

Globaali matkailu

COVID-19 vaikutukset kotimaiseen arvoketjuun



Yhden sivun strategia

- *Vaikutukset nyt ja mitä tehdä/heti?
- *Vaikutukset syksy 2020 ja mitä tehdä huomenna?
- *Vaikutukset 2021 ja mitä tehdä kesällä?



Philoxenia + Mood = Perfect Destination

Vesa (V. A.) Heikkinen

**Principle lecturer,
Tourism, hospitality and experience
innovations**

Food, restaurant and experience researcher

University of Haaga-Helia Applied Sciences

+ 358 40 5781569

vesa.heikkinen@haaga-helia.fi

Facebook: Vesa A. Heikkinen

Chef, waiter, head waiter,

**Home economic teacher, senior
advisor**

Doctor of Pedagogy

**37 years experience in Hospitality
industry**

Projects

- *Eatnomics and digifood**
- *Arenas and stadions**
- *Intelligent professional kitchens and ghost kitchens**
- *AIOTICS (AI + ROBOTICS)**
- *FUTUAeroport IV**
- *InnoCatering**
- *Transmodern, sustainable destination**
- *Customer experience (CX), Employee experience (EX)**
- *Multi-sensitive places**
- *Ecoluxury**
- *Frugal innovations**

	Planning and booking	Transport	Lodging	Excursions
Short-term Impact (Under 6 Months)	Devastating. Depend on people booking travel in large numbers and that is not occurring at present.	Demand has plummeted. Immediate focus is on survival.	A plunge in transport demand has severely weakened demand for lodging.	Failures likely as many small businesses populate this stage of the chain.
Mid-term Impact (1/2 - 1 years)	Uncertainty over the length of travel restrictions but an immediate easing looks unlikely	Demand will return in waves as restrictions are lifted at different times in different markets.	Demand will return in waves as restrictions are lifted at different times in different markets. Maintaining price discipline will be crucial.	Once leisure travel resumes, demand will return. May be used by tour operators to entice people to book but a return to 'normal' levels will take some time.
Long-term Impact (1 - 2 years)	Travel will return. Intermediaries are seen by many as a necessary aid when booking so demand will return	Those who survive will benefit from consolidation and pent up demand. Consolidation reduces price competition.	Consolidation reduces price competition. Accommodation sharing sites will suffer due to loss of hosts and increased hygiene concerns.	Some demand will return but much hinges on economic situation. Excursions are something travelers can forgo.

Significant negative impact

Moderate negative impact

No impact

Moderate positive impact

Significant positive impact

Haaga-Helia - liiketoiminnan kehittämisen tukena

Liiketoiminnan uudistaminen

- Satoja yrityscaseja
- 20 luksusmatkailuyritystä
- Suomenlinna
- Hartwall Areena
- Helsingin Suomalainen Klubi
- Levin matkailu
- Fredman

Uusien palvelujen ja tuotteiden kehittäminen

- Finavia, Finnair
- Hotel Haaga, Fazer/Compass
- Ruokalista-, ohjelmapalvelu- ja huoneuudistukset
- Hungry for Finland - ruokamatkailun tuotteistamishanke
- BLUE - Vesistömatkailun digitaaliset palvelukonseptit
- Sustainable cooking for Planet
- Herrankukkaro
- Restel
- Nordic Choice Hotels/Hotel Kämp
- Lapland Hotels

Räätälöidyt valmennukset ja palvelumuotoilu

- Finnair, Finavia
- Trenditutkimukset, LAB8
- Some-analyysit (Kuopio, S, elämys)
- Turun Ratapiha
- Musiikkitalo
- S-ketjuohjaus
- Scandic
- Mc´Donalds
- Tuusulanjärven ympäristö

Seuraa Haaga-Heliää verkossa: <https://twitter.com/haagaheliaamk> ja <https://twitter.com/haagaheliab2b>

Haaga-Helia, elämys- ja hyvinvointitalous

Yhteyshenkilöt

- **Liiketoiminnan kehittäminen, TKI**
 - Teemu Moilanen, Head of RDI, teemu.moilanen@haaga-helia.fi
 - Vesa Heikkinen, matkailu-, majoitus- ja ravitsemispalveluinnovaatioiden yliopettaja vesa.heikkinen@haaga-helia.fi
- **Koulutukset ja henkilöstön kehittäminen**
 - Klaus Lüttjohann, myyntipäällikkö, klaus.luttjohann@haaga-helia.fi
- **Tutkimuspalvelut**
 - Petteri Ohtonen, tutkimuspäällikkö, petteri.ohtonen@haaga-helia.fi

