

# Toimialakohtaiset skenaariot

Jokaiselle toimialalle tehty todennäköinen ja toivottava skenaario sekä listattu mahdollisia yllätystekijöitä.

- Kansainvälisyys ja vienti
- Logistiikka
- **Palveluliiketoiminta ja kuluttajamarkkinat**
- Rahoitus
- Teollisuus, rakentaminen ja ICT

# Palveluliiketoiminta ja kuluttajamarkkinat: Todennäköinen skenaario



*Taustalla: Vaikka elpymisestä erityisesti kotimaan markkinoilla on merkkejä, uhkana nähdään mahdolliset koronan toiset aallot; epävakaan, hitaan ja ohuen kasvun aika on todennäköinen. Konkurssiaallot mahdollisia: voidaanko esim. pääsyä yrityssaneeraukseen helpottaa? Kuluttaminen siirtyy yhä voimakkaammin koteihin: miten luoda uudenlaisia liiketoimintamalleja?*

## Tehokkaita toimenpiteitä:

- Kotimaan matkailun elpyminen edesauttaa muidenkin toimialojen kasvun kehittymistä, elpyminen näkyy aluksi erityisesti pienissä kohteissa: kansainväliset matkailijat seuraavat jossakin vaiheessa: miten heidän tuloonsa varaudutaan? Turvallisuus, ohjeistukset ja henkilökunnan koulutus.
- Huomiota strategiseen muotoiluun ja digitaalisten palvelujen kehittämiseen pitkäjänteisellä tavalla.
- Yhä tiedostavampi kuluttaja tekemässä valintoja, kuluttajakäyttäytyminen voi myös muuttua nopeasti, esim. mitä tehdään jos kuluttaminen tyrehtyy uudelleen? Luottamuksen ja turvallisuudentunteen palauttaminen tärkeää.
- Pitkän aikavälin infrastruktuuripanostukset: esim. yhteydet saaristoon pantava kuntoon.
- Verkkokaupan kasvu: panostusta tekniikkaan sekä myyntiosaamiseen.
- Kotimaisuus voimistuvana trendinä, miten hyödynnetään?
- Edunvalvontakysymykset olennaisia epävakaan kasvun ajassa, esim. ravintola- ja matkailutoiminta erityisen haavoittuvaisia – onko mahdollista helpottaa sääntelyä?
- Yhteistyö ja verkostot avainasemassa myös Varsinais-Suomessa.

# Palveluliiketoiminta ja kuluttajamarkkinat: Toivottava skenaario



*Taustalla: Nopea elpyminen toivottavaa, mutta syksy 2020 näyttää, miten todennäköistä se on.*

## Tehokkaita toimenpiteitä:

- Digitaalisten palvelujen nopea kehitys tarpeellista myös tässä skenaariossa.
- Matkailuviestintää kohdistettuna niihin maihin, joista on turvallista matkustaa Suomeen.
- Todellisia panostuksia kestävän matkailun kehittämiseen: millä ehdoin kasvua tavoitellaan, millainen on ns. uusi normaali?
- Infrastruktuurit etenevät: mitkä erityisen tärkeitä palveluliiketoiminnalle? Esim. tunnin juna, saariston yhteydet, panostaminen liikkumiseen tärkeää myös tulevaisuudessa?

# Palveluliiketoiminta ja kuluttajamarkkinat:

## Yllätystekijöitä



- Muuttuuko kulutuskysyntä pitkällä aikavälillä, ja jos, niin miten?
- Uusia rajoituksia palveluliiketoimintaan, tai rajoitustoimien “sahaavuus”: voidaanko varautua vai johtaako väistämättä konkursseihin?
- Miten toimitaan maailmassa, joka on osin lukittu ja rajoitustoimet vaihtelevat jatkuvasti? Muodostuuko esim. matkustuskuplia turvallisten maiden kesken, mikä muuttaa palvelutarjoajien toimintaa. Tämä edellyttää joustavuutta sekä asiakkaan että palveluntarjoajan puolelta.
- Vaihtoehtoiset tavat matkustaa, uutta liiketoimintaa virtuaalimatkailusta (palvelumuotoilun tarve kasvaa).
- Millaista osaamista palveluliiketoiminnan puolella tarvitaan eri skenaarioissa? Missä ovat uhkakuvat, ja miten ne ratkaistaan? Esim. ulkomaisen työvoiman saanti, digiosaaminen.
- Tulevaisuuden liiketilatarpeet palvelusektorilla? Varaudutaanko tilasuunnittelussa pandemioihin ja millaista kysyntää ja osaamista se kasvattaa (turvallisuus, etäisyydet, hygienia, suojarusteet, LED-valaistus = sininen valo ja desinfiointi).
- Riittääkö asiakkaita kaupallisiin keskuksiin kaupan siirtyessä verkkoon ja koteihin; liikekiinteistöjen arvon lasku vai uudistuvaa liiketoimintaa vanhoissa tiloissa.
- Kuluttajien välinen vertaistoiminta, jakamistalous (hyödykkeiden yhteiskäyttö, vuokraus, lainaus ja kierrätys tai yhteisöllinen elämäntapa vahvistuu samalla kun digiloikka voimistuu pandemian aikana).
- Arki digitalisoituu = alustateknologioista muodostuu ekosysteemejä uusille innovatiivisille palveluille.