollisuuksia ja hyvät edellytykset kasvaa tulevaisuudessa Lapin alueen matkailun valttina. Valtioneuvoston tulevaisuusselonteoksessa (2014) on visioitu, että vuoteen 2030 mennessä napajäätiköt ovat sulaneet. Tämän seurauksena uusi merireitti on löydetty Pohjois-Suomesta Aasiaan, joka luo uuden logistiikan solmukohdan Lappiin. Uusi reitti työllistää majoitus- sekä ravintola- alan toimintaa sekä uuden reitin avulla on yhä helpompi löytää Lappiin muualta maailmasta. Vuonna 2030 Suomi on pohjoisen elämisen ja asumisen mallimaa, samalla tarjoten matkailijoille arktista luksusta. Lappi tarjoaa rauhallisuutta verrattuna etelän kasvaneisiin kaupunkeihin, upeaa luontoa Euroopan viimeisissä aarniometsissä. Tarjotaan kulttuurista, jossa yhdistyy moniaistillinen kokemus esimerkiksi poronhoidosta sekä korkealaatuinen ja uniikki palvelukokemus turisteille. Varsinkin, jos maailmassa kiireellisyys ja hektisyys jatkuvat, tarvitaan paikkoja joissa voi rentoutua, hypätä pois kiireestä ja pitää huolta hyvinvoinnista. On hyvä, että Lappia voidaan kehittää niin, että vuonna 2030 voidaan tarjota ainutlaatuisia ja elämyksellisiä paikkoja, minne ihminen pääsee rentoutumaan sekä edistämään omaa hyvinvointiaan.

Opinnäytetyön aikana saatujen tuloksien pohjalta voidaan tehdä seuraavallaisia jatkoehdotuksia Lapissa toimiville yrityksille:

Tulevaisuudessa yritysten toimintaa ja kannattavuutta ajatellen olisi hyvä huomioida palveluissa hyvinvointimatkailulle tärkeitä piirteitä esimerkiksi luontoon pohjautuvat monipuoliset aktiviteetit ja kulttuuritarjonta. Hyvinvointimatkailu kasvaa jatkuvasti ja sille on Lapin rauhallisuuden ja elementtien vuoksi hyvät mahdollisuudet ja edellytykset. Opinnäytetyön tuloksista voidaan huomata, että luonnontuotteiden ja ekologisuuden merkitys kasvaa ja Lapissa toimivien yritysten olisi suositeltavaa hyödyntää Lapin tarjoamia luonnontuotteita ja kehittää palveluita ekologisemmaksi. On tiedostettu, että luonnontuotteidenkin tarjonta on Lapissa rajallista, joten tämä tulee ottaa huomioon pitkällä tähtäimellä. Asiakkaille olisi hyvä tarjota mahdollisuus ostaa paikallisia tuotteita esimerkiksi ravintolan yhteydessä olevasta myymälästä.

Hyvinvointimatkailu käsitteessä ja tuloksissa tulee ilmi, että yksilöllinen palvelu on tärkeä osa matkaa. Lapissa suurin osa aktiviteeteista tapahtuu ryhmässä resurssien ja hinnan vuoksi, mutta se ei tarkoita sitä, että jokaista ryhmässä olevaa henkilöä ei voisi palvella yksilönä. Ryhmien koot määräävät sen kuinka monta ohjaajaa ryhmässä on ja tämä mahdollistaa yksilöllisen palvelun toteuttamisen. Yritys voi erottautua muista yrityksistä positiivisesti näkemällä vaivaa palvelun laadussa, minkä on todettu vaikuttavan suuresti kilpailuetuun.

Yksilöllisen palvelun lisäksi on tärkeää huomioida kokonaisuus. Hyvinvointimatkailu on mielen ja kehon hyvinvointia sekä tasapainoa. Yritykset voisivat kehittää palveluitaan, jotta ihmisillä olisi lomalla mahdollisuus kokea kokonaisvaltainen hyvinvointi. Lapissa elämyksellisyys ja tarinallisuus ovat nähtävillä jo Lapin hyvinvointimatkailussa, joiden kautta voidaan saada kokonaisvaltainen hyvinvointi. Esimerkiksi hotellit voisivat tarjota tuotepaketteja, joissa yhdistettäisiin samaan hintaan aktiviteetti, kuten safarit, laskettelu tai patikointi sekä hemmottelua vaikka kylpylähoitojen muodossa. Erikoisempien hoitomuotojen, kuten turvehoitojen tuominen kylpylöihin lisää luksusmatkailun tunnetta samalla tehden niistä elämyksellisempiä.

Opinnäytetyön ja Hyvinvointimatkailu-hankkeen tuloksien avulla yritykset voivat määritellä omia kehittämissuunnitelmia Euroopassa havaittujen trendien

ja heikkojen signaalien avulla. Yritykset voivat pohtia, mitkä niistä voisi sopia niiden liikeideaan ja hyödyntää niitä tulevaisuudessa. Euroopassa havaittujen heikkojen signaalien ja trendien avulla on hyvä lähteä pohtimaan miten yritystä voisi kehittää, jotta yritykset voivat tarjota parhaimmat ja kiinnostavimmat palvelut erilaisille hyvinvointimatkailijoille.

Opinnäytetyö on hyvä lopettaa siihen että kirjoittajat lähtevät nyt ansaitulle hyvinvointimatalle.

LÄHTEET

- Amster, R. 2013. Six Travel Trends to Watch in 2014 & Beyond. Osoitteessa <http://www.travelmarketreport.com/articles/Six-Travel-Trends-to-Watch-in-2014-Beyond>. 9.6.2014
- Björk, P.–Tuohino, A.–Konu, H. 2011a. Wellbeing tourism in Finland - a wide perspective. Suomen matkailututkimuksen seura. Matkailututkimus. 2. Numero 2011. 7.Vuosikerta.
- Björk, P.–Tuohino, A.–Konu, H. 2011b. Wellbeing tourism in Finland: Finland as a competitive wellbeing tourism destination. University of Eastern Finland. Osoitteessa http://www.uef.fi/documents/1145891/1362847/NW_Country_report_Finland.pdf/cce89de6-e556-4ba8-8c2df548dc7547aa. 24.6.2014
- Chen, J.S.–Prebensen, N.–Huan, T.C. 2008. Determining the motivation of wellness travelers. An international journal of tourism and hospitality research. Volume 19, number 1. Osoitteessa <http://ez.lapinamk.fi:2080/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=f2f5f3dc8224fa09c3715cd239489d5%40sessionmgr198&vid=1&hid=119>. 14.8.2014
- FinPro 2012. inFront 3/2012. Tulevaisuuden matkailun top 4. Osoitteessa http://issuu.com/otavamedia_asiakasviestinta/docs/finpro_infront_3_12. 21.7.2014
- Global Wellness Institute 2013. The global wellness tourism economy. Executive summary, October 2013. Osoitteessa http://www.globalspaandwellnesssummit.org/images/stories/pdf/wellness_tourism_economy_exec_sum_final_10022013.pdf. 17.7.2014
- Hentinen, L. 2002. Matkailurahoittajien koulutuspäivä. Wellness-käsite matkailussa. Osoitteessa http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2013/05/2003-Wellnes-esitys_syyskuu2002.pdf?dl. 14.8.2014
- Hiltunen, E. 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Liettua: BALTO print.
- Hjalager, A-M.–Konu, H.–Huijbens, E.H.–Björk, P.–Flagestad, A.–Nordin, S. –Tuohino, A. 2011. Innovating and re-branding Nordic wellbeing tourism. Final report from a joint NICE research project. Osoitteessa http://www.nordicinnovation.org/Global/_Publications/Reports/2011/2011_NordicWellbeingTourism_report.pdf. 29.6.2014
- Kaksonen, T.–Ojuva, J.–Ouallen, P. 2012. Minne menet matkailu? Näkökulmia matkailun ennakkointiin, osa I. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti.

- Kauppinen, T. 2013. Ennakoinnista kilpailukykyä Lapin matkailulle. Tulevaisuuden matkailija: vastuullinen, utelias, laatumietoinen. Osoitteessa <http://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=4731801e-6cb5-4717-9dd9-80e3441a3e7b>. 15.6.2014
- Konu, H.–Laukkanen, T. 2010. Health, wellness and tourism: healthy tourists, healthy business? Proceedings of the Travel and Tourism Research Association Europe 2010 Annual Conference 1-3 September, Budapest, Hungary. Predicting factors of tourists' interest towards wellbeing tourism holidays – A Finnish case. Osoitteessa <http://pc.parnu.ee/~htooman/Proceedingnyomdanak.pdf>. 22.6.2014
- Lapin korkeakoulukonserni 2014. Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. Osoitteessa <http://matkailu.luc.fi/Suomeksi/Instituutti>. 22.6.2014
- Liikenteen tutkimuskeskus 2014. Tutkimusmenetelmät. Tiedon analysointi. Osoitteessa <http://www.tut.fi/verne/tutkimusmenetelmat/tiedon-analysointi/> 16.6.2014
- Mannermaa, M. 2004. Heikoista signaaleista vahva tulevaisuus. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Matala, S.–Kelloniemi, E. 2013. Elämyksiä hyvinvointimatkailussa. TAMKin Hyvinvointimatkailun kehittämiskeskuksen toimintamalli toimijaverkoston yhteistyölle Pirkanmaalla. Tampereen ammattikorkeakoulu. Osoitteessa <http://julkaisut.tamk.fi/PDF-tiedostot-web/B/52-Elamyksia-hyvinvointimatkailusta.pdf>. 16.8.2014
- Matkailu.org 2014. Hyvinvointimatkailu. Osoitteessa <http://www.matkailu.org/tutkimukset/tietoa-teemoitain/hyvinvointimatkailu>. 23.5.2014
- Mattila, S.A. 2009. Hyvinvoinnin teorit. Osoitteessa http://www.terveyskirjasto.fi/kotisivut/tk.koti?p_artikkeli=ont00039 4.9.2014
- MEK 2014. Mekin asiakaslehti. Matkailusilmä. Suomesta Pohjois-Euroopan talviloman ykkönen. Osoitteessa <http://www.e-julkaisu.fi/matkailusilma/2014/02/>. 21.6.2014
- 2014. Suomalainen hyvinvointimatkailu Osoitteessa <http://www.mek.fi/tuoteteemat-ja-tyokalu/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/>. 23.5.2014

- 2014. Matkailu on kasvava toimiala. Matkailu kasvaa 5 prosentin vuosivauhtia. Osoitteessa <http://www.mek.fi/tama-onmek/matkailu-onkasvava-toimiala/>. 16.7.2014
 - 2012 Maailman matkailu kasvaa 5% vuodessa. Osoitteessa http://www.mek.fi/wpcontent/uploads/2014/01/oske_infograafi_0913_web.pdf?dl. 15.7.2014
 - 2009. Suomalaisen hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisillä markkinoilla 2009-2013.Osoitteessa file:///C:/Users/K%C3%A4ytt%C3%A4j%C3%A4/Downloads/2008-Hyvinvointimatkailun-kehitt%C3%A4misstrategia.pdf. 17.6.2014
 - 2006. Matkailuvuonna 2020- faktaa ja fiktiota. Osoitteessa [http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/B08FBA634A719A56C22571F5002FA3D7/\\$FILE/MEK2020_nettiin.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/B08FBA634A719A56C22571F5002FA3D7/$FILE/MEK2020_nettiin.pdf). 24.5.2014
 - 2005. Hyvinvointi- ja wellness-matkailun peruskartoitus. MEK A:144. Matkailun edistämiskeskus. Osoitteessa <http://www.mek.fi/studies/hyvinvointi-ja-wellness-matkailun-peruskartoitus/>. 23.5.2014
 - 2002. Wellnes-käsite matkailussa. Osoitteessa <http://www.mek.fi/studies/wellnes-kasite-matkailussa/>. 8.6.2014.
- Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. 2014. Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen edistäminen eurooppalaisena yhteistyönä. Osoitteessa <http://matkailu.luc.fi/Suomeksi/TKI-hankkeet/Hyvinvointimatkailu>. 26.5.2014
- Merisalo, R. 2012. Sokaisevat trendit: kirja nykyisyyden etsijöille ja tulevaisuuden rakentajille. Helsinki: Kauppakamari.
- Ollila, A. K. 2008. Kerrottu tulevaisuus. Alueet ja nuoret. Menestys ja marginaali. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Puhakka, R. 2011. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä. Lahden ammattikorkeakoulu, matkailu ala TULEVA-tulevaisuuden matkailija- projekti. Osoiteessa http://www.lamk.fi/tuleva/esittely/Documents/Tuleva_trendit_2030_FINAL.pdf. 16.6.2014
- Pyhä 2014. Pyhä-Luoston ympäristöpolitiikka. Osoitteessa http://www.pyha.fi/kesa/info/?file=content_exec&id=2246 20.6.2014
- Rannisto, A. 2012. Tutkimusraportti. Modernin humanistin matkassa – kohde ryhmän kvalitatiivinen analyysi. Finnish tourist board/Visit Finland. Osoitteessa <http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2013/04/2012-MoHu-kvalitatiivinen.pdf?dl>. 27.7.2014

- Renfors, L. 2013. Suomalainen hyvinvointimatkailu kansainvälisillä markkinoilla. Osoitteessa http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2013/05/VEN%C3%84J%C3%84_Hyvo-seminaari_GrandMarina_140513_Renfors.pdf. 16.7.2014
- Saaranen-Kauppinen, A– Puusniekka, A. 2006. KvaliMOT. Menetelmäopetuksen tietovaranto. Osoitteessa http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L1_2.html. 16.6.2014
- Seppälä, Y. 2013. Tulevaisuustaulukkomenetelmä - sovelluksena vanhusten hoitoon. Teoksessa Miten tutkimme tulevaisuuksia? Toim. Kuusi,– Bergman, T–Salminen, H. Sastamala: Vammalan kirjapaino.
- Scandic 2014. Ympäristö ja kestävä kehitys. Osoitteessa <http://www.scandichotels.fi/settings/Side-foot/About-us-Container-/Vastuullista-elamaa/>. 18.6.2014.
- Smith, M–Puczkó, L. 2009. Health and wellness tourism. Oxford: Butterworth-Heineman.
- Suontausta, H–Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu -hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima oy.
- Suvikumpu, L. 2014. Suomalaiset kylpylät. Helsinki: Llvonia Print.
- Taipale-Lehto, U. 2014. Vose- projektissa kehitetyn ennakointimallin kuvaus. Osoitteessa http://www.oph.fi/download/143985_vose-prosessin_kuvaus.pdf. 23.6.2014
- Taloustutkimus Oy 2014. Tuotteet ja palvelut. Tiedonkeruuratkaisut ja monitilaajatutkimukset. Kvalitatiivinen tutkimus. Osoitteessa http://www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tiedonkeruuratkaisut_ja_monitila/kvalitatiivinen_tutkimus/. 16.6.2014
- Talvela, J.–Stenman, K. 2012. Tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä. Ky menlaakson ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja A. nro 3. Osoitteessa http://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/47132/tutu_kirja_web_ver3.pdf?sequence=1. 16.6.2014
- Tekes 2014. Suomisen perhe 2040 katsaus tulevaisuuteen. Osoitteessa <http://www.tekes.fi/ohjelmat-ja-palvelut/suomisenperhe2040/>. 12.6.2014
- Tilastokeskus 2014. Virsta. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot. Osoitteessa <http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07/>. 16.6.2014
- Trendwatching.org 2014 7 consumer trends to run with in 2014. Osoitteessa

<http://trendwatching.com/trends/7trends2014/>. 15.6.2014

Trendwatching.com 2014. Wellness-focused hotels. Even hotels are designed specifically for health-minded travelers. Osoitteessa <http://www.trendhunter.com/trends/even-hotels>. 18.6.2014

Tuohino, A. 2012. Löytöretki hyvinvointimatkailuun. Hyvinvointimatkailun nykytila kartoitus ja toimenpide-ehdotukset. Itä-Suomen yliopisto, matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos. Osoitteessa http://www.uef.fi/documents/1800604/1812348/L%C3%96YT%C3%96RETKI_HYVINVOINTIMATKAILUUN_Lopullinen3.pdf/a677d164-ac7d-427a-8990-565c176077e1. 15.6.2014

Tuomi, J.–Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi

Työ- ja elinkeinoministeriö 2014. TEM raportteja 4/2014. Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät – katse vuoteen 2030. Osoitteessa http://www.tem.fi/files/38499/Suomen_matkailun_tulevaisuuden_nakymat.pdf. 9.6.2014

Valtioneuvoston selonteko 2014. Tulevaisuus2030. 2014. Uusi pohjoisen maantiede. Osoitteessa <http://tulevaisuus.2030.fi/>. 15.6.2014

Varanki, H. 2010. Hypermedian opetus. Aikatauluttaminen. Osoitteessa <http://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/aikatauluttaminen>. 25.5.2014

Verhelä, P.–Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Laadullinen tutkimusmenetelmä käytännössä. Keuruu: Tammi.

Vuoristo, K-V.–Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. Helsinki: WSOYpro Oy.

Wöber, K.W. 2002. Benchmarking in tourism and hospitality industries. The selection of benchmarking partners. Trowbridge: Cromwell Press.

Yeoman, I. 2008. Tomorrow's tourist: scenarios & trends. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Young, M. 2014. Trendhunter world. The Helsinki airport TravelLab project helps people relax pre-flight. Osoitteessa <http://www.trendhunter.com/trends/helsinki-airport-travellab-project>. 15.6.2014

Liitteet

Saate

Liite 1

Opiskelemme Lapin ammattikorkeakoulussa hotelli- ja ravintola-alaa viimeistä vuotta. Teemme opinnäytetyötä Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin ”Hyvinvointimatkailun ja sen osaamisen edistäminen Eurooppalaisena yhteistyönä”- hankkeelle (1.9.2011 - 28.2.2015). Aiheenamme on hyvinvointimatkailun tulevaisuudennäkymät Lapin alueella. Olemme laatineet Hyvinvointimatkailu- hankkeen benchmarking- matkoilla tuotetusta aineistosta liitteessä olevan tulevaisuustaulukon. Tulevaisuustaulukon riveillä on kuusi hyvinvointimatkailuun liittyvää teemaa, sekä sarakkeisiin on kuvattu jokaiseen teemaan liittyviä kuvauksia mahdollisista tulevaisuuden asioista. Taulukon ja Teidän mielipiteiden avulla tavoitteemme on koota-mahdollisia tulevaisuuskuvia Lapin alueen matkailusta. Onnistuneiden tulevaisuuskuvien laatimiseksi Teidän mielipiteenne Lapin alueen hyvinvointimatkailusta on erittäin tärkeä.

Opinnäytetyössä emme mainitse Teidän nimeä, vaan pysytte nimettömänä.

Haluaisimme Teidän tutustuvan ohessa olevaan taulukkoon ja merkitsemään siihen Teidän mielestänne toivotulevaisuutta ja todennäköistä tulevaisuutta vastaavat kohdat eri väreillä:

1. Merkitkää punaisella korostevärillä jokaiselta riviltä yksi kuvaus, joka on mahdollisesti halutuin ja tavoiteltavin tulevaisuus kyseisen teeman kannalta.

Tulokset analysoidaan elokuussa ja opinnäytetyömme valmistuu lokakuussa, jolloin lähetämme työmme tulokset teille sähköpostitse. Toivomme että pystytte hyödyntämään opinnäytetyöstä saatuja tuloksia myös omassa toiminnassanne.

Pyydämme että lähetätte vastauksen sähköpostitse osoitteeseen: opinnaytetyo2014@gmail.com

18.07.2014 mennessä.

Kiitokset vastauksistanne jo etukäteen!

Ystävällisin terveisin,

Hanna Hokkanen ja Johanna Tiittanen

Kyselyyn liittyen annamme mielellämme lisätietoja alla olevista yhteystiedoista.