



Ympäristön ja mielen kumppanuus

Näkymiä ympäristöpsykologiaan sekä hyvinvointi- ja matkailualan palveluihin

Matkailun kansainvälisiä trendejä

Matkailuun vaikuttavat tärkeimmät megatrendit

- kansainvälisten kriisien lisääntyminen
- turvallisuushakuisuuden lisääntyminen
- elämishakuisuuden lisääntyminen
- globalisaation vahvistuminen

Matkailun kannalta tärkeitä trendejä

- kaupungistuminen / keskittyminen lisääntyy
- ruuhkautuminen pahenee
- vapaa-aikateollisuus kasvaa
- tekninen kehitys nopeaa ja laaja-alaista
- kestävä kehityksen välttämättömyys
- terveystietoisuus lisääntyy
- yksilöllisyyden merkitys korostuu
- länsimaissa ikäännytään
- matkailun esteet vähenevät
- muutostahti nopeutuu
- Aasian talousmahti kasvaa
- globaali vaurastuminen
- monikulttuurisuus lisääntyy

- matkailuala keskittyy
- kasvihuoneilmiö
- ajankäyttö joustavoituu

Matkailuun vaikuttavat muuttujat

- turvallisuuden kokeminen
- energia hinta ja saatavuus
- vapaa-ajan määrä
- kilpailutilanne lähimarkkinoilla
- Venäjän kehitys
- kulutuskäyttäytymisen muutokset
- epidemiat
- työvoiman saatavuus
- tietoisuus hinta/laatu-suhteesta
- liikenneinfrastruktuurin kehitys
- elinkaaren ajankäyttö (useita työuria, pitkään eläkkeellä)
- kotitalouksien käytettävissä olevat tulot
- veroaste
- korkotaso

Maaseutu toimintaympäristönä

Vahvuudet	Heikkoudet
<ul style="list-style-type: none">▪ Huokeat toimitilat▪ Edulliset elinkustannukset▪ Viihtyisä ympäristö▪ Yrittämyönteisyys▪ EU-hankejärjestelmä▪ Verrattain vähän kilpailua▪ Hyvät verkkoyhteydet▪ Usein kaupungin läheisyys etuna▪ Elämysteollisuuden merkityksen kasvu▪ Maaseudun menestystarinat▪ Usko maaseudun renessanssiin	<ul style="list-style-type: none">▪ Pienet lähimarkkinat▪ Massaturismia ei ole▪ Hinnoitteluongelmat▪ Paketointiosaamisen heikkous▪ Vähäinen työllistäminen▪ EU-hankkeiden byrokraattisia, pieniä, lyhyitä▪ Itsensä aliarviointi▪ Kateus▪ Kulttuurin homogeenisuus (johtaa vähäiseen riskinottoon)▪ Kulttuuriyrittäjyys ei ratkaise maaseudun ongelmia

Signaaleja tulevasta

Luova tila. Kaupunkiin tarvitaan luovia tiloja ihmisille. Tiloja, jotka ovat käyttäjiensä näköisiä. Taiteilijakortteleita, jotka eivät suoranaisesti ole minkään organisaation hallinnassa ja mistä käyttäjät pitävät.

Katukino. Elokuvia/dokumentteja kaupungilla, puistossa, satamassa

Downshifting. Jo nyt on muotia downshiftata eli hidastaa. He vähentävät työmääräänsä ja leikkaavat tulojaan / menojaan saadakseen lisää vapaa-aikaa ja mahdollisuuden keskittyä itselle tärkeisiin asioihin. Nuoriso ei enää mittaa statustaan työn ja rahan perusteella.

Aikapankki. Tarkoittaa sitä, että valuuttana toimii aika. Ihmiset tarjoavat aikaansa ja taitojansa toisilleen lisäämällä aikapankkiin noin tunnin oman osaamisensa mukaan.

Hyvinvointipalveluja junassa. Kiireiset ja tehokkaat ihmiset haluavat hyödyntää kaiken ajan maksimaalisesti. Esimerkiksi junamatkat kuluvat usein työn tai viihteen parissa. Hyvinvointipalveluja, kuten hierontaa, kauneus- ja jalkahoitoja, saa jo lentokentiltä ja laivalta. Pian niitä saa myös VR:n spa-vaunusta!?

Geo-kätköily. Se on nostattanut suosiotaan pikkuhiljaa. Ympäri voi kehittää tapahtumia (esim. aikuisten aarreseikkailu) ja kilpailuja.

Pop up. Kauppoja, baareja, juhlia. Baarien ja juhlien ei enää tarvitse keskittyä johonkin yhteen paikkaan, vaan ne voivat olla lyhytaikaisia tapahtumia.

Tuunaus. Ryhmätyöpajojen suosio kertoo ihmisten halusta osallistua ryhmässä toteutettuun yhteistyöhön. Ekologisia arvoja korostavan tuunauksen kautta tuetaan ja edistetään yhteistä hyvää.

Tee oma ruumisarkkusi. Kuolema on monille suomalaisille edelleen tabu, jota ei ole helppo lähestyä. Toiset eivät siedä siitä puhumista.

Arkkukurssi on yksi tapa lähestyä vaiettua asiaa ja käsitellä kuolemaan liittyviä tuntemuksia.

Monipuolistuvat työympäristöt. Tulevaisuudessa mm. kirjastot, isot hotellit, ravintolat, yökerhot, kauppakeskukset ja mitä erilaisimmat työympäristöt tarvitsevat kulttuurialan osaajia.

AntiABC-liike. Kansa kyllästyy ylisuuriin marketteihin ja kloonattuihin moottoritienvarsiaabseihin. Kesällä julkaistu tiekartta opastaa miten Suomessa voi matkustaa abc-kahviloita vältellen.

Sukunimien brändäys yleisty. Uusista avioliitoista 75 % on vielä "perinteisiä" liittoja, joissa puoliso vaihtaa oman nimensä aviopuolison sukunimeen. Tilanne muuttuu. Puolisot perustavat myös kokonaan uusia sukuhaaroja uudella kantanimellä. Individuaalisempi aika muuttaa traditioita, ja ihmiset brändäävät omat persoonallisuutensa nimen muutosten kautta.

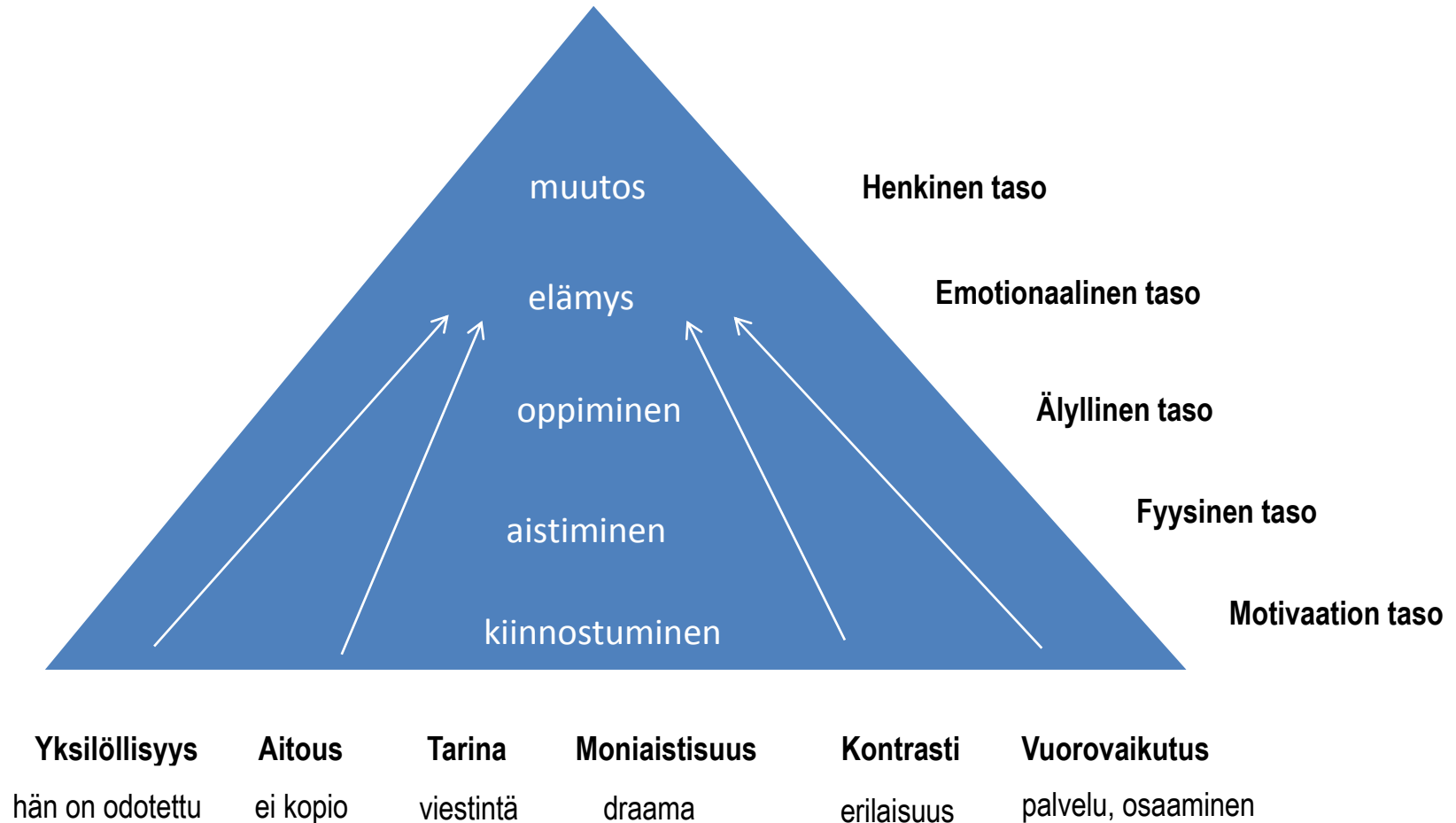
Ruokatrendien nopeat muutokset (karppaus). Nyt syödään sitä, mikä on tällä hetkellä hyväksi. Karppauksen ja voion syönnin tapaiset trendit pyyhkäisevät hurjalla vauhdilla läpi yhteiskunnan.

BKT pannaan - uudet mittarit tarvitaan. Uudenlaisia mittaristoja vaaditaan. BKT ei kelpaa, pitäisi mitata elämän laatua ja onnellisuutta, aikaa ja tilaa hengittää Onnellisuuskomitea parantamaan suomalaisten elämänlaatua

Powerpark työllistää eläkeläisiä. Eläkeläiset kokevat tämän mukavana lapsiläheisenä työnä, kävijäpalaute myös kannustaa lisäämään ikäihmisten osuutta.

Lähde: Tuottaja 2020

Elämyskolmio



Mahdollisuuksia

Hiljentymis- / eheytyiskohde

- ✓ Testata positiivisten mielikuvien avulla optimaalisen ympäristön löytymistä tukemaan liikeidean sisintä
- ✓ Positiivisten, yleispätevien mielikuvien sisäistäminen pohjaksi miljöölle ja palveluille
- ✓ Elvyttävyyuskäsitteen sisäistäminen ja soveltaminen kohteen toteuttamisessa
- ✓ Pohtia, kuinka itsesäätelyn keinot riittävät toteuttamaan muuttuvissakin tilanteissa ja olosuhteissa asetetut tavoitteet
- ✓ Yhteisöllisyyden ja yksityisyyden muuttuvan suhteen tasapainon hallinta - palveluiden mielihyvänoloisen ilmapiirin luomiseksi ja tarjoamiseksi
- ✓ Ristiriitaisuuksien eliminointi toimintasolujen (-kaavioiden) ja niiden välisten suhteiden järjestämisessä
- ✓ Oman, rohkean ja muista erottuvan **tarinan** ja sitä kuvaavan liikeidean arkkitehtuurin uskollisuus (fyysiset puitteet ja palvelut) aina pienimpiin yksityiskohtiin saakka
- ✓ Sosiaalisen median hyödyntämien, laajassa mielessä, houkuttelevan ja rehellisen mielikuvan välittämisessä
- ✓ Tarkkaavaisuus moniaististen palveluiden tarjoamisessa ja kehittämisessä, negatiivisten seikkojen muuttaminen liikeidean voimavaraksi

Nelikäntäanalyysi

Hiljentymis- / eheytyiskohde

Vahvuudet	Heikkoudet
Rauhallinen / elvyttävä ympäristö	Asiakkailla pitkä jonotusaika
Kokonaisuuden muodostama ilmapiiri	Kallis, KELA ei korvaa hoitoja
Luottamuksellisuus, turvallisuus	Huonot kulkuyhteydet (talvi)
Vetäjäpariskunnan persoonat	Ruoka tuotteena ei vielä tue kokonaisuutta
Mainonnan ja viestinnän muodostama mielikuva	Talous on tiukoilla
Uudet ja persoonalliset puitteet	Viereisin järven puhtaus
Ismeistä vapaa ilmapiiri (leimaantuminen)	Puutteellinen kielitaito
Paikallinen kulttuuritarjonta	Yhteismarkkinoinnin puute
EU-hankerahoituksen osaaminen	Asiakaskunnan kirjavuus, ”esivalinta ryhmiin”
Mahdollisuudet	Uhat
Alkoholianniskelun saaminen	Ammattitaitoisen työvoiman saanti
Äänentoistojärjestelmän rakentaminen	Liian pienet henkilöstöresurssit, jaksaminen
Valaistuksen uudelleen suunnittelu	Taantuma vie yritysasiakkaat
Myös työnantajien järjestämää koulutusta	Viranomaisvaatimusten tiukentuminen
Maankäytölliset laajennusmahdollisuudet	Kaivosteollisuuden mahdollinen käynnistyminen
Verkostoituminen muiden toimijoiden kanssa	
Entistä parempi tuotteistaminen ja markkinointi	