

Tulevaisuuden matkailijat fygitaalisten kokemusten äärellä

Minni Haanpää ja Päivi Hanni-Vaara
Lapin yliopisto
FIT ME! –hankkeen loppuseminaari
25.4.2024, Suomenlinna, Helsinki



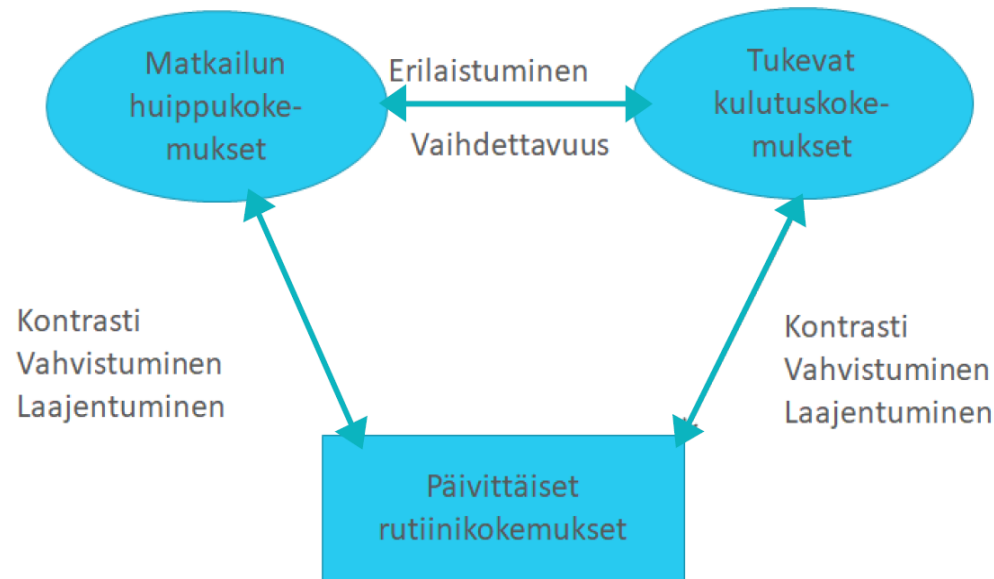
Lähtökohtia

- Matkailuliikkuminen = matkailun aikana tapahtuvaa liikkumista, joka mahdollistaa matkailun (Hakkarainen & Laamanen, ei vl.)
 - Liikkuminen matkakohteeseen ja sieltä pois
 - Kohteessa tapahtuva liikkuminen
 - Voi olla elämyksellistä tai itsessään elämys
- Tutkimuskysymys: **Millaisia ovat digitalisaatioon perustuvat tulevaisuuden matkailuliikkumisen palvelukonseptit ja liiketoimintamallit?**

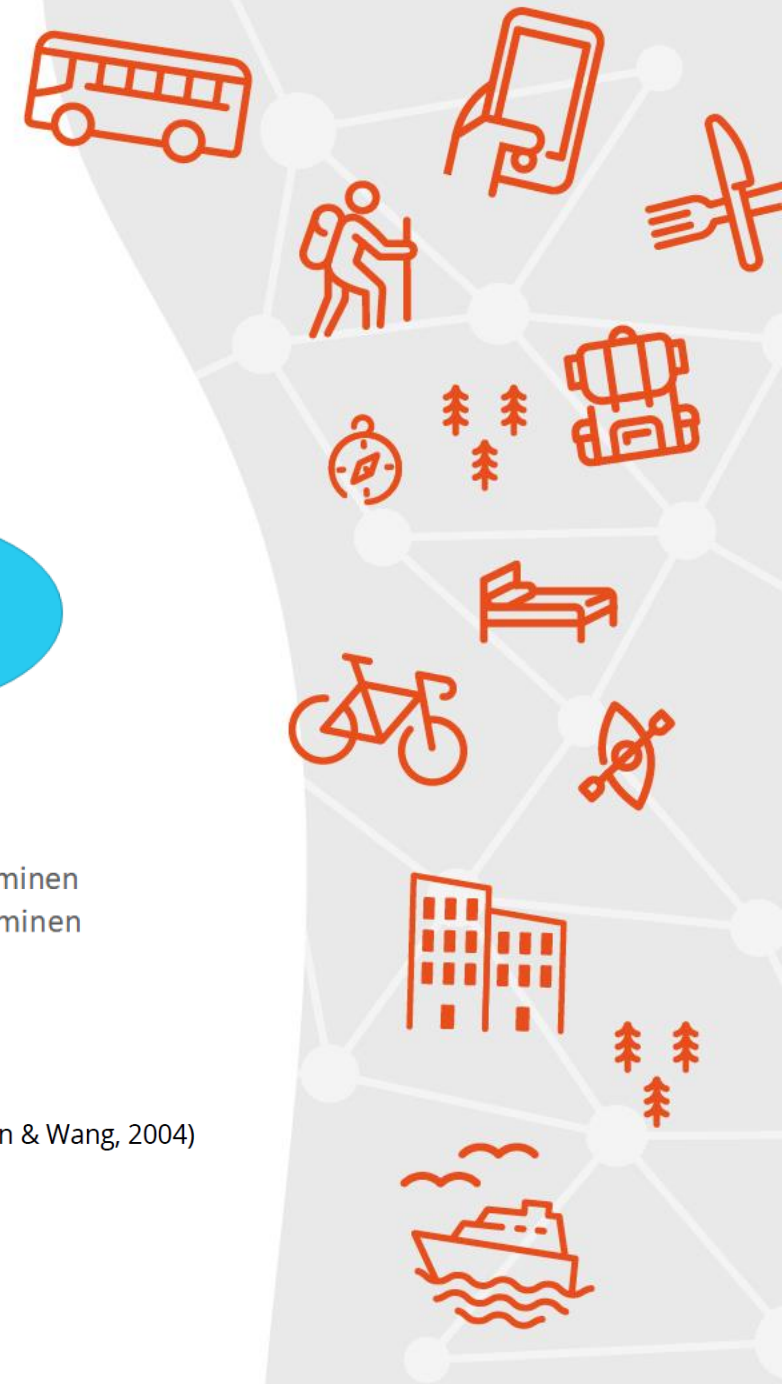


Fygitaaliset matkailuelämykset

- fyysinen ja digitaalinen kokemus sekoittuvat ja menevät päällekkäin → elämyskokemukset tapahtuvat hybrideissä tiloissa eri aikojen ja paikkojen välillä (Mieli et al., 2024; Zillinger 2021)



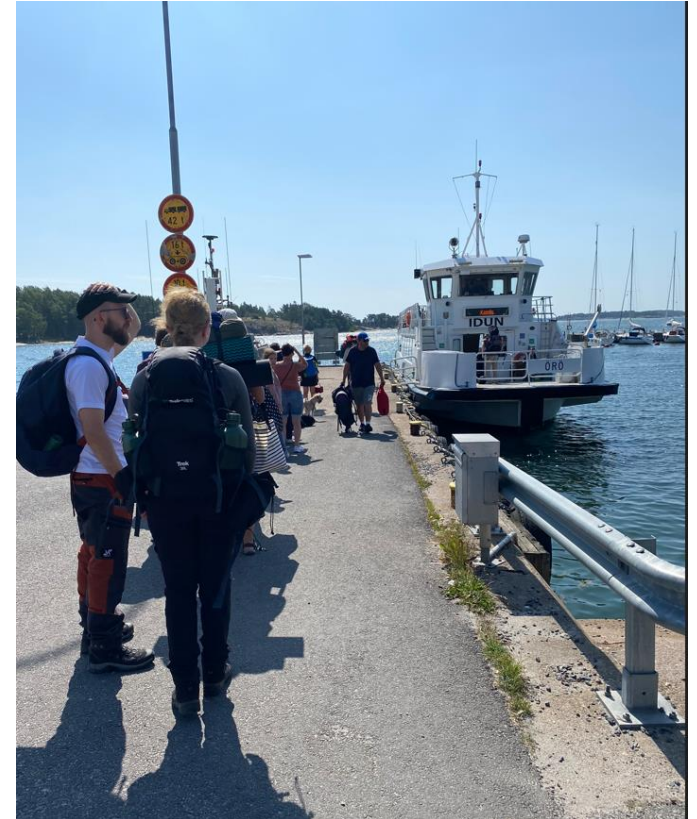
(Quan & Wang, 2004)





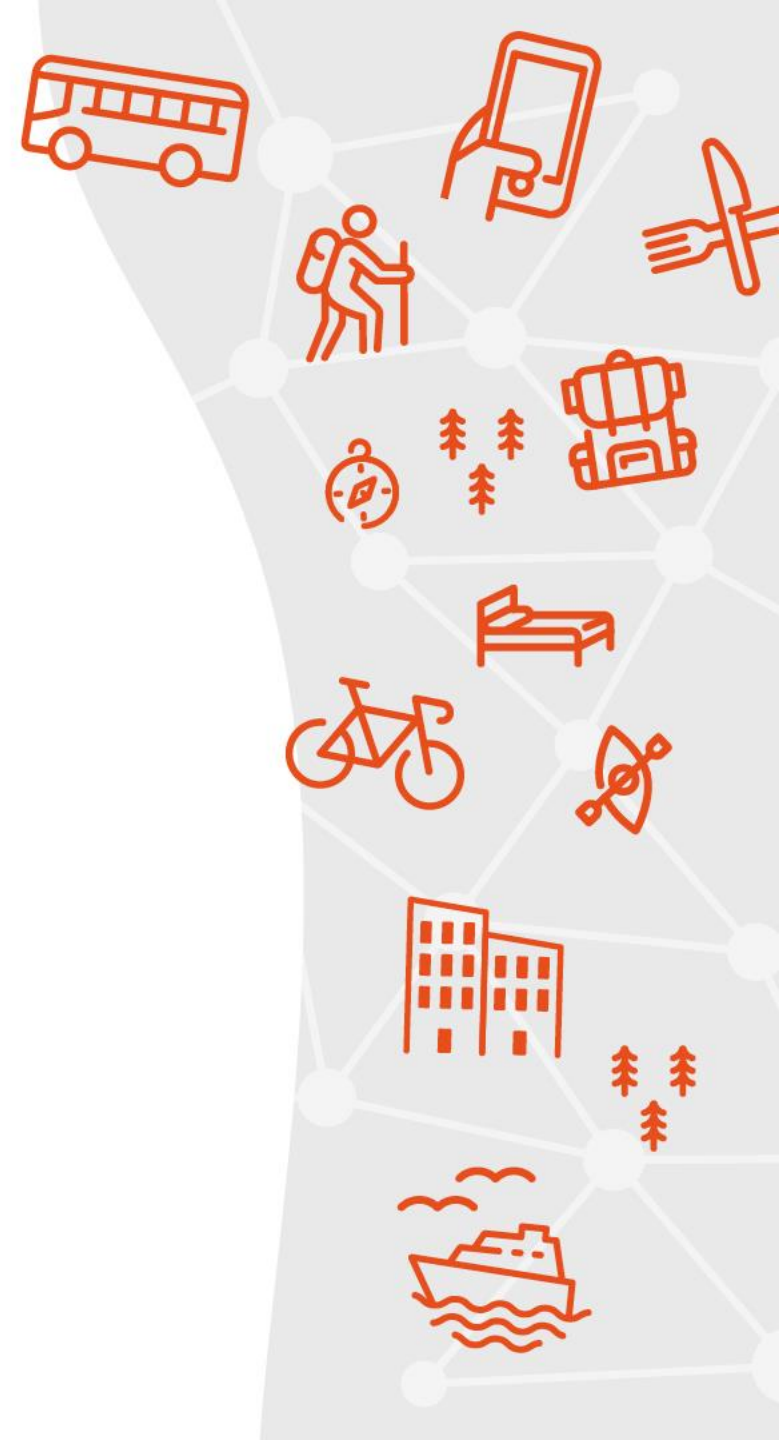
Kokemusaineistot

- matkakokemusten ja matkailijoiden havainnointi, matkailun tulevaisuutta ja kehittämistä käsitelleet kansalliset asiantuntijahaastattelut, Gen Z-kokemuspäiväkirjat, matkailijahaastattelut, kotimaisten matkailijoiden matkapäiväkirjat sekä hankkeen työpajoissa tuotetut asiakasprofiilit ja –polut
- keskittyivät hankkeen kohdealueille: Lappiin ja Turun saaristoon → harvaan asuttujen alueiden matkailuliikkuminen



Nykyisten matkailijoiden kokemukset

- Keskittyminen tiedonhakuun, varsinkin etukäteen
- Tietoa haetaan itselle tutuista kanavista ja keskeinen kanava yli muiden on Google
- Ulkomaisten matkailijoiden osalta pääaktiviteetit oli usein varattu etukäteen joko OTA-alustoilta tai esimerkiksi yritysten omilta sivuilta
- Kohteessa aiottiin hakea aktiviteetteja ”tyhjiin hetkiin”: esim. ravintoloita ja liikkumisen palveluita





“The buses, yeah, how can we get to our apartments: taxi, bus. The transportation - that was the most difficult thing.”

“I think I mostly just use Google Maps. Sometimes TripAdvisor. I tend to stay away from other sites because they quite often give you a lot of advertisements. So, it's annoying to go through all the advertisements. Besides that, probably... If we're here, then to go to the actual maps.”

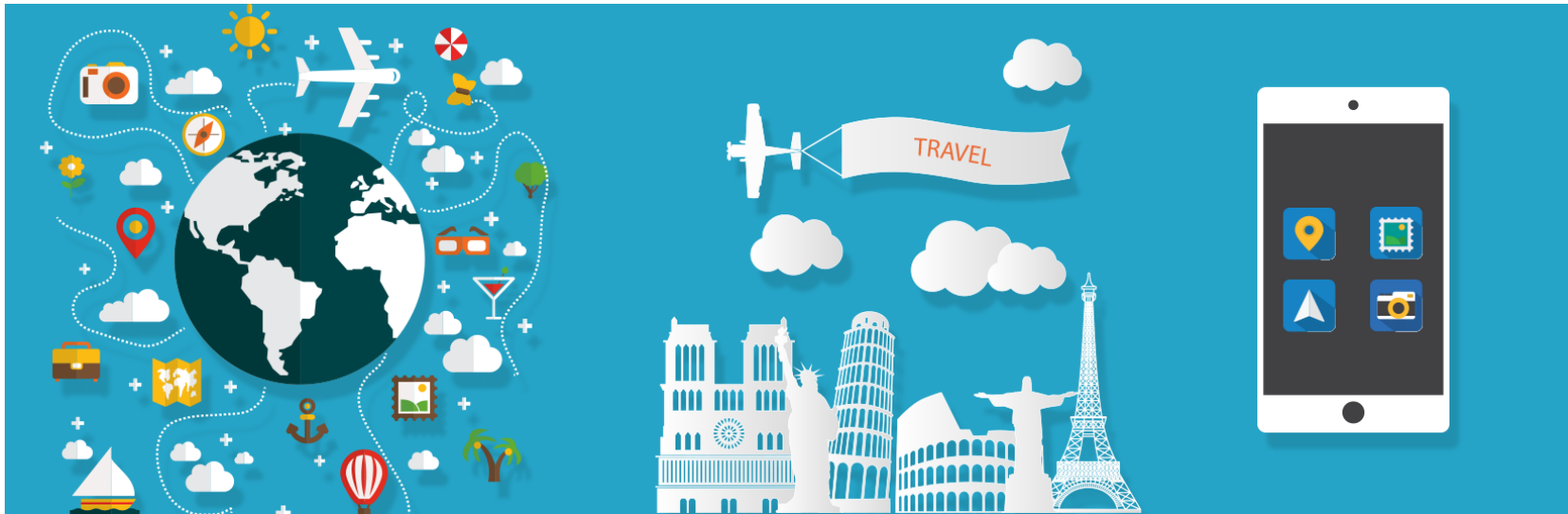
Netin mukaan Vuosnaisista kulkee Viggen Åvaan. Selvitän lautan aikataulun. Googlaamalla löysin Åland travelin sivut. Onkohan muitakin firmoja, jotta voisin verrata hintoja? Pitäisi ehtiä klo 13.35 lähtevään, koska sitten on pitkä tauko. Tuleekohan kiire nauttia herkullista lounasta, harmi. Lautta on perillä 14.15. Mutta mitä ihmettä: heidän nettisivujen lopussa luki: ”emme myy lippuja lautoille”. Mitä se oikein tarkoittaa? Emmekö pääsekään tuolla lautalla? Kun klikkasin ”varaus” sivut kääntyivät ruotsiksi. Ylhäällä luki translate, mutta se ei toiminut. Sitten on paljon ruotsinkielistä tekstiä, joka tuntui vaikealta ymmärtää. Sitten löysin rengastie-sivut, jossa oli selkeämmin kerrottu rengastiestä. He myyvät saaristo-opasta, mutta en halua maksaa siitä, jos löydän samat tiedot netistä. Heidän nettisivuilta löytyi hyvin saaristolauttojen tiedot, mutta pitää lautat -väliotsikoista tietää, missä lautat kulkevat. Löysin kartan, joka auttoi hahmottamaan, mikä satama kuuluu mihinkin saareen.

Haasteita

- Liikkumisen palveluiden löytäminen sekä ymmärtämisen ja varaamisen hankaluus
- Fyysisten palveluiden puute ja niistä tiedottaminen matkailijoille → julkisilla yhteyksillä liikkuminen mahdotonta
- Luottamuksen näkökulma: esimerkiksi vanhentuneen näköiset sivut saattavat laittaa kävijän epäilemään tiedon oikeellisuutta, eikä varausta uskalleta tehdä
- Olosuhteiden vaikutus mobiilin käyttöön: esimerkiksi kylmyys ja verkon toimivuus → myös turvallisuuskysymyksiä



Suosituksia palvelukonseptien suunnitteluun



Unknown Author is licensed under [CC BY-SA-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Digitaalisuus ei ole erillinen osa kokemusta, vaan matkailijan kokemusta tulee ymmärtää fygitaalisena

- Miten eri ulottuvuudet toimivat yhdessä ja mikä on niiden rooli palvelukonseptissa?
- Digitaalisuuden arkiset käytännöt matkailukokemuksen liminaliteetin rikkojana? (Mieli ym., 2024)

→ Kokonaisvaltaisten kokemusten suunnittelu, joka huomioi erilaiset ulottuvuudet



Matkailuliikkumisen kokemuksellisuus tulee huomioida konseptisuunnittelussa

- Liikkumisen erilaiset roolit osana kokonaiskokemusta
- Sattumanvaraisuus elämyksellisyytenä → tiukat suunnitelmat vs. suunnitelmavapaan matkailun trendi → tekoälyn mahdollisuudet matkanjärjestäjänä
- ”Massadata” vs. räätälöidyt konseptit
- Tulevaisuuden käyttöliittymät ja tiedonhaketavat?
- Karttojen valta kokemuksen määrittäjänä



Käyttäjäkeskeinen suunnittelu suurempaan rooliin

- matkailun digitalisaation suunnittelu monelta osin liian tuotantolähtöistä → keskittyy teknologiseen tehokkuuteen ja unohtaa inhimillisen orientaation ja matkailuelämyksen näkökulman (Stankov & Gretzel, 2020)
- Yksilömatkailu → matkailijoiden kokemusmaailmat ja niistä kumpuavat odotukset monipuolistuvat
- Samanaikaisesti vallalla erilaisia ja jopa vastakkaisia matkailukulutuksen trendejä → tarvitaan parempaa ymmärrystä matkailijoiden elämysmaailmoista
- Analytiikan lisäksi tarvitaan kokemusten ymmärrystä



Kiitos!

Minni Haanpää
Yliopistonlehtori
Lapin yliopisto

Päivi Hanni-Vaara
Nuorempi tutkija
Lapin yliopisto

