

Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne (kustantajan versio).

Rinnakkaistallenteen sivuasettelut ja typografiset yksityiskohdat saattavat poiketa alkuperäisestä julkaisusta.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Paloniemi, P. 2024. Ajatuksia matkailukohteen digitaalisesta vieraanvaraisuudesta. Lumen – Lapin ammattikorkeakoulun verkkolehti (1/2024).

URL: <https://www.lapinamk.fi/loader.aspx?id=85afa5c3-fd53-400c-ac01-2de5a64b5912>



# Ajatuksia matkailukohteen digitaalisesta vieraanvaraisuudesta

*Petra Paloniemi, YTM, lehtori, Vastuulliset palvelut, Lapin ammattikorkeakoulu*

Asiasanat: matkailukohde, vieraanvaraisuus, digitaalisuus, arvon muodostuminen, alustatalous, innovaatiot

## Taustaa

Koronapandemia, ilmastonmuutos, maailman poliittinen tilanne ja näiden vaikutukset ovat lisänneet tiedon tarvetta uudenlaisista matkailun muodoista ja käytännöistä. Digitalisaatiolla on ollut merkittävä rooli matkailualan murroksessa (Lugosi 2021). Matkailualalla digitalisaatio yhdistetään usein sähköiseen kaupankäyntiin, virtuaaliseen tai lisättyyn todellisuuteen (VR, AR) tai teknologian käyttöön matkailumarkkinoinnissa (Buhalis & Law 2008; Kirova 2021). Matkailualalla uudenlaiset toimintamallit, kuten digitaalisilla alustoilla toimivat alustatalous tai jakamistalous ravistelevat totuttuja malleja ja muuttavat samalla matkailua ilmiönä (Dredge & Gyimóthy 2015) yhdessä paikallisten ihmisten, matkailijoiden, yritysten ja toimijoiden kanssa. Digitaalisuudella on myös tärkeä rooli uusien innovatiivisten liiketoimintamallien luomisessa; tästä esimerkkinä virtuaalielämykset (Cenni & Vasquez 2021), joiden kautta elämyksiä ja tietotaitoa voidaan jakaa myös digitaalisilla alustoilla. Tässä artikkelissa herättelen ajatuksia siitä, miten ja minkälaista arvoa muodostuu digitaalisissa kanavissa ja niiden vaikutuksesta ja miten matkailukohteissa voitaisiin huolehtia vieraanvaraisesti asiakaskokemuksesta ja sen johtamisesta myös digitaalisissa toimintaympäristöissä. Suomen matkailustrategian mukaan matkailutoimijoiden tulee panostaa vastuullisen matkailun kehittämiseen, joka sisältää ympäristönäkökulmien lisäksi myös laajasti sosiaaliset, kulttuuriset ja taloudelliset näkökulmat (TEM 2019). Teemaan liittyvää selvitystyötä on tehty Lapin ammattikorkeakoulun hankkeessa ”eHospitality – empatiaa ja arvonluontia matkailun digitaalisissa palvelukohtaamisissa” (EAKR, Vipuvoimaa EU:lta).

## Arvon muodostuminen digitaalisilla alustoilla

Digitaalisten alustojen kehittyminen ja toisaalta digitaalisuutta ja paikallisuutta korostavat trendit ovat johtaneet alustatalouden yleistymiseen matkailualalla. Vieraanvaraisuus ja vieraanvaraisuuden käytännöt tapahtuvatkin yhä useammin erilaisilla digitaalisilla alustoilla. Tällaisia alustoja ovat esimerkiksi Visitlo, Airbnb ja Doerz. Nämä niin kutsutut vieraanvaraisuuden teknologiat (Bialski 2012) antavat ennestään tuntemattomille ihmisille mahdollisuuden tavata ja luoda yhdessä arvoa ja elämyksiä alustoilla. Digitaalinen alusta toimiikin arvon yhteisluonnin mahdollistajana. Alkuperäinen alustatalouteen kuuluvan jakamistalouden toimintamalli pohjautui resurssitehokkuuden ideaan eli ylimääräisten resurssien jakamiseen niitä tarvitseville (Frenken & Schor 2017; Botsman & Rogers 2010). Alustoilla voi antaa esimerkiksi oman tyhjänä olevan kesämökin toisten käyttöön tai jakaa omaa tietotaitoaan esimerkiksi suomalaisen pullan leivonnasta ja suomalaisesta kulttuurista. Monet kuluttajat myös suosivat hyödykkeiden lainaamista omistamisen sijaan; tästä on hyvänä esimerkkinä yhteiskäyttöautot (Bardhi & Eckhardt 2012). Resurssien jakamista suositetaan usein myös ympäristöllisistä syistä. Erityisesti majoitussektorilla (esim. Airbnb) ilmiö on paisunut ja muuttunut enemmän liiketaloudellista voittoa tavoittelevaksi alustavälitteiseksi toiminnaksi, mutta siihen liittyy myös muita arvoja. Tutkimuksissa korostuvat myös sosiaaliset tekijät ja arvon yhteisluonti molemmille osapuolille; Airbnb-majoittaja toimii usein digitaalisena oppaana vieraalleen kuukausien ajan, auttaen vierasta kaikissa mahdollisissa kysymyksissä varausvaiheesta itse käyntiin ja sen jälkeenkin. Myös digitaalisella alustalla on vahva toimijuus tässä yhteydessä, koska kaikki tieto tallentuu alustalle ja on sen omaisuutta.

Jakamistalous ilmiönä on aiheuttanut myös paljon haasteita; Airbnb:tä on kritisoitu kilpailun vääristämisestä ja epäreilusta asetelmasta, koska ei-ammattimaisten majoittajien ei tarvitse tehdä välttämättä esimerkiksi turvallisuussuunnitelmia eikä maksaa kaikkia samoja lupamaksuja kuin hotellien. Jakamistalous muuttaa myös kaupunkien ja alueiden matkailukarttaa; matkailijavirrat voivat levittäytyä ydinkeskustoista myös lähiöihin. Tämä voi muuttaa naapurustojen totuttua elämää; toisaalta matkailijoille se antaa mahdollisuuden elää paikallisten keskuudessa ja tarjoaa pääsyn ehkä aidompaan paikallisympäristöön kuin hotelleissa. Aikaisemmissa tutkimuksissa on käynyt ilmi, että aito, tavallinen elämä kiinnostaa usein matkailijaa (MacCannell 1973; Bardhi & Eckhardt 2012; Paloniemi, Jutila, & Hakkarainen 2018). Paikallisille matkailijoiden levittäytyminen lähiöihin tai maaseudulle voi tuoda sekä mukavia kohtaamisia, palveluja ja toimeentuloa että myös haittoja, kuten melua tai

muita häiriöitä. Perinteinen matkailuelinkeino näyttää olevan haasteen edessä, kun ns. häiritsevät (disruptive) ilmiöt, kuten alustatalous ja jakamistalous, ovat muuttaneet kilpailutilannetta erityisesti majoittamismarkkinoilla. Tällaiset palvelut näyttävät vastaavan ainakin joidenkin asiakasryhmien tarpeisiin (Tussyadiah & Pesonen 2016) erityisesti kohteissa, joissa kysyntää majoitukselle on paljon. Digitaaliset alustat toimivat myös palveluiden markkinointi- ja myyntikanavana (Guttentag, 2015), niitä hyödyntävät yhtä lailla sekä yrityksille että yksityiset ihmiset.

## Digitaaliset innovaatiot ja matkailukohteen digitaalinen vieraanvaraisuus

Digitaalisten innovaatioiden avulla voitaisiin kehittää myös kohteiden vieraanvaraisuutta ja asiakaskokemusta. Matkailukohteet voisivat hyödyntää erilaisia digitaalisia alustoja tai sovelluksia vielä tehokkaammin esimerkiksi matkailijoiden vieraanvaraisessa opastamisessa ottaen oppia jakamistalouden palveluista. Digitaalisten innovaatioiden avulla voitaisiin luoda positiivista arvoa ja merkityksiä niin matkailijoille, paikallisille ihmisille että kohteille. Vuorovaikutuksellisilla digitaalisilla alustoilla voisi olla toimijoina paikallisia ihmisiä, jotka työkseen auttavat matkailijoita löytämään juuri heille sopivia palveluita ja elämyksiä. Paikalliset oppaat voisivat jakaa matkailijoille vinkkejä liittyen vastuulliseen tai uudistavaan matkailuun ja ohjata vieraita vastuullisiin tekoihin. Näin pystyttäisiin huolehtimaan myös matkailijoiden turvallisuudesta ja varoittamaan heitä esimerkiksi heikoista jäistä tai muuttuvista sääolosuhteista.

### Lähteet:

Bardhi, F. & Eckhardt, G. M. 2012. Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, Vol 39 Nro. 4, 881–898. Viitattu 16.1.2024

Bialski, P. 2012. Technologies of hospitality: How planned encounters develop between strangers. *Hospitality & Society*, Vol 1 Nro. 3, 245–260. Viitattu 16.1.2024

Botsman, R. & Rogers, R. 2010. *What's Mine is Yours*. New York: HarperBusiness.

Buhalis, D., & Law, D. 2008. Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years after the Internet – The State of eTourism Research, *Progress in Tourism Management*, Vol 29, 609–623. Viitattu 16.1.2024

Cenni, I., & Vásquez, C. 2021. Early adopters' responses to a virtual tourism product: Airbnb's online experiences, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. Viitattu 16.1.2024

Dredge, D. & Gyimothy, S. 2015. The collaborative economy and tourism: Critical perspectives, questionable claims and silenced voices, *Tourism Recreation Research*, Vol 40 Nro 3, 286–302. Viitattu 16.1.2024

Frenken, K. & Schor, J. 2017. Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, Vol 23, 3–10. Viitattu 16.1.2024

Guttentag, D. A. (2015). Airbnb: Disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, Vol 18 Nro 12, 1192–1217. Viitattu 16.1.2024

Kirova, V. 2021. Value co-creation and value co-destruction through interactive technology in tourism: the case of 'La Cité du Vin' wine museum, Bordeaux, France. *Current Issues in Tourism*, Vol 24 Nro 5, 637–650. Viitattu 16.1.2024

Lugosi, P. (2021). Exploring the hospitality-tourism nexus: Directions and questions for past and future research. *Tourist Studies*, 21(1), 24–35. Viitattu 16.1.2024

MacCannell, D. 1973. Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, Vol 79 Nro 3, 589–603. Viitattu 16.1.2024

Paloniemi, P., Jutila, S. & Hakkarainen, M. 2018. Paikallisten tarinoista ideoita matkailun kehittämiseen. *Matkailututkimus*, Vol 14 Nro 2, 62–65. Viitattu 16.1.2024

TEM 2019. Matkailustrategia 2019–2028. Viitattu 16.1.2024. <https://tem.fi/suomen-matkailustrategia>

Tussyadiah, I., P. & Pesonen, J. 2016. Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns. *Journal of Travel Research*, Vol 55 Nro 8, 1022–1040. Viitattu 16.1.2024