

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:3

TEM Toimialapalvelu • Kevät 2019

Toimialaraportit

Matkailu

www.temtoimialapalvelu.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Matkailu

Toimialaraportti | Susanna Jänkälä
2019:3 |



Tekijät (toimielimestä: nimi, puheenjohtaja, sihteeri)		Julkaisu-aika
Susanna Jänkälä Toimialapäällikkö Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus		17.1.2019
		Toimeksiantaja(t)
		Työ- ja elinkeinoministeriö
		Toimielimen asettamispäivä
Julkaisun nimi		
Matkailun toimialaraportti		
Tiivistelmä		
<p>Matkailun osuus Suomen BKT:sta on 2,5 prosenttia. Matkailun ydinklusterin liikevaihto vuonna 2017 oli 9,7 miljardia euroa, ja liikevaihto onkin ollut kasvusuuntainen useita vuosia. Matkailun ydinklusteri työllistää henkilötyövuosina suoraan yli 72 000 työntekijää sekä noin 6 000 henkilövuokrausyritysten kautta. Matkailuyritykset ovat lukumääräisesti keskittyneet Uudellemaalle, Pirkanmaalle ja Varsinais-Suomeen. Näissä maakunnissa sekä Lapissa ja Pohjois-Pohjanmaalla matkailun työllistämän henkilöstön ja liikevaihdon määrä on muuta maata suurempi.</p> <p>Matkailu kasvualana on kuitenkin uudenlaisten kehittämishaasteiden edessä. Osaavan työvoiman saatavuus estää jo paikoitellen matkailuyritysten kasvamisen ja kehittymisen. Suomen saavutettavuus on selvästi parantunut aiemmista vuosista, mutta edelleen tarvitaan uusia avauksia, jotta koko maa olisi kohtuullisesti saavutettavissa. Myös maan sisäinen saavutettavuus on edelleen paikoitellen haastavaa. Koko matkaketjun toimivuus lähtöpisteestä kohteeseen ja takaisin onkin ollut kehittämisen kohteena.</p> <p>Kestävyyden kannalta matkailu on toimiala, jossa on välttämätöntä huomioida kestävyyden kaikki näkökulmat. Kestävien arvojen vaikutus matkailijoiden ostopäätöksiin kasvaa koko ajan, ja kestävän kehityksen periaatteiden noudattaminen tulee jatkossa tuomaan matkailuyrityksille selvää kilpailuetua. Myös erilaisten tehokkaiden energiaratkaisujen avulla on mahdollista säästää kustannuksia ja sitä kautta lisätä toiminnan kannattavuutta.</p> <p>Digitalisaatio tuo matkailuun paljon mahdollisuuksia. Yritysten on entistä helpompi saada palvelunsa kansainvälisesti näkyväksi kohtuullisen helpoilla teknisillä ratkaisuilla. Toisaalta kilpailu kansainvälisistä asiakkaista kasvaa koko ajan, jolloin näkyvyyteen on panostettava merkittävästi nykyistä enemmän. Myös yritysten sisäiseen tuotantoprosessiin ja tuotannonohjaukseen eri toimintojen välillä digitalisaatio voi tuoda merkittäviä parannuksia.</p> <p>OECD nostaa vuodelle 2040 neljä matkailun megatrendiä, jotka ovat matkailijamäärien kasvu ja uudet matkailijaryhmät, kestävän matkailun kasvu, uudet mahdollistavat teknologiat sekä liikkumisessa tapahtuvat merkittävät muutokset. Ennakoitavia lyhyemmän aikavälin muutoksia tulevat olemaan ympäristötietoisuuden lisääntyminen, luonnon ja hyvinvoinnin pohjalle rakentuvien palvelukokonaisuuksien lisääntyminen, uudet nousevat matkailijakohderyhmät, pienempien matkailukohteiden nouseminen, esteettömän matkailun korostuminen, paikallisen ruuan nostaminen sekä markkinointiviestinnän keinojen muutokset.</p> <p>TEM:n yhdyshenkilö: Innovaatiot ja yritysrahoitus/Toimialapalvelu/Katri Lehtonen, katri.lehtonen@tem.fi, 029 506 4926</p> <p>ELY-keskuksen yhdyshenkilö: Toimialapäällikkö Susanna Jänkälä, susanna.jankala@ely-keskus.fi, 0295 037 056</p>		
Asiasanat		
matkailu, majoituspalvelut, ravitsemispalvelut, ohjelmapalvelut, saavutettavuus, kestävyys, vastuullisuus, digitalisaatio, PESTEL, SWOT, trendit, ilmastonmuutos, jakamistalous, alustatalous		
ISSN Verkkojulkaisu	ISBN Verkkojulkaisu	
1797-3562	978-952-327-390-0	
Kokonaissivumäärä	Kieli	Hinta
82	Suomi	-
Julkaisija	Kustantaja	
Työ- ja elinkeinoministeriö		



Författare Susanna Jänkälä Branschchef Närings-, trafik- och miljöcentralen i Norra Österbotten	Publiceringstid 17.1.2019	
	Uppdragsgivare Arbets- och näringsministeriet	
	Organets tillsättningsdatum	
Titel Branschrapporter - Turism		
Sammandrag Turismens andel av Finlands BNP är 2,5 procent. År 2017 omsatte kärnklustret inom turismen 9,7 miljarder euro, och omsättningen har haft en tendens att öka under flera år. Räknat i årsverken sysselsätter kärnklustret inom turismen direkt fler än 72 000 arbetstagare och genom bemanningsföretag cirka 6 000 personer. Om man ser till antalet företag är de flesta turistföretagen koncentrerade till Nyland, Birkaland och Egentliga Finland. I de ovan nämnda landskapen samt i Lappland och Norra Österbotten är antalet sysselsatta inom turismen och omsättningen för turismen större än i det övriga landet. Turismen som tillväxtbransch står dock inför utvecklingsutmaningar av ett nytt slag. Den bristande tillgången på kompetent arbetskraft utgör redan i dagsläget ställvis ett hinder för tillväxt och utveckling av turistföretag. Finlands tillgänglighet har klart förbättrats jämfört med tidigare år, men det behövs också fortsättningsvis nya öppningar för att hela landets tillgänglighet ska vara på en rimlig nivå. Också den interna tillgängligheten inom landet utgör en utmaning på sina håll. Hela resekedjan från avreseorten till destinationsorten och tillbaka till avreseorten har varit ett utvecklingsobjekt. Sett ur hållbarhetssynvinkel är turismen en sektor där alla aspekter av hållbarheten måste beaktas. De hållbara värdenas inverkan på resenärernas köpbeslut ökar ständigt, och iakttagandet av principerna för hållbar utveckling kommer också i fortsättningen att ge en klar konkurrensfördel för turistföretagen. Kostnadsbesparingar kan göras och verksamhetens lönsamhet således ökas också genom effektiva energilösningar av olika slag. Digitaliseringen innebär många möjligheter för turismen. Genom relativt enkla tekniska lösningar kan företagen lättare än tidigare få internationell synlighet för sina tjänster. Å andra sidan ökar konkurrensen om internationella kunder hela tiden, vilket innebär att man i betydligt högre grad än nuförtiden måste satsa på synligheten. Digitaliseringen kan innebära betydande förbättringar också i företagets interna produktionsprocess och i produktionsstyrningen mellan olika verksamheter. OECD har lyft fram följande fyra megatrender inom turismen för år 2040: ökning av antalet turister och nya turistgrupper, ökning av den hållbara turismen, nya möjliggörande tekniker samt betydande ändringar i färdandet. Förutsebara ändringar på kortare sikt kommer att vara ökad miljömedvetenhet, ökning av servicehelheter som bygger på natur och välbefinnande, nya målgrupper bland turister, ökad popularitet för mindre resmål, ökad betydelse för turism utan hinder, ökad betoning på lokala livsmedel samt ändringar i metoderna för marknadsföringskommunikation. Kontaktperson vid arbets- och näringsministeriet: Innovationer och företagsfinansiering/Branschtjänst/ Katri Lehtonen, katri.lehtonen@tem.fi , 029 506 4926 Kontaktperson vid närings-, trafik- och miljöcentralen: Susanna Jänkälä, branschchef, susanna.jankala@ely-keskus.fi , tfn 0295 037 056		
Nyckelord turism, hotelltjänster, restaurangtjänster, programtjänster, tillgänglighet, hållbarhet, ansvarstagande, digitalisering, PESTEL, SWOT, trender, klimatförändring, delningsekonomi, plattformsekonomi		
ISSN Nätpublikation 1797-3562	ISBN Nätpublikation 978-952-327-390-0	
Sidantal 82	Språk finska	Pris -
Utgivare Arbets- och näringsministeriet		Förläggare



Visiting address

Aleksanterinkatu 4
FI-00170 HELSINKI,
FINLAND

Postal address

P.O. Box 32
FI-00023 GOVERNMENT,
FINLAND

Tel. +358 29 506 0000
Fax +358 9 1606 3666

Series title and number of the publication

Publications of the Ministry of Economic Affairs and
Employment 2019:3

Authors (institution: Name, Chairperson, Secretary) Susanna Jänkälä Sector Manager North Ostrobothnia ELY Centre		Date 17.1.2019
		Commissioned by Ministry of Economic Affairs and Employment
		Date of appointment -
Title Sector reports – Tourism		
Abstract <p>The tourism sector accounted for 2.5% of Finland's GDP. The turnover for the sector's core cluster amounted to EUR 9.7 billion in 2017, continuing the upward trend of recent years. The core cluster companies employ more than 72,000 employees in person years directly and some 6,000 through temporary-work agencies. Most tourism companies are located in the regions of Uusimaa, Pirkanmaa and Southwest Finland. Tourism companies in these regions and in the regions of Lapland and North Ostrobothnia have more employees and a higher turnover than companies do elsewhere in the country.</p> <p>However, tourism as a growth sector is facing new kinds of development challenges. Access to skilled labour force is already now preventing some tourism companies from growing and developing. Finland has become much more accessible than before, but new initiatives are still needed to make the whole country moderately accessible. Even accessibility within the country still poses challenges in places. Therefore, one focus of development efforts has been to ensure seamless transport from point of departure to destination.</p> <p>Tourism is a sector where it is necessary to consider all aspects of sustainable development. Sustainable values influence travellers' choices to an increasing degree, and following the principles of sustainable development will continue to be an important competitive advantage for tourism companies. Different kinds of energy efficiency solutions can also generate savings and increase profitability.</p> <p>Digitalisation, too, opens up new possibilities for tourism. It is increasingly easy for companies to market their services internationally with the help of fairly simple technical solutions. However, competition for international customers is getting tougher, and companies need to increase their investment in international visibility. Digitalisation can also lead to significant improvements in organisations' internal production processes and production control.</p> <p>The OECD identifies four megatrends shaping tourism by 2040. These are evolving visitor demand, sustainable tourism growth, enabling technologies, and travel mobility. Predictable, short-term developments will include growing environmental awareness, increasing supply of service packages based on nature and wellbeing, new evolving visitor groups, rise of smaller tourist destinations, accessible tourism, local food, and changes in marketing communications.</p> <p>Contact person at the Ministry of Economic Affairs and Employment: Innovations and Enterprise Financing/Business Sector Services/Katri Lehtonen, katri.lehtonen@tem.fi, +358 29 506 4926</p> <p>Contact person at ELY Centre: Sector Manager Susanna Jänkälä, susanna.jankala@ely-keskus.fi, +358 295 037 056</p>		
Key words tourism, accommodation services, catering services, programme services, accessibility, sustainability, responsibility, digitalisation, PESTEL, SWOT, trends, climate change, sharing economy, platform economy		
ISSN 1797-3562	ISBN 978-952-327-390-0	
Pages 82	Language Finnish	Price -
Published by Ministry of Economic Affairs and Employment		Sold by -

Sisältö

Saatteeksi	6
1 Matkailun toimiala	7
1.1 Alan määrittely	7
1.2 Toimialan kehittäminen edellyttää kansallisen tason yhteistyötä	11
2 Toimialan yritys rakenne ja yritysten toimintaympäristö	12
2.1 Yritysten liikevaihto ja työllisyys	12
2.2 Toimipaikkojen liikevaihdon ja työllisyyden jakautuminen alueellisesti	13
2.3 Uudet ja lopettaneet yritykset.....	14
2.4 Toimialan suurimmat yritykset.....	15
2.5 Osaavan työvoiman saatavuus matkailussa	16
2.6 Toimintaa ohjaavat säädökset.....	19
3 Markkinoiden rakenne ja kehitys	22
3.1 Markkinoiden kokonaiskuva	22
3.2 Asiakkuudet toimialalla	26
4 Alan yritysten taloudellinen tilanne	28
4.1 Kannattavuus	28
4.2 Vakavaraisuus ja maksuvalmius	28
4.3 Pääoman käytön tehokkuus.....	29
4.4 Liiketoimintaketjut	29
5 Investoinnit ja kehittämistoimenpiteet	33
5.1 Toimialan investoinnit Suomessa ja Suomeen.....	33
5.2 Kehittämistoimenpiteet toimialalla.....	34
5.2.1 Saavutettavuus	35
5.2.2 Kestävyys ja vastuullisuus matkailussa	38
5.2.3 Turvallisuus.....	40
5.2.4 Matkailun digitalisaatio	41
6 Toimiala tulevaisuudessa	44
6.1 Matkailun pk-barometrin keskeisten asioiden esittely	44
6.2 PESTEL-analyysi ja SWOT-analyysi matkailun toimialasta.....	44
6.3 Matkailuun ja matkailutoimialaan vaikuttavia megatrendejä ja trendejä	46
6.3.1 Ennakoitavia muutoksia markkinoilla.....	47
6.3.2 Ilmaston lämpenemiseen varautuminen	49
6.3.3 Jakamis- ja alustatalous muuttavat matkailua	51
7 Yhteenveto	54

Saatteeksi

Toimialapalvelu on työ- ja elinkeinoministeriön johdolla toimiva asiantuntijaverkosto. Se kokoaa, analysoi ja välittää tietoa yritysten toimintaympäristöstä päätöksenteon pohjaksi. Toimialapalvelun verkosto toteuttaa julkaisutoimintaa ja viestintää sekä järjestää asiantuntijaseminaareja. Julkaisut sekä uutiskirje ovat saatavissa Toimialapalvelun verkkosivuilta osoitteesta www.tem.fi/toimialapalvelu.

Julkaisujen tarkoituksena on tuoda esille alan asiantuntijoiden näkemyksiä työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalan julkisen rahoituksen suuntaamiseen sekä yritystoiminnan kehittämiseen. Ne palvelevat myös muiden sidosryhmien tarpeita.

Toimialaraportit-julkaisusarjassa on koottu tietoaineistoja eri lähteistä toimialakohtaisiksi perustietopaketeiksi. Näissä toimialaraporteissa käsitellään toimialan rakennetta, markkinoiden kehitystä, alan yritysten taloudellista tilaa, investointeja ja tuotekehitystä sekä tulevaisuuden näkymiä. Lähteinä käytetään viimeisintä saatavilla olevaa tilastoaineistoa ja toimialan yrittäjien, yritysten ja alan muiden merkittävien toimijoiden näkemyksiä.

Vuonna 2018 julkaistiin yhteensä seitsemän toimialaraporttia. Ne käsitelivät elintarvikealaa, uusiutuvaa energiaa, puutuotealaa, kaivosteollisuutta, sosiaali- ja terveystaloutta, liike-elämän palveluita sekä luonnontuotealaa. Matkailua ja huonekalualaa käsittelevät toimialaraportit julkaistaan vuoden 2019 alussa.

Toimialaraporttien lisäksi julkaistaan kaksi kertaa vuodessa ajankohtaiskatsaus toimialojen näkymiin. Viimeisin matkailun näkymät julkaistiin 6.9.2018. Lisäksi julkaistaan myös pk-toimialabarometrit, jotka käsittelevät pk-yritysten nykytilaa ja tulevaisuuden odotuksia. Pk-toimialabarometrit perustuvat työ- ja elinkeinoministeriön, Suomen Yrittäjien sekä Finvera Oyj:n teettämään yrityskyselyyn.

Matkailulle tyypillinen yhteistyö näkyy tiiviisti myös tämän raportin tuottamisessa. Raportti on tuotettu yhteistyössä matkailun osaamistiimin kanssa. Tiimiin kuuluvat matkailun toimialapäällikkö Susanna Jänkälä, johtava asiantuntija Sanna Kyyrä työ- ja elinkeinoministeriöstä ja Head of Product and Content Kristiina Hietasaari Business Finlandin Visit Finland -yksiköstä. Lisäksi osaamistiimi on raportin tuottamisessa tehnyt tiivistä yhteistyötä muiden asiantuntijoiden kanssa omassa organisaatiossaan ja yli organisaatorajojen. Kiitos kaikille toimialaraportin tekstejä tuottaneille tai kommentoineille. Erityiskiitokset Business Finlandin taustatiimille Katarina Wakonen, Terhi Hook, Tuija Tommila ja Kaisa Kosonen!

1 Matkailun toimiala

1.1 Alan määrittely

Maailman matkailujärjestö, World Tourism Organization (UNWTO), määrittelee matkailun korkeintaan vuoden, mutta vähintään vuorokauden kestäväksi vapaa-aikaan, työhön tai muuhun tarkoitukseen liittyväksi matkustamiseksi ja oleskeluksi paikkakunnalla, joka ei ole henkilön tavanomainen elinympäristö. Usein tästä määritelmästä poiketen myös päiväkävijät luetaan matkailijoiksi, mikäli matka suuntautuu koti- tai työpaikkakunnan ulkopuolelle. Päiväkävijöitä ovat henkilöt, joiden matka ei sisällä yöpymistä. Suomessa matkailutilastoinnissa päiväkävijät erotetaan muista matkailijoista.

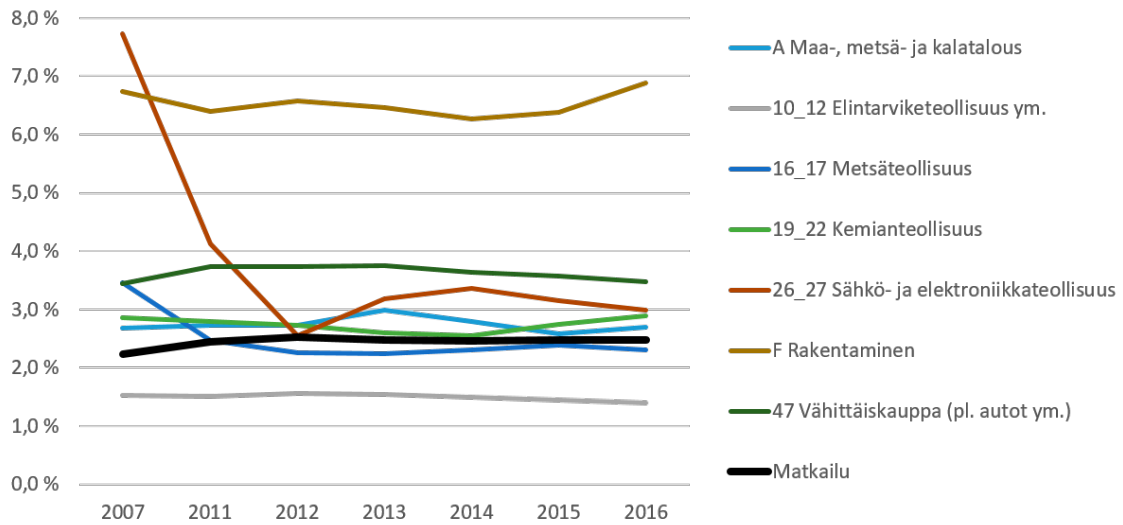
Matkailu toimialana on varsin laaja kokonaisuus, joka sisältää useita toimialaluokituksen mukaisia toimialoja. Matkailulle tyypillisiä toimialoja ovat majoitus- ja ravitsemistoiminta, matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta (varauspalvelut), urheilutoiminta, huvi- ja virkistyspalvelut ja muut henkilökohtaiset palvelut, kulttuuri- ja viihdetoiminta sekä henkilöliikenne ja liikennettä palveleva toiminta.

Matkailun tuomasta matkailutulosta hyötyvät myös useat muiden toimialojen yritykset. Väliillisiä toimialoja perinteisesti ovat mm. vähittäiskauppa, käsi- ja pienteollisuus ja rakennusteollisuus. Matkailulle ominaista onkin, että kun matkailutoimialalla menee hyvin, näkyvät heijastusvaikutukset melko laajasti myös muilla toimialoilla. OECD:n arvion mukaan yksi matkailueuro tuo liikevaihtoa muille toimialoille 0,56 euroa.

Raportissa esitetyt tilastolliset tiedot perustuvat EU-tasoiseen Tilastokeskuksen käyttämään TOL 2008 -luokitukseen. Laaja matkailuklusteri sisältää majoitus- ja ravitsemistoinnin sekä ohjelmatoiminnan lisäksi henkilöliikenteen toimialoja. Tämän laajan klusterikokonaisuuden volyymi on esitelty liitteessä 1.

Matkailun osuus BKT:sta on viimeisten vuosien ajan pysytellyt 2,5 prosentissa. Matkailun rooli muiden toimialojen vertailussa on kuitenkin merkittävä (kuva 1). Matkailun BKT:n arvo on suurempi kuin metsäteollisuuden ja elintarviketeollisuuden ja vain vähän pienempi kuin maa-, metsä- ja kalatalouden sekä kemianteollisuuden. Alueellisesti matkailun osuus kunkin maakunnan BKT:sta vaihtelee merkittävästi. Alueellisesti merkittävin rooli matkailulla on Ahvenanmaalla (15,6 %), mikä johtuu suurelta osin Ahvenanmaalta toimivasta matkustajalaivaliikenteestä. Lapissa matkailun osuus maakunnan BKT:sta vuonna 2015 oli 5,7 prosenttia, Kainuussa 4,2 prosenttia, Etelä-Savossa 3,6 prosenttia ja Uudellamaalla 2,8 prosenttia.

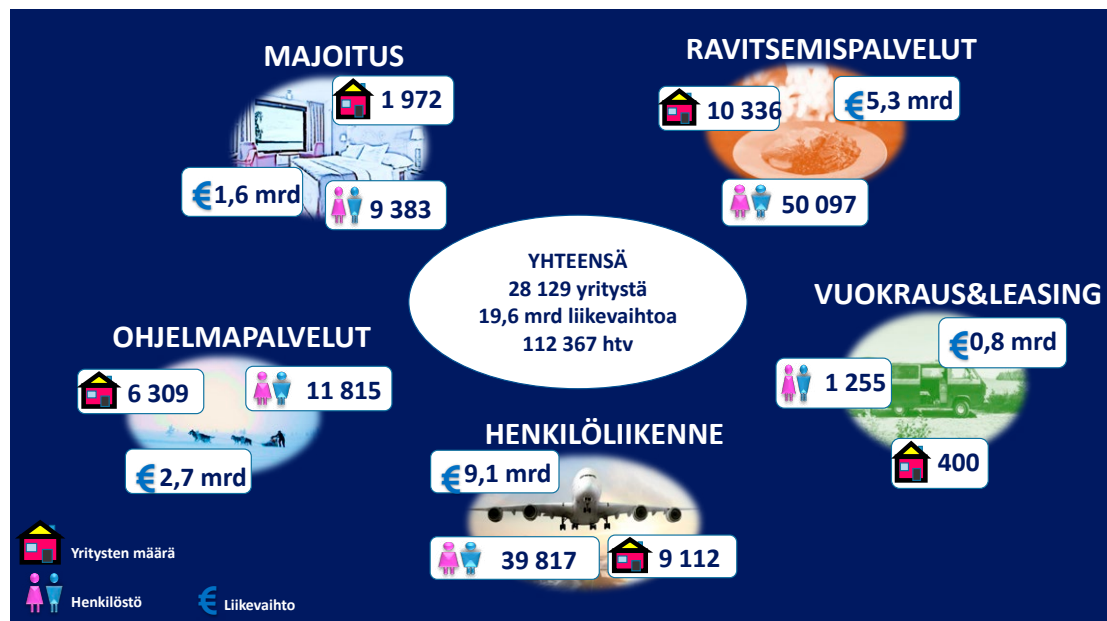
Kuva 1. Matkailun osuus BKT:sta joihinkin toimialoihin verrattuna.



Lähde: Tilastokeskus / TEM

Matkailun laaja klusteri (kuva 2) on yli 19,6 miljardin kokonaisuus, joka vuonna 2017 työllisti yli 112 000 henkilötyövuotta suoraan matkailualan yrityksissä. Matkailu käyttää tyypillisesti hyvin paljon vuokratyövoimaa, joka ei näy näissä tilastoissa. Matkailutilinpidossa 2015–2016 arvioitiin, että hotelli- ja ravintola-alalla tehtiin lisäksi vuokratyötä arviolta 11 miljoonaa työtuntia vuonna 2015, mikä vastaa noin 6 000 täysiaikaiseksi muutettua työpaikkaa. Yrityksiä klusterissa on yhteensä reilu 28 000.

Kuva 2. Matkailun laajan klusterin yritys-, liikevaihto- ja henkilöstöjakauma alatoimialoissa v. 2017.

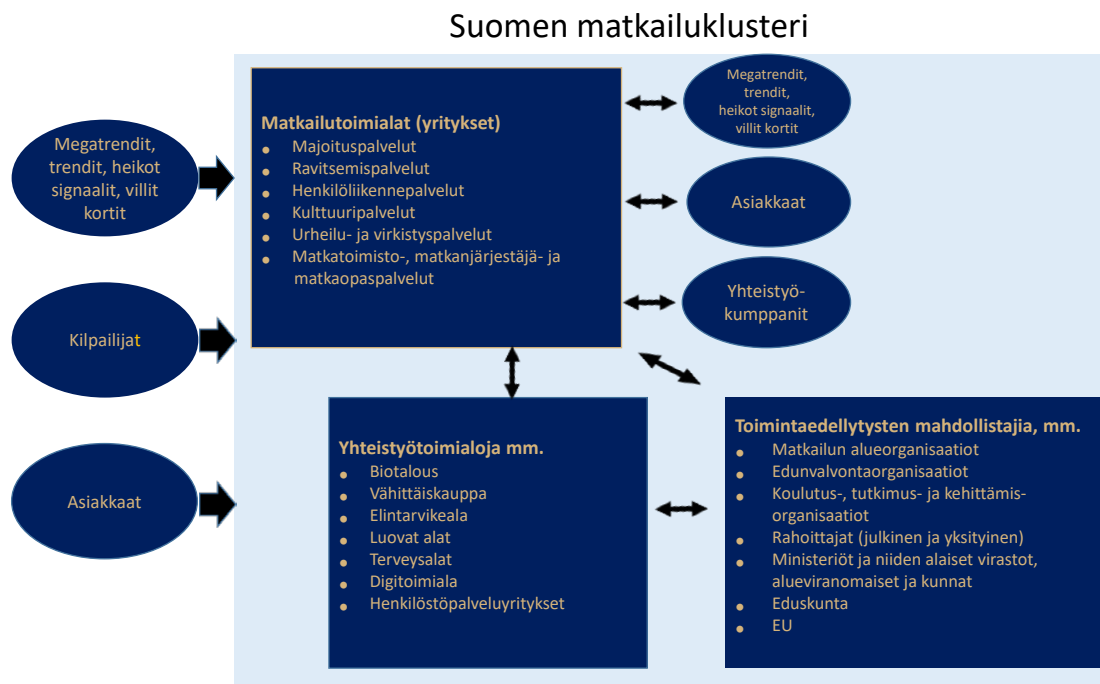


Lähde: Toimiala Online /Tilastokeskus.

Henkilöliikenteessä erityisesti lento-, laiva- ja junaliikenteen jotkin yksittäiset yritykset ovat yksinään niin isoja, että muutokset muutaman yrityksen liiketoiminnassa vaikuttavat oleellisesti koko toimialan lukuihin. Nämä pääasiassa yksittäisten yritysten edustamat toimialat onkin rajattu raportin ulkopuolelle. Samoin käsittelystä tässä raportissa on poistettu vuokraus- ja leasingtoiminta. Matkailuklusterin toiminnan laajuus ilman liikenteen toimialan yrityksiä on kuvattu liitteessä 2.

Matkailuun suoraan liitännäisiä elinkeinoja ovat mm. kiinteistö- ja laitehuolto, turvallisuusala, päivittäistavarakauppa, erikoiskauppa, rakentamisen ja rakennuttamisen palvelut, ICT-palvelut, elintarvikkeiden tuotanto, elintarvikkeiden jalostus ja jätehuolto. Matkailulla on vaikutusta myös normaaleihin kuntien perustehtäviin kuten terveydenhoitoon, pelastustoimeen, rakennusvalvontaan, kaavoitukseen sekä kunnan tuottamiin yhdyskuntateknisiin palveluihin. Lisäksi matkailuelinkeino luo kysyntää muun muassa viestintäalalle ja toimistopalveluihin (esim. kirjanpito ja tilintarkastus). Matkailulla on vaikutusta myös maa- ja metsätalouden sivuelinkeinona. Matkailuklusteria on kuvattu kuvassa 3.

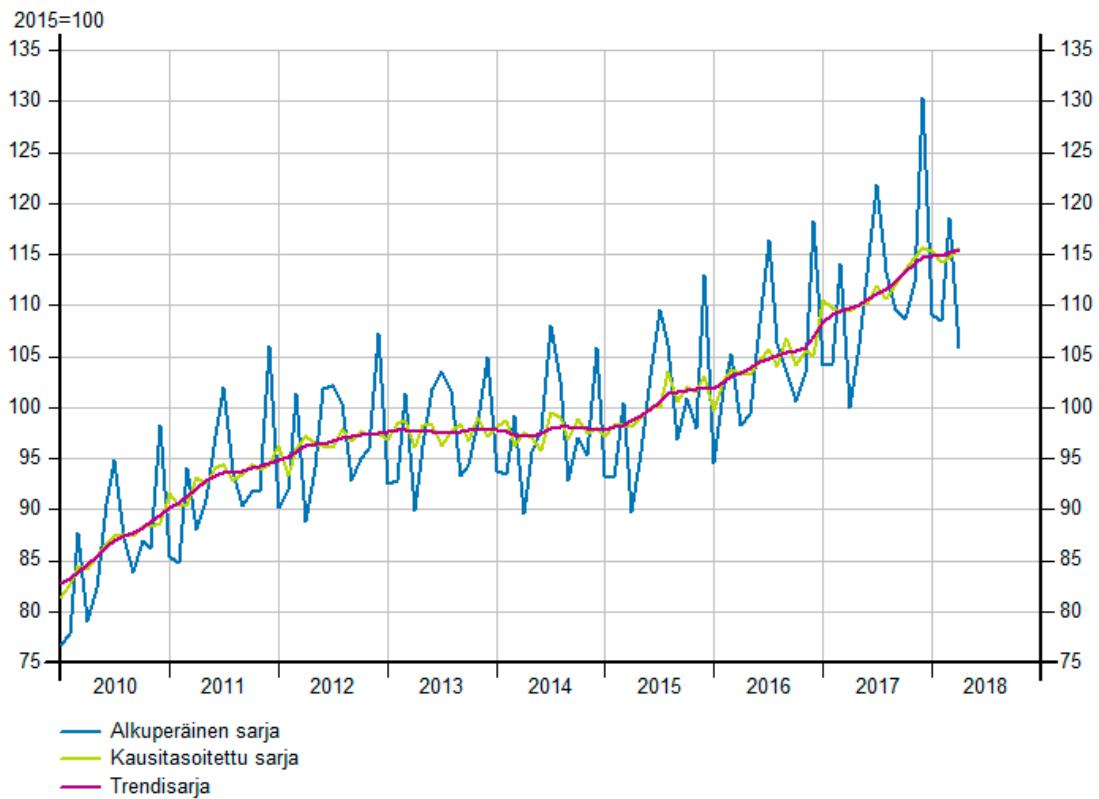
Kuva 3. Suomen matkailuklusteriin kuuluvat toimialat.



Lähde: TEM.

Matkailun ydinklusterin liikevaihto on kasvanut tasaisesti vuodesta 2010 lähtien (kuva 4). Venäläisten matkailijamäärien romahdus vuoden 2014 tietämillä on saatu kompensoitua muilla kansallisuuksilla. Erityisesti aasialaisten matkailijoiden määrät ovat kasvussa. Kasvun odotetaan pysyvän edelleen positiivisena, vaikkakaan huippuvuoden 2017 kasvu lukuihin ei yllätä.

Kuva 4. Matkailun ydinklusterin liikevaihdon kehitys vuosina 2010–2018.



Lähde: Tilastokeskus / Asiakaskohtainen suhdannepalvelu. 2015 = 100

Tässä toimialaraportissa keskitytään matkailun ydinklusteriin, eli majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmalveluihin. Oleellinen merkitys tilastoinnin näkökulmasta on sillä, mikä on kunkin matkailualalla toimivan yrityksen kaupparekisteriin merkitty toimiala, jonka perusteella yritykset luokitellaan ja käsitellään myös tässä raportissa.

Ravitsemistoimialaan kirjautuvat vain ne yritykset, jotka toimivat yksinomaan tällä toimialalla. Erityisesti ravitsemispalveluiden näkökulmasta ravitsemistoimialaan jäävät kirjautumatta tunnusluvut esimerkiksi hotelleista, joissa on ravintola. Nämä tunnusluvut kirjautuvat kokonaisuudessaan majoituksen toimialalle. Myös ohjelmalvelukohteissa tapahtuva ruokailu tai maaseutumajoitukseen sisältyvä ruokailu jäävät kokonaisuudessaan pois ravitsemistoimialan luvuista.

Ohjelmalvelun liiketoiminta voi sisältyä yrityksen muun päätoimialan mukaisen toimialaluokan mukaan. Esimerkiksi hotellien tarjoamat ohjelmalliset palvelut todennäköisesti kirjautuvat majoituspalveluihin tai muihin palveluihin ja vaikkapa maaseutumatkailun osalta maatilatalouteen.

1.2 Toimialan kehittäminen edellyttää kansallisen tason yhteistyötä

Matkailutoimialan toimintaedellytysten kehittäminen vaatii poikkihallinnollista lähestymistapaa. Työ- ja elinkeinoministeriön koordinoiman matkailun poikkihallinnollisen asiantuntijatyöryhmän, MiniMatkan, tavoitteena on lisätä hallinnonalojen välistä yhteistyötä ja tiedonvaihtoa. Työryhmä valmistelee yhdessä muun muassa hallitusohjelman ja kansallisten strategioiden matkailulinjaukset sekä toimii yhtenä matkailun tiekartan toimeenpanijana. MiniMatka on toiminut aktiivisesti lähes 20 vuotta ja työryhmä kokoontuu useita kertoja vuodessa.

Matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartan 2015–2025 yhtenä päätavoitteena on matkailun yhteistyön vahvistaminen. Vaikka yhteistyö monilla alueilla toimiikin hyvin, tarvitaan sitä myös entistä enemmän isojen asioiden eteenpäin viemiseksi. Vuonna 2016 työ- ja elinkeinoministeriö asetti matkailun yritysjohtajista ja edunvalvonnan asiantuntijajäsenistä koostuvan matkailun yhteistyöryhmän tukemaan ministeriössä tehtävää matkailun kehittämistyötä. Työryhmän toimikausi oli 1.6.2016–31.12.2018. Ryhmälle asetutun tavoitteen mukaisesti työryhmä kokosi ja priorisoi matkailun kilpailukyvyn kannalta tärkeät linjaukset ja toimenpiteet vietäväksi hallituksen puolivälitarkasteluun 2017 sekä seuraavaan hallitusohjelmaan 2019.

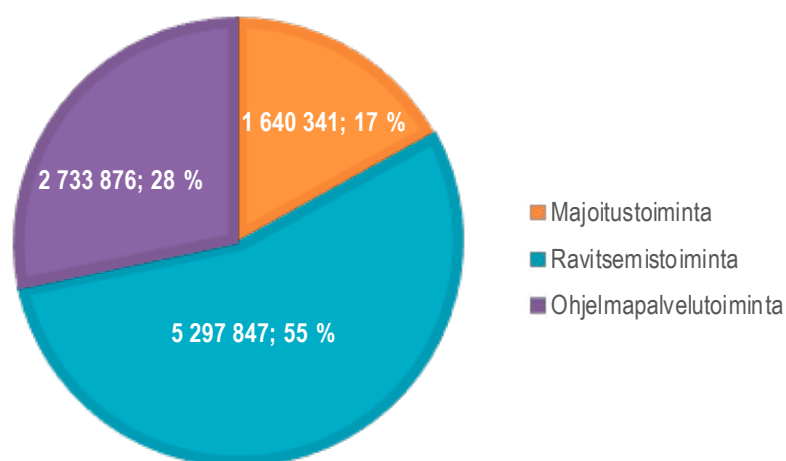
Tammikuun 2018 alussa kansainvälistymis-, investointi- ja matkailunedistämispalveluita tarjoava Finpro ja innovaatorahoitusta tarjoava Tekes yhdistyivät Business Finlandiksi. Business Finland luo edellytyksiä uudelle kasvulle auttamalla yrityksiä kansainvälistymään sekä rahoittamalla tutkimusta ja innovaatioita. Matkailu on yksi Business Finlandin kuudesta strategisesta teemasta. Teeman toteutuksesta vastaa käytännössä Visit Finland -yksikkö. Yksikön tehtävänä on auttaa Suomen matkailualueita ja siellä toimivia yrityksiä verkostoitumaan sekä kehittämään, myymään ja markkinoimaan kilpailukykyisiä ja laadukkaita matkailutuotteita yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Visit Finland on osa Business Finlandin Ekosysteemit-toimintoja, joiden tavoitteena on rakentaa ja tukea kansainvälisesti kilpailukykyisiä ja uutta kasvua luovia liiketoimintaekosysteemejä. Yhteistyötä eri toimijoiden kesken tehdään alueilla laajasti yritysten kokonaisvaltaisen kehittämisen aikaansaamiseksi.

2 Toimialan yritysrakenne ja yritysten toimintaympäristö

2.1 Yritysten liikevaihto ja työllisyys

Majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalveluiden (matkailun ydinklusteri) toimialoilla oli vuonna 2017 lähes 19 000 yritystä. Sektori työllisti suoraan yli 72 000 henkilötyövuotta. Liikevaihtoa toimialat toivat yhteensä 9,7 miljardia euroa. Edelliseen vuoteen verrattuna yritysten määrä kasvoi vajaalla 400 yrityksellä, liikevaihto kasvoi yli kuusi miljoonaa euroa ja työllisten määräkin (htv) kasvoi reilulla tuhannella työntekijällä. Matkailun ydinklusterin osista eniten liikevaihtoa tulee ravitsemistoiminnasta (kuva 5).

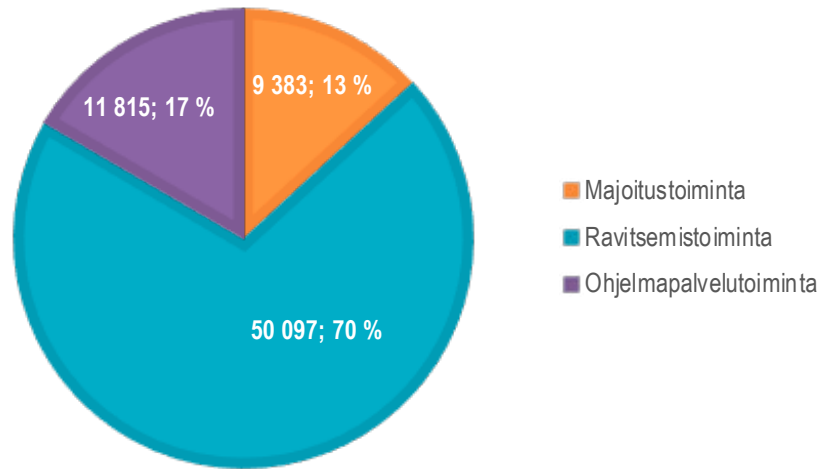
Kuva 5. Matkailun ydinklusterin liikevaihdon jakautuminen v. 2017 (tuhatta euroa).



Lähde: Toimiala Online /Tilastokeskus.

Henkilöstön määrä kohdistuu sekin merkittävästi ravitsemispalveluihin, kuten kuva 6 osoittaa. Yleistynyt vuokratyövoiman käyttö ei kuitenkaan näy näissä tilastoissa.

Kuva 6. Matkailun ydinklusterin henkilömäärän (htv) jakautuminen v. 2017.



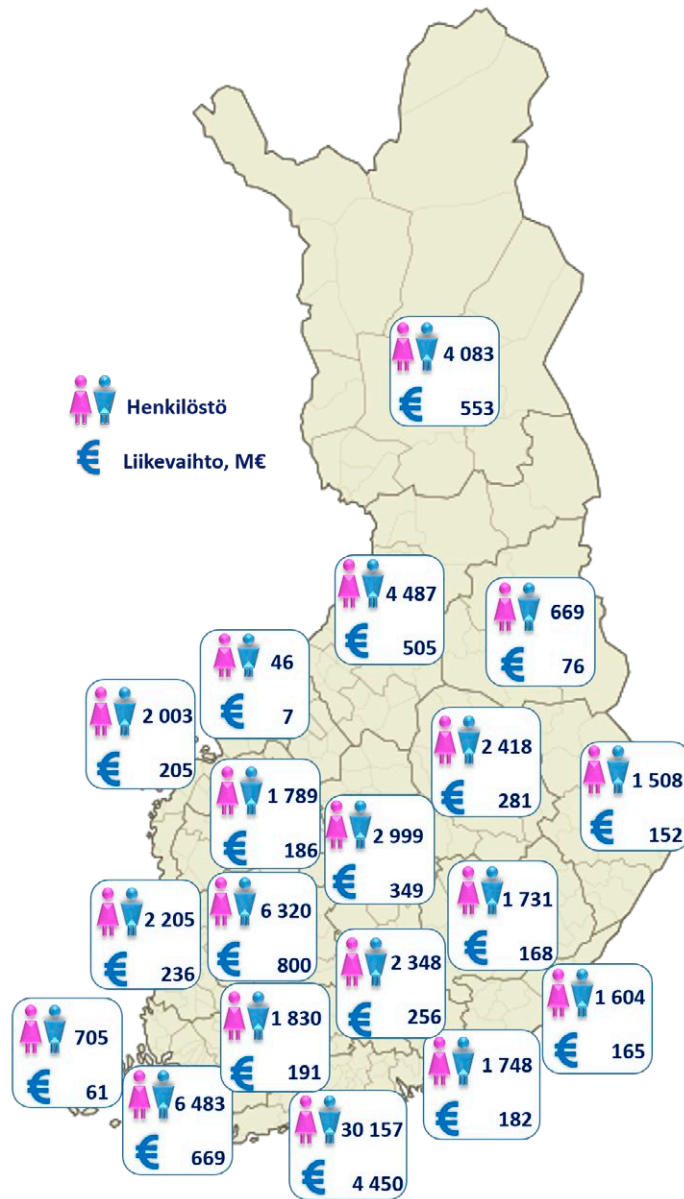
Lähde: Toimiala Online /Tilastokeskus.

Ohjelmapalvelutoiminnassa liikevaihdolla mitattuna suurin yksittäinen (45 %) toimiala on matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta (TOL 791), jonka yhteisliikevaihto on 1,2 miljardia euroa. Henkilöstön määrällä mitattuna suurin ohjelmapalveluiden toimiala on urheilulaitosten toiminta (TOL 9311), joka työllistää suoraan yli 2 500 henkilötyövuotta.

2.2 Toimipaikkojen liikevaihdon ja työllisyyden jakautuminen alueellisesti

Koko maassa vuonna 2016 oli lähes 21 500 matkailun toimipaikkaa. Matkailuyritykset ovat lukumäärällisesti keskittyneet Uudellemaalle, Pirkanmaalle ja Varsinais-Suomeen. Näissä maakunnissa sekä Lapissa ja Pohjois-Pohjanmaalla matkailun työllistämän henkilöstön ja liikevaihdon määrä on muuta maata suurempi (kartta 1).

Kartta 1. Matkailun ydinklusterin toimipaikkojen liikevaihto ja henkilöstö (htv) maakunnittain vuonna 2016.



Lähde: Tilastokeskus, kunnittainen toimipaikkatilasto.

Henkilöstöä toimipaikkaa kohden on eniten Etelä-Pohjanmaalla (87), Uudellamaalla (66), Pirkanmaalla (54) ja Lapissa (52). Näissä maakunnissa myös liikevaihtoa toimipaikkaa kohden sekä liikevaihtoa henkilöä kohden tulee eniten.

2.3 Uudet ja lopettaneet yritykset

Matkailualalla aloittaneiden yritysten määrä on pysynyt suhteellisen samana kaikilla matkailun pääaloilla eikä vuosien välillä ole suuria eroja. Majoituspalveluissa vuonna 2017 perustettiin 179 uutta yritystä, ravitsemispalveluissa 1 434 ja muissa matkailupalveluissa 876

uutta yritystä. Yhteensä vuonna 2017 perustettiin 2 489 uutta matkailualan yritystä (kuva 7), joka on 240 yritystä enemmän kuin vuonna 2013.

Kuva 7. Aloittaneet yritykset matkailussa vuosina 2013–2017.



Lähde: Tilastokeskus, Aloittaneet ja lopettaneet yritykset 2017.

Lopettaneiden yritysten määrässä ei myöskään ole suuria vuositasen muutoksia. Vuonna 2016 (viimeisin saatavilla oleva tilasto) lopettaneita majoitusalan yrityksiä oli 93, ravitsemistoiminnan yrityksiä 1 208 ja muita matkailupalvelualan yrityksiä 523. Yhteensä vuonna 2016 toimintansa lopetti 1 824 matkailuyritystä, kun vastaava luku vuonna 2013 oli 1 956 lopettanutta.

2.4 Toimialan suurimmat yritykset

Matkailun ydinklusterin suurimmat yritykset ovat kotimarkkinoilla laajasti toimivia yrityksiä, joiden asiakkaina on myös merkittävä määrä kansainvälisiä matkailijoita. Kyseessä on laajalla verkostolla kotimaassa toimivia mm. henkilöstö- ja laitosruokaloiden sekä hotellien toimialan yrityksiä, jotka suurelta osin kuuluvat erilaisten konsernirakenteiden kautta laajempiin kokonaisuuksiin. Liikevaihdoltaan suurimmat yritykset ovat Fazer Food Services Oy (271,3 miljoonaa euroa), SOK Liiketoiminta -konserniin kuuluva Sokotel Oy (219,8 miljoonaa euroa), Scandic Hotels Oy (195,9 miljoonaa euroa) sekä Suntours-konserniin kuuluva Aurinkomatkat Oy (194,9 miljoonaa euroa). Kymmenen liikevaihdoltaan suurimman yrityksen kotipaikka on Uusimaa. Henkilöstömääriltään suurimmat yritykset ovat Fazer Food Services, Sodexo, Arkea Oy, Sokotel Oy ja Royal Ravintolat Oy. Matkanjärjestäjät ovat pääosin suomalaisten ulkomaan lomamatkailua tarjoavia yrityksiä. 50 suurinta matkailun ydinklusterin yritystä löytyy liitteestä 3.

Majoituspalveluita tarjoavista yrityksistä suurimmat ovat Sokotel Oy, Scandic Hotels Oy, Lapland Hotels Oy, Sunborn Saga Oy sekä GLO Hotellit Oy. **Ravitsemispalveluiden**

suurimmat yritykset ovat Fazer Food Services Oy, Sodexo Oy, Royal Ravintolat Oy, Restel Ravintolat Oy sekä Finnair Kitchen Oy.

Ohjelmopalveluiden osalta toimialaluokat jakautuvat hyvin erityyppisiin matkailua palveleviin toimintoihin. *Varauspalvelut, matkaoppaiden palvelut* (TOL 79900) -ryhmän suurimmat yritykset ovat Oy Lomarengas Ab, Ltd, Ticketmaster Suomi Oy, Wintertestcenter Service Oy, Lippupiste Oy ja Lapland Hotels & Safaris Oy. *Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien* toiminnan (TOL 79100 ja 79110) liikevaihtolistauksen kärjessä ovat Oy SRG Finland Oy, Egencia Finland Oy, Oy Kilroy Finland Ab, CWT Finland Oy sekä GBT Finland Oy. *Esittävien taiteiden* (TOL 90010) puolella kärkipaikkaa pitävät tapahtumajärjestäjä ja lipunvälitystoimintaa harjoittava Live Nation Finland Oy sekä Turun Kaupunginteatteri Oy, KOKO Lahti Oy, Tampereen Teatteri Oy, Tampereen Työväen Teatteri Oy ja Stepup Oy. *Urheilulaitosten toiminnan* (TOL 93110) suurimmat yritykset ovat Helsinki Halli Oy, Arena Center Oy, Urheiluhallit Oy, Helsingin Liikuntahallit Oy sekä Santasport Finland Oy. *Huvi- ja teemapuistojen* (TOL 93210) kärjessä ovat Tampereen Särkänniemi Oy, SuperPark Oy, Muumimaailma Oy, Mariepark Oy ja Tykkimäen vapaa-aikakeskus Oy. Listauksesta puuttuu suurin huvipuistomme Linnanmäki (Lasten Päivän Säätiö), jonka liikevaihto vuonna 2017 oli 29 miljoonaa euroa. *Hiihto- ja laskettelukeskusten* (TOL 93291) suurimmat ovat Oy Levi Ski Resort Ltd, Rukakeskus Oy, Huippupaikat Oy, Hiihtokeskus Iso-Ylläs Oy ja Himos-Yhtiöt Oy. *Muulla luokittelemattoman huvi- ja virkistystoiminnan* (TOL 93299) suurimmat yritykset ovat Lapland Safaris West Oy, Oy Polarartistit Ab, Lapland Safaris North Oy, Oy Kuortane Sports Management Ltd, Leon Leikkimaa Oy ja Helsinki Allas Oy. *Kylpylaitokset, saunat, solariumit yms. palveluiden* (TOL 96040) liikevaihdon kärkipaikoilla ovat Flamingospa Oy, Kuntomestarit Oy, Obesus Oy, Oulun Solariumstudio ja Kotiharjun Sauna Oy.

Tarkemmat tiedot 50 suurimman yrityksen liikevaihdosta ja henkilöstömäärästä toimialoittain löytyvät liitteistä 4–13.

2.5 Osaavan työvoiman saatavuus matkailussa

Käsitys säännöllisestä, katkeamattoman urakehityksen ja työmarkkinaosapuolten sopimiseen nojaavasta työelämästä on muuttunut. Työmarkkinat, työura ja tehtävä työ ovat pirstaloituneita sekä aika- ja paikkariippumattomia. Työn muutos edellyttää myös matkailutyössä uusien johtamismallien luomista ja työmarkkinoiden toimivuutta. Työntekijöiltä vaaditaan entistä enemmän moniosaamista ja kykyä mukautua vaihtuviin tilanteisiin. Digitaalisessa, globaalissa ja verkostoituneessa työelämässä matkailutyöntekijöiden osaaminen korostuu.

Työn muutoksen mukanaan tuomien muutosten rinnalla matkailun kasvu edellyttää matkailutyöntekijöiden määrän ja osaamisen kehittämistä. Paikoitellen erityisesti osaavan työvoiman saatavuus on noussut jo matkailuyritysten kasvun esteeksi. Vuoden 2016 seurantatietojen mukaan työvoiman saatavuusongelmat ovat olleet muita toimialoja yleisempiä majoitus- ja ravitsemisalalla toimivissa yrityksissä. Tilastokeskuksen työnantajahaastattelujen mukaan vuonna 2016 noin 36 prosenttia majoitus- ja ravitsemisalalla työvoimaa hakeneista yrityksistä oli kokenut vaikeuksia löytää sopivaa työvoimaa. Rekrytointiongelmat olivat yleistyneet selvästi vuoteen 2014 nähden. Rekrytointiongelmiensa taustalla ovat

useimmiten olleet henkilöiden osaamiseen liittyvät syyt. Työpaikkaan liittyvät syyt ovat myös keskimäärin muita toimialoja yleisempiä.

Laajemmissa keskusteluissa esteiksi osaavan työvoiman saamisessa on nostettu mm. kohtaanto- ja kannustinloukkuongelmat, toimialan palkanmaksukyky, epäsäännölliset ja sesonkiluonteiset työt sekä asumiseen liittyvät ongelmat.

Koska matkailija ei matkallaan käytä yksinomaan matkailuyritysten palveluja eikä matkailuyritys voi olla omavarainen toiminnassaan, tarvitaan matkailuyritysten menestymiseen osaavaa työvoimaa muillakin kuin matkailutoimialoilla. Erityisesti suosituissa matkailukohteissa myös muiden kuin matkailuyritysten henkilökunnan osaamista on syytä kehittää koulutuksen avulla. Joissakin tapauksissa matkailu voi myös työllistää muiden toimialojen ammattilaisia kuten Matkailudiilin Metsurit matkailualalle -pilotissa pyritään tekemään. Useamman ammatin yhdistelmillä voidaan hakea ympärivuotista työllistymistä sesonkiluonteisissa matkailutöissä ja -kohteissa. Osaamisen vahvistuminen kaikilla toimijatasoilla ja -tahoilla sekä siitä seuraava alan ammattimaistuminen on Suomen matkailun kehittymisen yksi keskeinen edellytys.

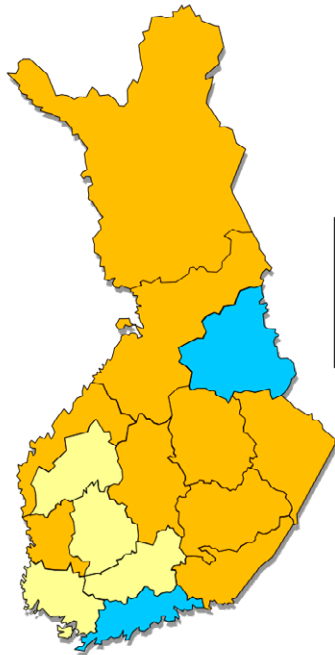
Matkailuyritykset tasapainottavat matkailutyöntekijöiden tarvetta henkilöstöpalveluyritysten palveluiden avulla. Vuokratyövoiman merkittävyys matkailuyrityksen oman henkilökunnan rinnalla näkyy erityisesti yrityksissä, joissa toiminta painottuu vahvoihin sesonkeihin. Yritysten omilla palkkalistoilla on ns. hiljaisen sesongin miehitys ja loput, varsinkin tuntityöntekijät, rekrytoidaan vuokrauksen kautta. Myös yrityksen sijainti vaikuttaa vuokratyövoiman käyttöön. Mitä kauempana vilkkaista työmarkkinoista yritys sijaitsee, sitä todennäköisempää vuokratyövoiman käyttö on.

Matkailutyöllisyyden tulevaisuuden näkymät ovat positiiviset, vaikkakin ne jakaantuvat toimialoittain ja ammattiteittain. MaRa ry:n kasvu- ja työllisyysnäkökymien jäsenkyselyssä vastaajat arvioivat, että vuoteen 2020 mennessä liikevaihto kasvaa keskimäärin 20 prosenttia ja investoinnit kasvavat 0,5 miljardia. Työvoiman tarpeen arvioitiin kasvavan noin 7 000 kokoaikaisella työntekijällä. Vastaajien mukaan kysynnän kasvun taustalla vaikuttavat Suomen kiihtyvä kaupungistuminen ja palveluvaltaistuminen sekä kansainvälisen matkailun nopeana jatkuva kasvu.

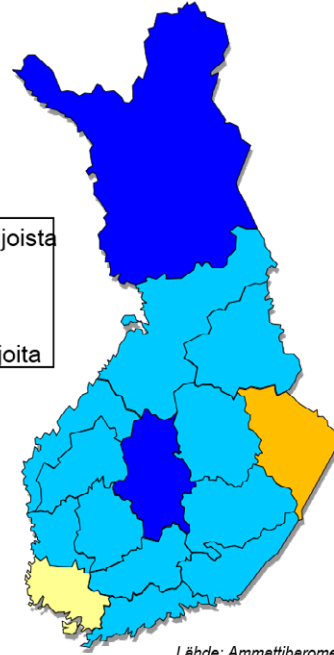
Työ- ja elinkeinotoimistoissa tehdään kaksi kertaa vuodessa arvio noin 200 ammatin kysynnän ja tarjonnan suhteista lähitulevaisuudessa. Arvio antaa osittain kuvan matkailualan työvoimatarpeesta. Tilanne on ammattibarometrin mukaan muuttunut kahdessa vuodessa merkittävästi, erityisesti ravintola- ja suurtaloustyöntekijöiden (kartta 2) sekä tarjoilijoiden (kartta 3) osalta.

Kartta 2. Arvio ravintola- ja suurtaloustyöntekijöiden työmarkkinatilanteesta seuraavan puolen vuoden aikana.

Syyskuu 2016



Syyskuu 2018



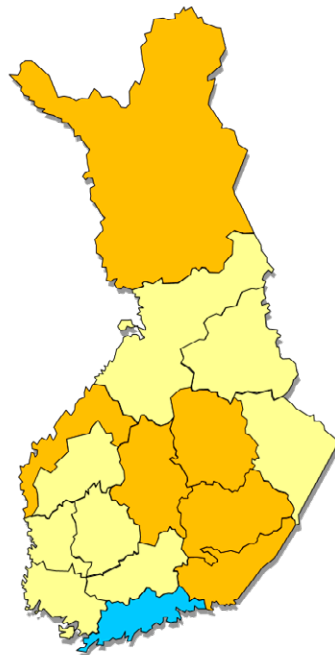
- Paljon pulaa hakijoista
- Pulaa hakijoista
- Tasapaino
- Liikaa hakijoita
- Paljon liikaa hakijoita

Lähde: Ammattibarometri

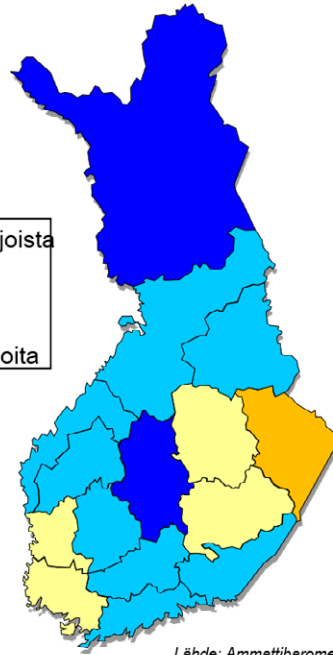
Lähde: Ammattibarometri 09/2018, TEM.

Kartta 3. Arvio tarjoilijoiden työmarkkinatilanteesta seuraavan puolen vuoden aikana.

Syyskuu 2016



Syyskuu 2018



- Paljon pulaa hakijoista
- Pulaa hakijoista
- Tasapaino
- Liikaa hakijoita
- Paljon liikaa hakijoita

Lähde: Ammattibarometri

Lähde: Ammattibarometri 09/2018, TEM.

Pidemmän ajan kehityskulun arvioinnissa on otettava huomioon mm. eri alojen työvoiman kysynnän muutos, alalle koulutuksen tms. kautta tulevien määrät ja alalta poistuvien määrät. TEM:n käytössä olevan ForeAmmatti-ennustemallin mukaan matkailussa on hyviä työmarkkinanäkymiä mm. ravintola-alan johtotehtävissä. Työmarkkinat ovat haasteelliset mm. tarjoilijoilla, hotellien vastaanottovirkailijoilla ja matkatoimistovirkailijoilla.

Matkailun koulutuspaikkoja on leikattu vuosien 2009–2016 aikana. Koulutuksen aloituspaikkoja on vähennetty ja aloituspaikkojen painotus on siirtynyt toiselta asteelta korkeakouluun ja majoitus- ja ravitsemisalalta matkailualalle. Koulutuksen aloituspaikkojen vähentämisen lisäksi matkailutyön arvostus on matala. Alan ammatillisen koulutuksen vetovoima ei ole nuorison keskuudessa korkealla tasolla. Matkailutyöhön kouluttautuneet eivät useinkaan jää alalle. Alan koulutustoimijoiden näkemysten mukaan erityisesti restonomit ja kokit vaihtavat usein alaa.

Matkailu 4.0 -ohjelman tavoitteena on edistää kasvua ja uudistumista erityisesti kansainvälisillä matkailumarkkinoilla. Osana kokonaisuutta on käynnissä matkailun työvoiman kohtaantoon liittyvä erillinen toimenpideohjelma, Matkailudiili, jonka avulla edistetään osaan työvoiman saantia oikeaan aikaan oikeassa paikassa. Toimenpideohjelman painopiste on työnhaun ja -tarjonnan julkisten ja yksityisten palveluiden tehostamisessa. Sitä kautta on tarkoitus saada työpaikat ja työntekijät kohtaamaan entistä paremmin.

2.6 Toimintaa ohjaavat säädökset

Matkailualan sääntelyyn kohdistui vuonna 2018 suuria uudistuksia. Alkoholilain uudistus astui voimaan, EU:n matkapalveludirektiivi pantiin täytäntöön kansallisen toimeenpanon myötä ja liikennepalvelulain uudistuksen ensimmäisen vaiheen uudistuksista erityisesti taksilainsäädäntöä koskevat uudistukset puhuttivat matkailuyrityksiä.

Alkoholilain uudistus purki erityisesti alkoholijuomien anniskelua koskevaa yksityiskohtaista sääntelyä

Uusi alkoholilaki tuli kokonaisuudessaan voimaan 1.3.2018. Lailla kumottiin mm. majoitus- ja ravitsemistoiminnasta annetussa laissa oleva ravintoloiden aukioloaikasääntely. Ravintolat voivat vapaasti päättää aukioloajoistaan ja ns. yökahvilailmoituksesta luovuttiin.

Anniskelulupien jakamisesta A-, B- ja C-lupiin luovuttiin. Anniskelupaikan sisätilaan on uudistuksen myötä voinut hakea lupaa enintään 5,5 %:n anniskelussa olevien alkoholijuomien vähittäismyyntiin samoilla säännöksillä kuin vähittäiskaupat. Uusi laki mahdollistaa myös velaksi anniskelun, minkä myötä alkoholijuomia voi maksaa esimerkiksi erilaisilla mobiilisovelluksilla. Uusia maksutapoja voidaan kehittää muun muassa suurten kävijämäärien tapahtumia tai kiireisiä ravintolailtoja varten.

Uudessa alkoholilaissa ei ole säännöstä tilapäisestä anniskeluluvasta. Tapahtumia, kuten festivaaleja varten voidaan hakea määräaikaista anniskelulupaa. Uusi laki mahdollistaa ravintoloille myös yhteiset anniskelualueet esimerkiksi kauppakeskuksissa. Jos seurueen jäsenet ovat halunneet eri ravintoloista ruokaa, ja osa lisäksi viiniä, on seurueen aiemman lain mukaan pitänyt hajautua eri ravintoloihin. Uuden lain myötä seurue voi hankkia ruokansa eri ravintoloista ja tulla samaan pöytään syömään, mutta yksi ravintola on juridisesti vastuussa anniskelusta.

Matkapalveluyhdistelmiin tuotiin yhteisiä käytäntöjä EU:n matkapakettidirektiivillä

Matkapalveluyhdistelmiä koskeva uusi lainsäädäntö tuli voimaan 1.7.2018 alkaen. Laki matkapalveluyhdistelmistä korvasi valmismatkalain ja laki matkapalveluyhdistelmien tarjoajista korvasi valmismatkaliikelain. Uusilla laeilla pantiin täytäntöön EU:n matkapakettidirektiivi, jossa kansallista liikkumavaraa ei juurikaan ollut.

Matkailupalveluja ostetaan yhä lisääntyvissä määrin netin välityksellä sekä Suomessa että muissa EU-maissa. Yhteisille käytännöille ja erityisesti kuluttajansuojan kattamiselle netistä ostettavien matkapakettien kohdalla oli tarvetta.

Matkapalveluyhdistelmien tarjoamisella tarkoitetaan matkapakettien ja yhdistettyjen matkajärjestelyjen tarjoamista. Matkapaketti syntyy, kun matkustaja varaa samaa matkaa varten yhteishintaan vähintään kaksi erityyppistä matkapalvelua, tyypillisesti kuljetus ja majoitus. Matkapaketti voi muodostua myös silloin, kun matkustaja tekee eri palvelutarjoajien kanssa erilliset sopimukset ja maksaa kunkin palvelun erikseen – kunhan palvelut ostetaan yhdestä myyntipisteestä tai yhden verkkovarausjärjestelmän kautta ja ne on valittu ennen kuin matkustaja sitoutuu maksamaan. Matkapaketissa matkanjärjestäjä on vastuussa koko matkapaketista.

Jos matkustaja varaa samaa matkaa varten matkailupalveluja eri palvelutarjoajilta yhden kerrallaan ja eri sopimuksilla, kyseessä on yhdistetty matkajärjestely. Kukin matkapalvelun myynyt yritys vastaa vain omasta palvelustaan. Mikäli matkanjärjestäjä auttaa matkustajaa tekemään erillisiä sopimuksia lisäpalveluista muiden palvelutarjoajien kanssa esimerkiksi ohjaamalla hänet linkkien kautta varaussivustoille, ei alkuperäisen paketin myynyt matkanjärjestäjä yleensä ole lisäpalveluista vastuussa.

Uusi laki sisältää aiempaa yksityiskohtaisemmat säännökset seikoista, joista matkustajalle on annettava tietoa ennen sopimuksen syntymistä – tiedot mm. matkanjärjestäjästä, tarjottavien matkapalvelujen pääominaisuuksista ja matkustajan oikeudesta peruuttaa sopimus ennen matkan alkamista. Asetuksen mukaan matkustajalle on annettava tietoa myös esimerkiksi siitä, soveltuuko matka yleisesti ottaen liikuntarajoitteisille henkilöille ja matkustajan pyynnöstä myös täsmälliset tiedot matkan soveltuvuudesta matkustajan tarpeisiin. Näiden ennakkotietojen lisäksi matkustajalle olisi annettava vakiotietolomakkeella tietoja matkustajan lakiin perustuvista oikeuksista.

Uusi direktiivi parantaa kaikkien EU-maiden matkailijoiden peruutusturvaa. Matkustajalla on oikeus peruuttaa matkapakettisopimus milloin tahansa ennen matkan alkamista. Matkustajan ei tarvitse ilmoittaa matkanjärjestäjälle peruuttamisen syytä. Matkanjärjestäjä on kuitenkin oikeutettu saamaan matkustajalta asianmukaisen ja perustellun peruutusmaksun. Jos matkan peruu ajoissa ja sen voi myydä jollekin toiselle, peruutusmaksun hinta on pienempi kuin jos peruutuksen tekee viime tingassa.

Uusi laki parantaa joltain osin matkustajan oikeuksia virhetilanteissa. Matkustajalla on esimerkiksi oikeus saada erillinen korvaus matka- tai lomautinnon menettämisestä. Nautinnon menettäminen voi tulla korvattavaksi esimerkiksi silloin, kun matkustaja sairastuu vakavasti matkapakettiin sisältyneen ruokatarjoilun vuoksi. Nautinnon menettämisen korvaaminen edellyttää kuitenkin sitä, että matkapalvelujen suorittamisessa on ilmennyt merkittävä ongelma.

Matkapalveluyhdistelmän tarjoajan on asetettava vakuus maksukyvyttömyytensä varalta, jos matkustajilta peritään etukäteen maksuja tai jos matkaan sisältyy kuljetus. Maksukyvyttömyyssuojaa koskeva uusi lainsäädäntö on yrityksille tasapuolisempi, varmempi ja nopeampi kuin vanha järjestelmä. Maksukyvyttömyyssuojamaksun suuruus määräytyy rekisteröityjen toimijoiden matkapalveluyhdistelmien myynnin liikevaihdon perusteella. Vakuuden tulee turvata matkustajien maksamat ennakkomaksut ja matkustajien paluukuljetukset. Elinkeinonharjoittajalla on tietyin edellytyksin mahdollisuus hakea vakuuden alentamista. Vakuudenasettamisvelvollisten matkapalveluyhdistelmien tarjoaja on velvollinen maksamaan valtiolle vuosittaista valvonta- ja maksukyvyttömyyssuojamaksua.

Pienimpien matkapalveluyhdistelmien tarjoajien hallinnollista taakkaa kevennettiin lain voimaantulon jälkeen. Jos yritys ei ole tilintarkastusvelvollinen, ei sen tarvitse toimittaa direktiivin vaatimaa tilintarkastajan lausuntoa Kilpailu- ja kuluttajaviranomaiselle. Toimija voi lausunnon sijaan toimittaa hallituksen ja toimitusjohtajan allekirjoittaman tietojen todenmukaisuuden vahvistavan asiakirjan, johon on liitetty tilintarkastajan lausuntoa vastaava lausunto.

Matkailuyritykset tarvitsevat taksiluvan asiakkaiden kuljettamiseen

Liikennepalvelulaki valmistuu vaiheittain vuosien 2018–2019 aikana. Tarkoituksena on saada aikaan markkinoita tukeva ja mahdollistava lainsäädäntö, jonka tavoitteena on aiempaa parempien palveluiden syntyminen ja saumattomat ovelta ovelle -matkaketjut. Taksiliikennesääntelyä koskeva uudistus toteutettiin liikennepalvelulain ensimmäisessä vaiheessa ja sääntely astui voimaan 1.7.2018. Taksitoiminta oli aiemmin vahvasti säännelty, mutta uudistuksessa sääntelyä kevennettiin merkittävästi. Lakisäätöiset päivystys- ja ajovelvoitteet poistuivat ja taksiliikenteen harjoittamiseen oikeuttavien lupien saaminen helpottui oleellisesti. Aiemmin taksimäärä oli säädelty kuntakohtaisesti, mutta nyt kiintiöstä on luovuttu. Enimmäishintojen säätelämisestä on myös luovuttu. Koulutusvaatimuksia on kevennetty niin yrittäjien kuin kuljettajien osalta. Yritystoiminta on kuitenkin edelleen luvanvaraista, ja myös kuljettaminen vaatii luvan. Lisäksi velvoitteet tietojen antamisesta ja hinnan ilmoittamisesta koskevat myös taksiliikennettä.

Taksilupasääntelyn matkailuyrityksiä koskeva muutos on merkittävä, sillä jatkossa myös matkailuyritykset tarvitsevat taksiliikenneluvan kuljettaessaan asiakkaita osana palvelukokonaisuutta. Aiemmin palveluyrityksen hallinnassa olevalla henkilöautolla sai kuljettaa henkilöitä ilman taksilupaa, jos kuljetus liittyi koti- tai matkailupalveluihin ja kuljetus oli osa yrityksen tarjoamasta palvelukokonaisuudesta.

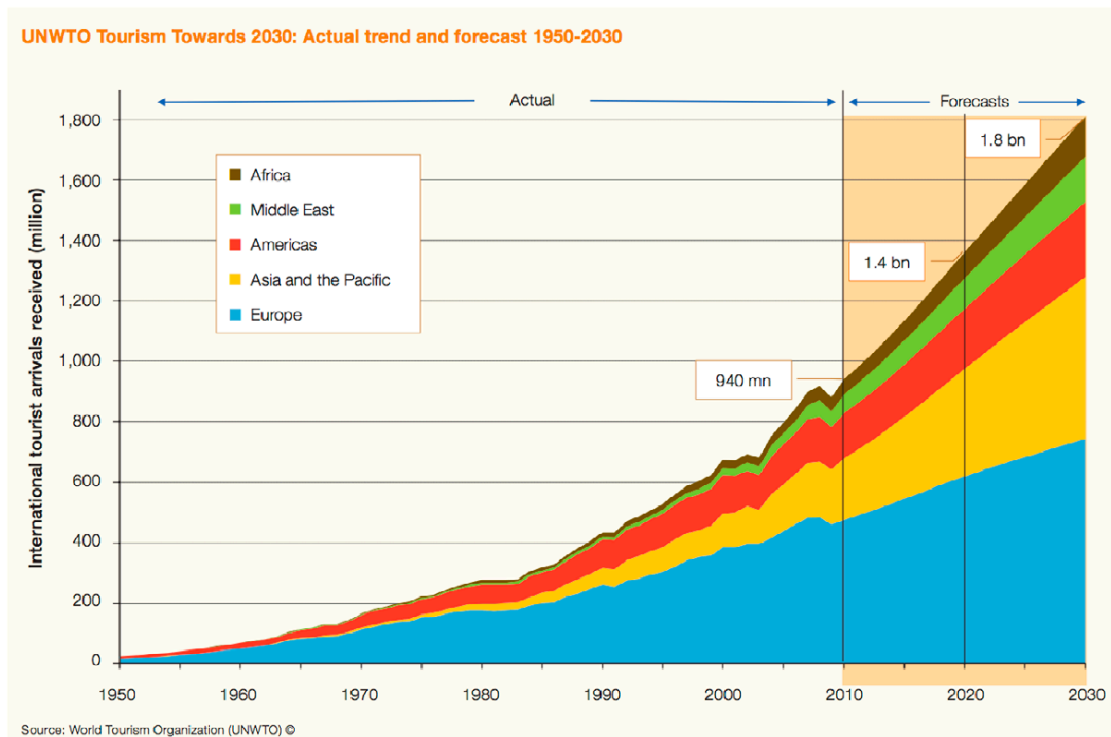
Niille koti- ja matkailupalveluyrityksille, jotka tarjoavat henkilökuljetuksia osana palvelukokonaisuuksia, tuli taksiliikennelupaa koskevan uudistuksen myötä lisävelvoitteita aiempaan verrattuna. Taksiliikenneluvan lisäksi mm. taksiliikenteessä olevan ajoneuvon käyttötarkoitus tulee ilmoittaa ajoneuvoliikennerekisteriin luvanvaraisena käyttönä, mikä voi nostaa ajoneuvon vakuutusmaksuja. Matkailuyrittäjille tilannetta helpotettiin kuitenkin siten, että kuljettajalla ei tarvitse olla taksinkuljettajan ajolupaa, jos kuljetus on osa koti- tai matkailupalveluyrityksen tarjoamaa palvelukokonaisuutta ja tapahtuu palveluyrityksen hallinnassa olevalla ajoneuvolla. Jos matkailuyritys tarjoaa erillisiä maksullisia kuljetuksia (esim. kuljetukset lentokentältä ja hotelliyöpyminen), tällaisissa kuljetuksissa kuljettajilla on kuitenkin aina oltava taksinkuljettajan ajolupa.

3 Markkinoiden rakenne ja kehitys

3.1 Markkinoiden kokonaiskuva

Vuosi 2017 oli kasvavan matkailun vuosi koko maailmassa. Kansainväliset matkailijamäärät nousivat 1,3 miljoonaan, ja kasvua edellisen vuoteen oli 84 miljoonaa. Matkailun kasvu neljän prosentin vuositasolla on jatkunut jo kahdeksan vuoden ajan peräkkäin. Kuvasta 8 näkyvät matkailijamäärät maanosittain vuodesta 1950 nykyhetkeen asti sekä ennuste vuoteen 2030 asti.

Kuva 8: UNWTO:n tilasto maanosittaisista matkailijamääristä vuodesta 1950 asti sekä ennuste vuoteen 2030.



Lähde: UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, March/April 2018.

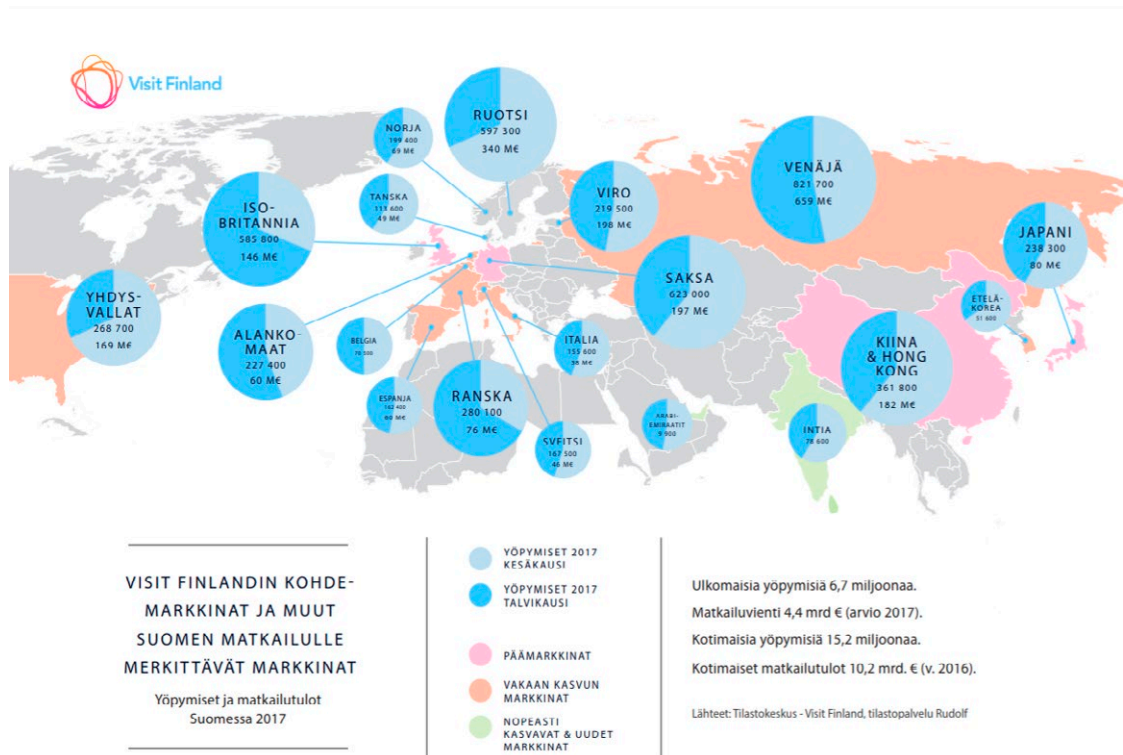
Vuonna 2017 Suomen majoitusliikkeissä kirjattiin ennätyksellisesti lähes 22 miljoonaa yöpymisvuorokautta, joista noin 15,2 miljoonaa oli kotimaisten ja runsaat 6,7 miljoonaa ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä. Majoituspalvelujen ulkomainen kysyntä kasvoi lähes 17 ja kotimainen kysyntä yli 4 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. Kaikkiaan majoituspalvelujen kokonaiskysyntä kasvoi noin kahdeksan prosenttia. Tilastokeskus on vuoden 2017 tammikuusta alkaen laajentanut majoitustilaston kohdejoukkoa lisäämällä siihen muutamia hotelli- ja hostellitoimialoilla toimivia majoitusliikkeitä. Muutoksen vaikutus vuodesta 2017

alkaen on noin 2,5 prosenttia yöpymisten kokonaismäärästä. Muutoksesta johtuen tiedot vuodesta 2017 alkaen eivät ole täysin vertailukelpoiset aiempien vuosien kanssa.

Matkailu kaikista Suomeen suuntautuvista tärkeimmistä matkailijamaista kasvoikin vuonna 2017 selvästi. Hotelliyöpymisten kokonaismäärä oli lähes 17,5 miljoonaa vuorokautta, mikä oli 7 prosenttia enemmän kuin vuonna 2016. Kotimaisia hotelliyöpymisiä kerätyi 11,8 miljoonaa vuorokautta ja ulkomaisia lähes 5,7 miljoonaa vuorokautta. Kotimaisten matkailijoiden hotelliyöpymiset lisääntyivät 3,6 ja ulkomaisten matkailijoiden 14,9 prosenttia vuoteen 2016 verrattuna.

Venäläiset olivat edelleen suurin ulkomaisten matkailijoiden ryhmä Suomen majoitusliikkeissä. Venäläisten yöpymiset lisääntyivätkin vahvemman ruplan ja sitä kautta lisääntyneen matkailun ansiosta 18 prosenttia. Venäjän jälkeen toiseksi suurimmaksi lähtömaaksi nousi Saksa, josta yöpymiset lisääntyivät 15 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. Ruotsista yöpymismäärät lisääntyivät 9 prosenttia, ja se oli lähtömaiden listalla kolmas. Tärkeimmistä Suomeen suuntautuvista matkailijamaista suurin kasvuprosentti tuli Kiinasta, 35 prosenttia. Kuvasta 9 näkyvät matkailija- ja tulovirrat eri maista.

Kuva 9. Matkailija- ja tulovirrat vuonna 2017.



Lähde: Matkailijatutkimus 2017, Visit Finland.

Ulkomaiset yöpymiset pääkaupunkiseudulla lisääntyivät kaiken kaikkiaan 19 prosenttia, ja muihin matkailun suuralueisiin verrattuna ne myös jakautuivat tasaisimmin eri lähtömaiden kesken. Venäjä kipusi edellisvuoden neljänneltä sijalta ykköseksi ja Kiina kolmannelta sijalta toiseksi. Näin molemmat ohittivat edellisvuoden kärkikaksikon, Saksan ja Ruotsin, vaikka

niiltäkin markkinoilta yöpymiset lisääntyivät. Lähes Ruotsin tuntumaan ja yli 200 000:n yöpymismääriin kipusi myös Iso-Britannia. Pääkaupunkiseudulla yli 150 000 yöpymisen rajan ylittivät myös Yhdysvallat sekä Japani.

Lapin hurja kasvuvauhti jatkui jo toista vuotta peräkkäin, ja vuonna 2017 kasvua kertyi peräti 22 prosenttia. Lapin ulkomaisista yöpymisistä lähes viidennes kirjattiin brittimatkailijoille (kaikkiaan lähes 300 000 yöpymisvuorokautta). Brittien lisäksi 100 000 yöpymisrajan ylittivät saksalaiset, ranskalaiset ja venäläiset.

Myös Järvi-Suomessa sekä rannikko- ja saaristoalueella ulkomaiset yöpymiset lisääntyivät edellisvuoteen verrattuna. Järvi-Suomessa kasvua kertyi 15 prosenttia, ja selvästi suurin matkailijaryhmä olivat venäläiset lähes 400 000 yöpymisvuorokaudellaan. Rannikko- ja saaristoalueella yöpymiset lisääntyivät kahdeksalla prosentilla, ja suurin lähtömaa oli Ruotsi lähes 300 000 yöpymisvuorokaudellaan. Saksalaisten yöpymiset ylsivät yli 100 000 yöpymisvuorokautteen niin Järvi-Suomessa kuin rannikko- ja saaristoalueella, joten Saksa oli kolmen suurimman lähtömaan joukossa kaikilla matkailun suuralueilla. Suuralueittaiset muutokset näkyvät kartasta 4.

Kartta 4. Ulkomaisten yöpymisten määrän muutos suuralueittain vuonna 2017.



Lähde: Visit Finland / Tilastokeskus.

Alkuvuodesta 2018 matkailijamäärien kasvu taittui edellisen vuoden huippulukuihin verrattuna. Lokakuussa matkailijoiden yöpymisten määrä lähti taas kasvuun. Kaikkiaan yöpymiset lisääntyivät 1,2 prosenttia alkuvuonna (tammi-lokakuu). Yhteensä alkuvuoden yöpymisiä oli 19 miljoonaa, joista ulkomaisten matkailijoiden osuus oli 5,6 miljoonaa. Kotimaisten matkailijoiden yöpymiset lisääntyivät 1,5 prosenttia ja ulkomaisten yöpymiset 0,7 prosenttia vuoden 2017 vastaavaan ajankohtaan verrattuna.

Venäläiset olivat alkuvuodestakin suurin majoittujaryhmä yli 680 000 yöpymisellään. Määrä on samaa tasoa kuin edellisenäkin vuonna. Venäläisten jälkeen seuraavaksi suurimmat majoittujaryhmät olivat saksalaiset (pudotusta 0,1 %), ruotsalaiset (pudotusta 6,9 %) ja britit (pudotusta 2,9 %). Viidenneksi suurin majoittujaryhmä oli kiinalaiset, joiden yöpymiset (280 000) lisääntyivät 4,1 prosentilla. Myös yhdysvaltaisten, ranskalaisten, hollantilaisten ja espanjalaisten matkailijoiden yöpymismäärät lisääntyivät alkuvuodesta.

Oxford Economicsin mukaan ulkomaisten yöpymisten määrän arvioidaan lisääntyvän vuoteen 2023 noin 2 prosenttiyksikön vuosivauhtia. Suurimmat kasvuodotukset (taulukko 1) kohdistuvat venäläisiin, kiinalaisiin (sis. Hong Kong) ja sveitsiläisiin. Japanilaisten yöpymisten määrän arvioidaan vähentyvän eniten.

Taulukko 1. Tiettyjen kansallisuuksien yöpymisten määrät vuosina 2017–2018 ja ennuste vuosille 2018–2023.

	2017 Yöpymiset lkm	2017 Yöpymisten muutos %	Yöpymiset Keskimääräinen muutos % 2013-2017	Yöpymiset Muutosennuste % 2018-2023
Ulkomaiset	6 742 834	16,8	3	2
EU-28	3 574 405	16,9		
Skandinavia	930 128	9,7		
Aasia	1 050 576	22,7		
Venäjä	821 698	17,8	-9	7
Saksa	622 991	15,3	3	1
Britannia	585 814	17,0	8	2
Kiina ja Hong Kong	361 753	33,3	27	6
Ranska	280 069	12,0	5	2
Yhdysvallat (USA)	268 723	16,0	17	-1
Japani	238 278	11,1	6	-5
Alankomaat	227 405	30,1	83	3
Sveitsi	167 450	9,3	5	5
Espanja	162 361	29,0	11	3
Italia	155 599	11,8	4	1
Arabiemiirikunnat	9 906	30,7	22	1
Belgia	70 452	16,4	6	3
Intia	78 634	43,9	14	3
Itävalta	70 769	19,7	5	-1
Korean tasavalta	51 605	23,3	15	0

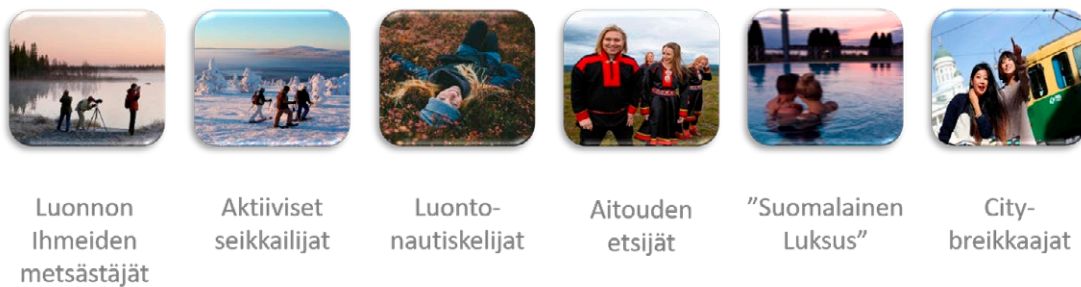
Lähde: Visit Finland / Tilastokeskus ja Oxford Economics.

3.2 Asiakkuudet toimialalla

Matkailun toimialan asiakkuuksia voidaan jakaa monesta eri näkökulmasta. Yksi tapa on jakaa matkustajat matkan tarkoituksen mukaan vapaa-ajan matkustajiin sekä työmatkustajiin. Tyypillinen ryhmittelytapa on myös asiakkaiden jaottelu kotimaisiin ja ulkomaisiin (kansainvälisiin) asiakkaisiin.

Asiakassegmentit ja niin ikään Suomen vetovoimatekijät perustuvat pitkälti luontoon, mutta yhä enemmän niiden läpileikkaavina teemoina ovat suomalaisen elämäntavan ja kulttuurin kokeminen, joka liittyy matkailun suureen Living like local -trendiin. Paikallisuuden ja aitouden korostaminen on rikastuttanut Suomen kuvaa matkailumaana ja antanut mahdollisuuksia erottua naapurimaista. Tämä näkyy myös asiakassegmenteissä, jotka perustuvat Visit Finlandin syksyllä 2017 teettämään kohderyhmätutkimukseen. Tutkimuksessa määriteltiin kuusi Suomen kannalta merkittävää asiakassegmenttiä: luonnon ihmeiden metsästäjät, aktiiviset seikkailijat, luontonautiskelijat, aitouden etsijät, ”suomalainen luksus” ja city-breikkaajat (kuva 10).

Kuva 10: Matkailijaryhmien jaottelu.



Lähde: Visit Finlandin kohderyhmätutkimus 2017.

Segmentit ovat monipuolistuneet viime vuosina samalla kun matkailun rakenne on muuttunut yhä moninaisemmaksi: Suomeen matkustetaan yhä monipuolisemmin, matkailijat alkavat löytää pääkohteiden rinnalle vähemmän tunnettuja alueita, ja matkailua tapahtuu tasaisemmin vuoden ympäri.

Suomen kolmea pääasiallista asiakassegmenttiä määrittää erilainen suhde luontoon: luonnon ihmeiden metsästäjillä, luontonautiskelijoilla ja aktiivisilla seikkailijoilla on kullakin oma profiilinsa.

Luonnon ihmeiden metsästäjät haluavat ainutlaatuisen luontokokemuksen. Heille tärkeintä on nähdä luonnon ihmeitä jopa suorittamiseksi asti, ikuistaa niitä ja jakaa kuvia kokemuksistaan. Erityisesti revontulien kokeminen, mutta myös muut Suomen luonnon ”ihmeet”, kuten yötön yö ovat tyypillisiä elämyksiä tälle once in a lifetime -asenteen omaavalle matkailijalle. Segmentti eroaa muista luontosegmenteistä nimenomaisesti tarkan motiivinsa vuoksi.

Aktiiviset seikkailijat ovat innokkaita luonnossa suoritettavien aktiviteettien harrastajia. He ovat uteliaita kokeilemaan uusia ja vähän erikoisempiakin urheilu- ja liikuntalajeja. He kokevat luontoa ja kauniita maisemia aktiviteettien kautta. Ryhmään kuuluvat tavoittelevat

hyvää mieltä ja energiaa. Matkustusmotiivin voi kiteyttää aktiiviseksi toimintalomaksi luonnossa. Tämän asiakassegmentin kiinnostuksen kohteet kattavat niin extreme-lajit kuin myös maastohiihdon, talven ja arktisen luonnon kokemisen, eläinten tarkkailun sekä muut vesi-, lumi- ja maastoaktiviteetit.

Luontonautiskelijat ovat kahteen edelliseen ryhmään verrattuna ehkä puhtaimmin luontoon itsessään keskittynyt segmentti. He ovat matkailijoita, jotka haluavat ladata akkujaan luonnon rauhassa ja kauniista maisemista ammentaen, ja viettää slow-elämää kiirehtimättä kokemaan vauhdilla asioita. Heille voi riittää käveleminen rauhassa sekä nautiskelu puhtaudesta ja raikkaudesta vastapainona arjen aikatauluille. Luonnon rauha ja akkujen lataus ovat heille tärkeitä. Luontonautiskelijat suosivat kansallispuistoja ja aitoja luontokokemuksia metsissä, järvillä ja saaristossa. Erämaaretriitit, sienestys ja marjastus metsässä voivat myös olla heille mieluisia aktiviteetteja.

Luontosegmentteihin ja erityisesti luontonautiskelijoihin liittyvät vahvasti luonnon hyvinvointivaikutukset. Kolmea muuta asiakassegmenttiä määrittää kulttuurin ja elämäntavan kokeminen. Suomalainen luonto voi niissäkin olla keskeinen rikastuttava tekijä.

Aitouden etsijät haluavat sulautua paikallisten joukkoon ja välttää ”turistirysiä”. He haluavat kokea, miltä tuntuisi asua kyseisessä maassa tai paikassa, samalla kuitenkin osallistuen aktiivisesti ja kokiien monipuolisesti paikallista elämäntapaa. Museot ja tapahtumat kuten festivaalit ja konsertit, paikallisen kaupunki- ja maaseutuelämäntyylin kokeminen, luonnosta nauttiminen ja saunominen, paikallinen ruokakulttuuri, paikalliset kulttuurikohteet ja design-alueet sekä erikoiset majoitusmuodot ovat tämän segmentin mieleen.

Suomalaisen luksuksen etsijät -ryhmään kuuluvat haluavat voida hyvin sekä henkisesti että fyysisesti (body&soul), ja he ovat valmiita panostamaan hieman enemmän kalliimpiin ja erikoisempiin majoituspaikkoihin, liikuntapalveluihin, hoitoihin ja niin edelleen. He etsivät kokonaisvaltaista hyvinvointia ja aikaa itselle, (pienestä) ylellisyydestä tinkimättä. He voivat harrastaa kevyitä luontoliikunta-aktiviteetteja ja nauttia hyvinvointipalveluista sekä jopa eksklusiivisista ja erikoisista majoitusmuodoista.

Suomessa lähinnä suurimmilla kaupungeilla, kuten Helsingillä, Turulla ja Tampereella on mahdollisuus tavoitella *city-breikkaajia*. He ovat matkailijoita, jotka haluavat nähdä ja kokea kaupungin erikoisuudet ja alueet, joissa on kiinnostavaa nähtävää ja koettavaa. Kaupunkiin liittyvät tarinat ja historia ovat heille tärkeitä, samoin halu kokea kaupungin elämänmenoa kokonaisvaltaisesti, mutta kuitenkin selkeästi matkailijan näkökulmasta. Kaupungin erityispiirteet, museot ja design-alueet, yleisesti ottaen tutustuminen kaupunkiin ja sen ruokakulttuuriin, tapahtumiin, elämänmenoon sekä ostosmahdollisuuksiin tuovat city-breikkaajille elämyksiä.

4 Alan yritysten taloudellinen tilanne

Tässä luvussa yritysten taloudellista tilannetta on tarkasteltu mediaanilukujen valossa. Yritysten ja konseptien hyvin erilainen markkinatilanne vaihtelee paljonkin maakunnittain ja alueittain. Myös yksittäisten yritysten välillä on suuria eroja.

4.1 Kannattavuus

Yksi liiketoiminnan taloudellisen tuloksen perustunnusluku on käyttökate, joka matkailualan yrityksillä on heikohkolla tasolla. Yleisenä käyttökate tasona palvelualan yrityksillä pidetään 5–15 prosentin tasoa. Käyttökate on kuitenkin parantunut usealla matkailun alatoimialalla, kuten taulukko 2 osoittaa. Matkatoimistot, matkanjärjestäjät ja varauspalvelut sen sijaan kamppailevat edelleen käyttökatteensa kanssa, vaikka paranemista onkin tapahtunut.

Taulukko 2. Käyttökate prosentteina matkailun eräillä toimialoilla vuosina 2012–2017 (mediaani).

Käyttökate-%	2012	2013	2014	2015	2016	2017
55 Majoitus	4	3	4	5	7	9
56 Ravitsemistoiminta	1	0	2	3	4	5
79 Matkatoim, -järjestäjät, varauspalv	2	1	1	0	3	4
9001 Esittävät taiteet	-11	-13	-46	-56	6	15
9002 Esittäviä taiteita palveleva toim.	11	6	4	2	8	11
9104 Kasvitiet, eläintarh, luonn.puistot	7	5	2	3	2	6
9311 Urheilulaitosten toiminta	9	11	8	7	10	9
932 Huvi- ja virkistystoiminta	5	5	0	2	7	9

Lähde: Tilastokeskus, Toimialoittainen yritystietopalvelu / Tilinpäätöstilastot.

4.2 Vakavaraisuus ja maksuvalmius

Pääomarakenteen tunnusluvuihin omavaraisuusaste mittaa yrityksen vakavaraisuutta, tappionsietokykyä ja kykyä selviytyä velvoitteistaan pitkällä aikavälillä. Yli 40 prosentin omavaraisuusastetta pidetään hyvänä ja alle 20 prosentin heikkona. Mediaanilukujen valossa omavaraisuusaste on kaikilla matkailun toimialoilla hyvällä tasolla (taulukko 3), mutta erot yritysten välillä ovat merkittäviä.

Taulukko 3. Omavaraisuusaste prosentteina matkailun eräillä toimialoilla vuosina 2012–2017 (mediaani).

Omavaraisuusaste-%	2012	2013	2014	2015	2106	2107
55 Majoitus	29	34	28	28	30	35
56 Ravitsemistoiminta	29	35	32	32	33	35
79 Matkatoim, -järjestäjät, varauspalv	22	26	27	26	31	40
9001 Esittävät taiteet	75	90	74	76	75	88
9002 Esittäviä taiteita palveleva toim.	53	62	56	51	50	60
9104 Kasvitiet, eläintarh, luonn.puistot	55	54	63	65	41	58
93110 Urheilulaitosten toiminta	47	48	51	50	49	50
932 Huvi- ja virkistystoiminta	39	43	35	34	36	44

Lähde: Tilastokeskus, Toimialoitainen yritystietopalvelu / Tilinpäätöstilastot.

4.3 Pääoman käytön tehokkuus

Pääoman tuottoa voidaan mitata laskemalla kokonaispääoman tuotto-%. Se on kannattavuuden mittari, johon yrityksen maksupolitiikalla tai yhtiömuodosta johtuvalla verotekniikalla ei ole vaikutusta. Kokonaispääoman tuottoa voidaan pitää hyvänä, jos arvo on yli 10 % ja heikkona, kun arvo on alle 5 %. Pääoman tuotto matkailuyrityksissä on mediaanilukuja tarkasteltaessa varsin heikolla tasolla kokonaisuutena. Kehittymistä on toki tapahtunut, mutta lähtötasokin on ollut kovin heikko. Vain esittävät taiteet ja niitä palveleva toiminta nousevat omavaraisuuden osalta hyvälle tasolle (taulukko 4).

Taulukko 4. Kokonaispääoman tuotto prosentteina matkailun eräillä toimialoilla vuosina 2012–2017 (mediaani).

Kokonaispääoman tuotto-%	2012	2013	2014	2015	2016	2017
56 Majoitus	-1	-1	-1	-1	0	0
57 Ravitsemistoiminta	-3	-4	1	2	5	5
80 Matkatoim, -järjestäjät, varauspalv	-1	-2	-1	-2	0	1
9002 Esittävät taiteet	-37	-57	-76	-89	12	20
9003 Esittäviä taiteita palveleva toim.	9	3	4	0	8	13
9105 Kasvitiet, eläintarh, luonn.puistot	-1	0	-1	-1	-5	1
9312 Urheilulaitosten toiminta	0	0	-1	-1	0	0
933 Huvi- ja virkistystoiminta	-3	-2	-5	-3	1	1

Lähde: Tilastokeskus, Toimialoitainen yritystietopalvelu / Tilinpäätöstilastot.

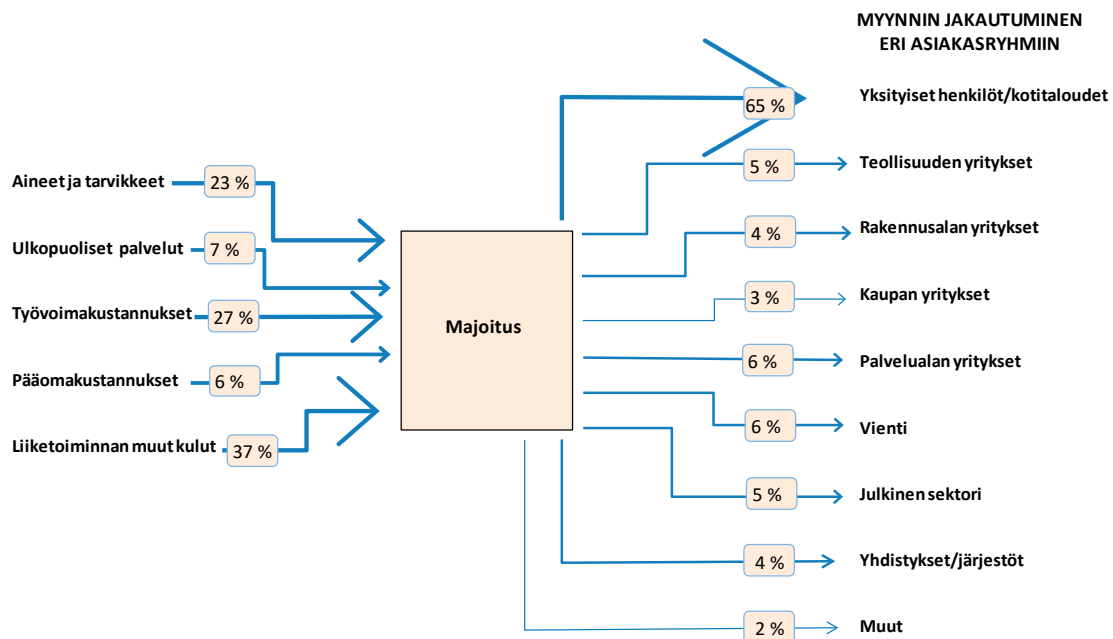
4.4 Liiketoimintaketjut

Matkailun liiketoimintaympäristöä voi kuvata myös raha- ja hyödykevirtoja tarkastelemalla. Tarkastelussa on hyödynnetty Tilastokeskuksen tilinpäätöstilastoja sekä pk-yritysbarometria. Panostarkastelu on tehty pienille, alle 10 hengen yrityksille.

Matkailun selvityksessä tähän tarkasteluun mukaan on otettu pääluokat 55 (majoitus), 56 (ravitsemistoiminta) ja 79 (matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta). Näiden pääluokkien raha- ja hyödykevirrat poikkeavatkin toisistaan melko paljon. Tarkastelua on mahdollista tehdä vain toimialaluokituksen kaksinumeroisella ylätasolla.

Tässä tarkasteluaineistossa (alle 10 hengen yritykset) majoituksen puolella liiketoiminnan muut kulut nousevat suurimmaksi kulueräksi (37 %). Liiketoiminnan muihin kuluihin on kirjattu yrityksen kiinteät kulut, kuten vuokrat, kiinteistön ylläpitokulut, energian käyttökulut sekä vakuutukset. Työvoimakustannuksiin kuuluu 27 prosenttia sekä aineisiin ja tarvikkeisiin 23 prosenttia. Markkinointikulut näkyvät sekä liiketoiminnan muissa kuluissa että ulkopuolisten palveluiden ostoissa. Ensisijaisina asiakkaina majoitusalaalla ovat yksityishenkilöt ja kotitaloudet, joille kohdistetaan 65 prosenttia palveluista. Seuraavaksi eniten palveluita käyttävät muiden toimialojen yritykset sekä julkinen sektori. Majoituksen raha- ja hyödykevirrat näkyvät kuvassa 11.

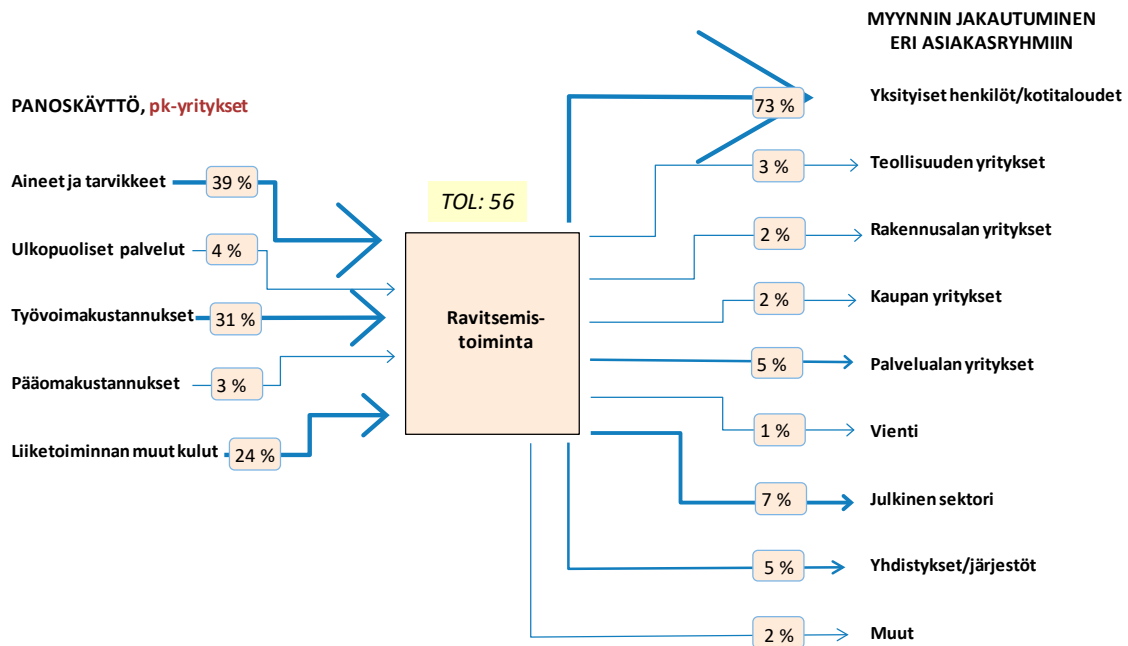
Kuva 11. Majoituksen raha- ja hyödykevirrat, TOL 55.



Lähde: Tilastokeskus/tilinpäätöstilastot 2017 (ennakko), PK-yritysparometri/ syyskuu 2017.

Ravitsemispalveluiden kulurakenne on hieman erilainen. Ravitsemispalveluiden suurimmat kuluerät ovat aineet ja tarvikkeet (39 %), työvoimakustannukset (31 %) ja liiketoiminnan muut kulut (24 %). Ensisijaisina asiakkaina ravitsemispalveluissa ovat majoitusalan tapaan yksityishenkilöt ja kotitaloudet, joille kohdistetaan 73 prosenttia palveluista. Ravitsemistoiminnan raha- ja hyödykevirrat näkyvät kuvassa 12.

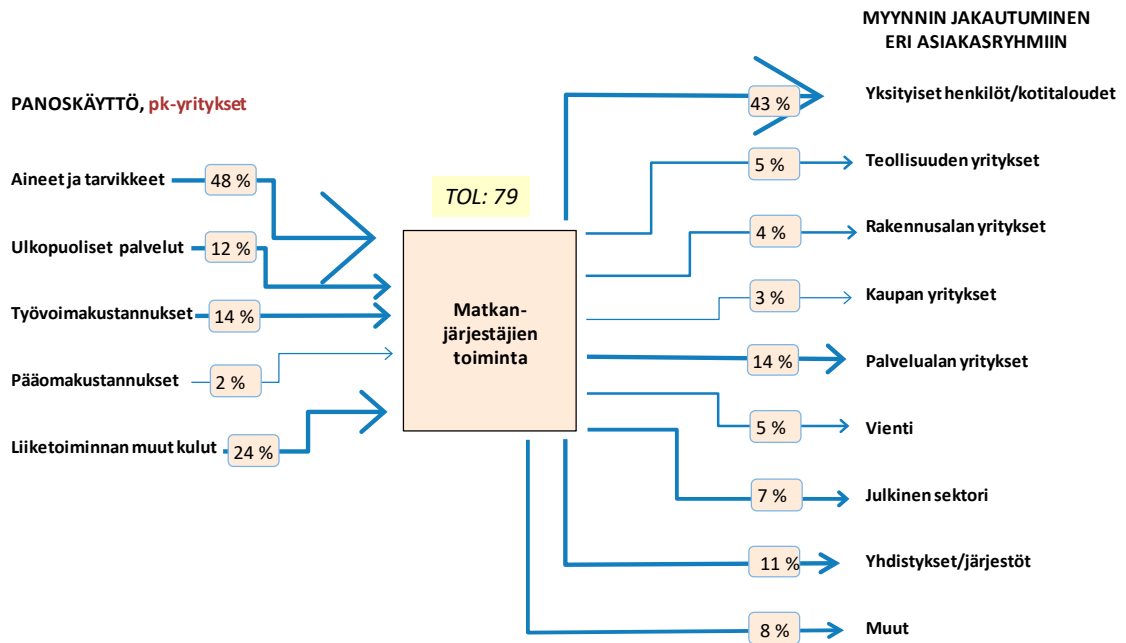
Kuva 12. Ravitsemistoiminnan raha- ja hyödykevirrat, TOL 56.



Lähde: Tilastokeskus/tilinpäätöstilastot 2017 (ennakko), PK-yritysbarometri/ syksy 2017.

Matkanjärjestäjätoiminnan kulurakenne poikkeaa sekä majoitus- että ravitsemispalveluiden rakenteesta. Matkanjärjestäjätoiminnan selvästi suurimmat kuluerät ovat aineet ja tarvikkeet (48 %) sekä liiketoiminnan muut kulut (24 %). Ensisijaisina asiakkaina matkanjärjestäjätoiminnassa ovat majoitus- ja ravitsemisalalan tapaan yksityishenkilöt ja kotitaloudet (43 %), mutta muiden alojen yritykset sekä yhdistykset ja järjestöt näkyvät huomattavasti merkittävimminä kohderyhminä. Matkanjärjestäjätoiminnan raha- ja hyödykevirrat näkyvät kuvassa 13.

Kuva 13. Matkanjärjestäjätoiminnan raha- ja hyödykevirrat, TOL 79.



Lähde: Tilastokeskus/tilinpäätöstilastot 2017 (ennakko), PK-yritysbarometri/ syksy 2017.

5 Investoinnit ja kehittämistoimenpiteet

5.1 Toimialan investoinnit Suomessa ja Suomeen

Matkailun merkittävä kasvu edellyttää investointeja matkailun eri osa-alueilla. Matkailijoiden majoittaminen vaatii lisää majoituskapasiteettia, mutta myös sisältöön ja tekemiseen on erilaisen infrastruktuurin ohella panostettava. Muut Pohjoismaat ovat panostaneet kasvuun lisäämällä majoituskapasiteettia, ja esimerkiksi Tukholman majoituskapasiteetti on kaksinkertaistunut vuosina 2004–2015. Kongressit ja tapahtumat tuovat vuosittain kymmeniä miljoonia euroja pelkästään pääkaupunkiseudulle. Helsingin kanssa tapahtumista kilpailevat mm. muut Pohjoismaiden pääkaupungit, ja esimerkiksi Göteborgissa suunnitellaan Gothia Towersin kolmen hotellitornin viereen neljättä sekä uutta areenaa. Göteborgissa on muidenkin kokouspaikkojen viereen tehty persoonallisia hotelleja.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n mukaan Suomessa on käynnissä kaikkien aikojen kylpylä- ja hotelli-investointien buumi. Vuosina 2015–2020 jo rakennettuihin ja rakennettaviin hotelleihin investoidaan yhteensä yli miljardi euroa.

Helsinki-Vantaan lentoasemalla on käynnissä historiansa mittavin laajennushanke, jonka ansiosta lentoasema on valmis palvelemaan jopa 30 miljoonaa matkustajaa vuodessa. Finavia investoi kentän laajentamiseen ja parantamiseen 900 miljoonaa euroa. Lapin lentoasemille Finavia investoi 55 miljoonaa vuosina 2018–2019. Tampere-Pirkkalan lentoaseman laajennus valmistui syksyllä 2018.

Alueellisesti tarkasteluna esimerkiksi Lapin matkailuinvestoinnit vuonna 2017 olivat noin 200 miljoonaa euroa. Lapin Kauppakamarin mukaan investointipotentiaali on lähes kymmenkertainen ja matkailuyrityksissä kasvatetaan majoituskapasiteettia kovaa vauhtia.

Majoituskapasiteettia lisääviä hankkeita on meneillään hyvin monella eri puolella Suomea toimivalla hotelliketjulla ja -toimijalla. Myös uusia tulijoita Suomeen on tulossa. Esimerkiksi Marriott rakentaa hotellin Tampereelle, Nordic Choice Hotels aikoo rakentaa useita uusia hotelleja seuraavien vuosien aikana ja Scandic muuttaa toimitiloja hotelliksi Helsingin rautatieasemalla. Helsinkiin on tekeillä yli kymmenen uutta hotellia: pelkästään Jätkäsaareen on vireillä viisi hotellihanketta.

Majoituskapasiteettia laajennetaan myös eri tavoin eri puolilla Suomea. Rovaniemelle rakennetaan kapselihatelli, joka on hieman edullisempi vaihtoehto esimerkiksi lapsiperheille. Kapselihatellissa on 50 avaraa, puusta tehtyä makuukoloa, jotka sijaitsevat isossa hallitilassa. Rukakeskus aloittaa uuden kävelykylän rakentamisen Itä-Rukan puolelle, työ on käynnistynyt Ruka Valley -hotellin ja majoituskapasiteetin lisäinvestoinnilla. Kalajoen Hiekkasärkät puolestaan aikoo kasvaa ympärivuotiseksi matkailukeskukseksi kymmenien miljoonien eurojen investoinneilla rakentamalla mm. hotelleja, ravintoloita, vapaa-ajanviettomahdollisuuksia ja asuntoja.

Myös leirintämatkailu on muuttanut ja muuttaa muotoaan. Leirintämatkailun arvioidaan muuttuvan ympärivuotisemmaksi ja keskittyvän sellaisilla alueilla, jotka kehittyvät koko ajan. Matkailuajoneuvopuolella harrastajamäärät ovat kasvussa ja ajoneuvojen leirintämatkailun

majoitusvuorokaudet ovat yli 60 prosenttia. Mökkeilyn osuus on pysynyt 30 prosentin luokassa ja telttailu laskenut vajaaseen 10 prosenttiin.

Rinneinfran osalta Pohjois-Suomen matkailukeskuksista Levi, Iso-Syöte ja Ruka ovat kertoneet suuremmista investoinneista. Leville on valmisteilla 30 miljoonan euron investoinnit uuteen hissiin ja sen ala-asemalle rakennettaviin uusiin majoitus-, ravintola- ja liiketiloihin. Iso-Syötteelle on rakenteilla 120-paikkainen huoneistohotelli sekä hirrestä rakennettava Lumiareena-monitoimihalli ympärivuotisen matkailutoiminnan mahdollistamiseksi. Rukalla puolestaan investoidaan rinneinfraan kahden seuraavan vuoden aikana 15 miljoonalla eurolla. Tahkolla lisätään lumetuskapasiteettia seitsemällä miljoonalla eurolla. Myös Sappeen matkailukeskuksessa on investoitu uuteen lumetusjärjestelmään.

Huvipuistot investoivat vuonna 2017 merkittävästi toimintansa kehittämiseen. Perinteisistä huvipuistoista suurimmat investoinnit tekivät Särkänniemi (8 miljoonaa euroa) ja Linnanmäki (7,1 miljoonaa euroa). Kaikista puistoista isoimmat investoinnit teki sisäpuistoja pyörittävä Hoplop, joka käytti uusiin puistoihin yhteensä 11 miljoonaa euroa. Linnanmäen kaikkien aikojen suurin sijoitus on vuonna 2019 valmistuva 10 miljoonan euron Taiga-vuoristorata. Särkänniemessä on investoitu vuonna 2017 valmistuneeseen Hypeen, jonka ympärille on rakennettu isompaa teemakokonaisuutta. Tarkoituksena on lisätä huvipuiston houkuttelevuutta äärimmäisiä kokemuksia kaipaavien silmissä. Ulkopuistot ovat riippuvaisia ennen kaikkea säästä. Yksi keino suojautua keleiltä on hajauttaa riskiä. Sisäpuistoketjut Hoplop ja Superpark ovat tulleet vauhdilla huvipuistojen joukkoon, ja myös perinteiset toimijat ovat kehittäneet omia sisäratkaisuja.

Ulkomailta Suomeen suuntautuvat matkailuinvestoinnit ovat tähän mennessä olleet vähäisiä. Kilpailu ulkomaisista investoinneista on kovaa ja se käydään maatasolla: Suomi on ulkomaiselle investoijalle yksi sijoituskohteiden joukossa. Keski-Euroopan markkinoiden täytyessä Pohjois-Eurooppa on nousussa sijoituskohteena, ja kiinnostus Suomea kohtaan on huomattavasti lisääntynyt viime aikoina. Eniten kiinnostusta ovat herättäneet Helsinki ja Lappi, mutta yhä enenevässä määrin myös Järvi-Suomi sekä rannikko- ja saaristoalueet. Haasteena ei tällä hetkellä olekaan löytää ulkomaisia pääomia tai toimijoita, vaan liiketoiminnallisesti kannattavia ja tuottavia sijoituskohteita ulkomaisille toimijoille. Sijoitusta hakevan matkailuhankkeen täytyy olla huolella suunniteltu ja konseptoitu sekä pystyä osoittamaan sijoittajalle faktat ja todisteet hankkeen liiketoiminnallisesta tuotosta.

5.2 Kehittämistoimenpiteet toimialalla

Suomen matkailun tiekartan 2015–2025 mukaan matkailun kasvua odotetaan syntyvän Suomen vahvuuksien – puhdas luonto, omaperäinen kulttuuri, hyvinvointia edistävät olosuhteet ja toimiva infrastruktuuri – pohjalta sekä matkailun ja muiden alojen rajapinnassa tapahtuvan innovaatiotoiminnan tuloksena. Vahvuudet tulee tehdä asiakkaalle entistä näkyvämmäksi kokoamalla niistä tuotteistettuja, helposti ostettavia ja houkuttelevia elämyksiä hyödyntämällä koko kalenterivuosi myös työntekijöiden pysyvyyden näkökulmasta.

Matkailu 4.0 -ohjelman lisäresursseilla syvennetään ja laajennetaan luonto-, kulttuuri-, ruoka- ja terveysturmatkailun teemoissa tehtäviä kehittämistoimenpiteitä. Lisäresursseilla edistetään myös teemallista partneriutta suomalaisten matkailuyritysten ja matkailun

liitännäistoimialojen kanssa uusien tai nousevien markkinoiden houkuttelemiseksi urheilu-, koulutus- ja luksusmatkailuun liittyen. Rural Finland II -hankkeen avulla kannustetaan maaseutualueiden ruoka-, luonto- ja kulttuurimatkailun toimijoita muodostamaan aktiivisia ja avoimia verkostoja maaseutualueilla ja yhdistämään voimavaroja kehittämistyössään.

Suomen matkailun kehittämiseen teemasta ja toimijasta riippumatta vaikuttaa voimakkaasti matkailun digitalisaatio. Digitalisaatio tulee huomioida tuotekehityksessä, markkinoinnissa ja myynnissä. Visit Finlandin, ELY-keskusten ja muiden toimijoiden toimenpiteiden avulla pyritään edistämään matkailuyritysten kansainvälistymis- ja digikyvykkyyttä.

5.2.1 Saavutettavuus

Fyysinen saavutettavuus edellyttää asukkaiden, yritysten ja matkailijoiden tarpeita vastaavaa liikenne- ja tietoliikenneinfrastruktuuria koko maassa. Huomiota tulee kohdistaa kaikenlaisten ja -kokoisten yritysten saavutettavuuteen. Fyysinen saavutettavuus on keskeinen lähtökohta toimivien ja digitaalisesti markkinoitavien ja myytävien matkaketjujen rakentamiseksi. Suomeen suuntautuvan matkailun saavutettavuudessa korostuu Suomen saavutettavuus lentämällä, Helsingissä myös meriteitse. Suomen sisäisessä saavutettavuudessa lento-, raide- ja tieliikenteen kattavuus sekä julkisen liikenteen toimivuus ovat keskeisessä roolissa. Saavutettavuuden parantaminen edellyttää poikkihallinnollista lähestymistapaa ja lakiuudistusten tuomien mahdollisuuksien hyödyntämistä. Strategioiden laadinnassa ja toimenpiteissä on tarve lisätä kansallisen tason ja alueiden välistä vuoropuhelua ja yhteistyötä.

Lentomatkustuksen matkustajamäärät Suomen lentoasemilla vuonna 2017 kasvoivat yli 9 prosenttia ja lentoasemilla palveltiin 22,7 miljoonaa matkustajaa. Kansainväliset lentomatkustajamäärät Suomeen kasvoivat lähes 12 prosenttia ja kotimaanmatkustuskin yli 2 prosenttia. Ulkomaisten matkailijoiden tilastoinnissa on kuitenkin huomioitava, että Helsingissä konetta kotimaan lennolle vaihtavat matkustajat tilastoidaan kotimaisiksi matkustajiksi. Kasvua tapahtui lähes kaikilla Suomen lentoasemilla. Helsinki-Vantaan jälkeen matkustajamääriltään suurimmat kentät ovat Oulu, Rovaniemi ja Kittilä. Rovaniemen ja Kittilän kentät ovat etenkin talvisaikaan varsin vilkkaita.

Kaikkien Finavian kenttien matkustajamäärä tammi-marraskuussa 2018 on ollut 22,8 miljoonaa matkustajaa, mikä on 10,1 prosenttia enemmän kuin vastaavaan aikaan vuonna 2017. Helsinki-Vantaan lentoaseman kautta on vuoden 2018 tammi-marraskuussa kulkenut 19,2 miljoonaa matkustajaa. Finavian mukaan matkustajamääriä on kasvattanut lentoliikenteen yleisesti hyvä vuosi sekä Suomen vetovoima ja Helsinki-Vantaan kasvava asema liikenteen solmukohtana Aasian ja Euroopan välillä. Lentoyhtiöt ovat lisänneet lentoja Helsinki-Vantaalle, ja yhä useammat lentoyhtiöt operoivat suurilla laajarunkokoneilla.

The International Air Transport Association (IATA) arvioi, että lentomatkustajien määrä maailmassa nousee keskimäärin 3,6 prosenttia vuodessa ja matkustajien määrä tuplaantuu seuraavan kahdenkymmenen vuoden aikana. Suurinta lentoliikenteen kasvua odotetaan Euroopan ja Aasian välisistä lennoista, joista arvioidaan tulevan puolet uusista matkustajista. Kiina-liikennettä ovat Pohjoismaissa hoitaneet perinteisesti Finnair ja SAS Siperian ylilentosopimusten turvin. Nyt markkinoille on uusia tulijoita ja suurimpaan osaan Euroopan

pääkaupungeista tullaan saamaan lisää lentoja Kiinasta. Kiinalaisia lentoyhtiöitä tultaneen näkemään lisää myös Suomessa. Myös Intia kipuaa lentomatrustajien kärkijoukkoon.

Halpalentoyhtiöt ovat myös kasvattaneet osuuttaan Euroopassa, sillä jo puolet lentokoneiden istumapaikoista kuuluu halpalentoyhtiöille. Suuret eurooppalaiset lentoyhtiöt ovatkin jo joutuneet lähtemään hintakilpailuun mukaan, vaikka samanaikaisesti polttoainekustannukset tuovat nousupainetta lippujen hintoihin. Alalla arvioidaan, että lentoyhtiöiden lipuista saatava tuotto tulee laskemaan tulevaisuudessa, jolloin säästäminen mm. polttoainekuluissa nousee merkittävästi rooliin. Suomessa tarjolla olevista lentomatrustojen paikoista halpalentoyhtiöillä on noin 15 prosentin osuus. Osuus on EU-maiden pienimpiä. Halpalentoyhtiöt eivät juurikaan avaa uusia reittejä Suomesta, mikä johtuu mm. pienestä väestöpohjasta ja etäisyydestä.

Lapin lentokentille joulukuussa 2018 saapuvien ulkomaanlentojen määrän arvioidaan kasvavan noin 15 prosenttia, ja kentille odotetaan noin 680 ulkomaanlentoa. Suurin osa lennoista on charter-lentoja. Kansainvälisyys on selvästi kasvamassa Lapissa, jonne tulee lentoja yli 50 kohteesta eri puolilta maailmaa. Rovaniemen lentokentälle lennetään tilaus- tai reittilentoja 13 eri maasta, Kittilään kahdestatoista ja Ivaloossa kuudesta. Kotimaan reittilentoja on 257, mikä on 10 prosenttia enemmän kuin joulukuussa 2017.

Laivaliikenne nautti helteisestä ja aurinkoisesta kesästä 2018, joka oli suosiollinen etenkin laivayhtiöille. Viking Linelle, Tallink Siljalle ja Finnlinesille kesäsesonki oli monin tavoin ennätysellinen. Etenkin heinäkuussa matrustajia vieraili laivayhtiöiden laivoilla ennätysellinen määrä. Helteinen sää on näkynyt myös laivojen ravintoloiden myynnissä. Tallink Silja raportoi kuudetta vuotta peräkkäin matrustajamäärien kasvua, ja myös aasialaisten laivamatrustajien osuus on kasvussa. Finnlinesin matrustajamäärät kasvoivat myös, osittain uuden aluksen myötä. Heinäkuu 2018 oli matrustajamääriltään Viking Linen historian toiseksi vilkkain. Helsingin satamassa matrusti tammi-lokakuussa 2018 linjaliikenteessä 9,8 miljoonaa matrustajaa.

Kansainvälisten risteilyalusten purjehduskausi oli Helsingissä kesällä 2018 ennätysellinen. Risteilyvieraita Helsinkiin saapui lähes 520 000 matrustajaa, mikä on 8,5 prosenttia enemmän kuin edellisenä kesänä. Aluskäyntejä kuluneena kautena oli 285, mikä on toiseksi korkein luku risteilyalusten käyntimäärissä. Se kertoo alusten koon suurenemisestä. Matrustilijoista saksalaisia oli 25, pohjoisamerikkalaisia 24, brittejä 12, kanadalaisia 5, italialaisia 4 ja espanjalaisia 4 prosenttia.

Raideliikenteen osalta Suomen rautateiden tavara- ja henkilöliikenne kasvoi voimakkaasti vuonna 2017. Sekä kotimaan että kansainväliset kuljetukset kasvoivat. Lähiliikenteessä tehtiin kaikkiaan 72,7 miljoonaa matkaa, mikä oli 4 prosenttia edellisvuotista enemmän. Kaukoliikenteen matrustojen määrä kasvoi 8 prosenttia 13 miljoonaan matkaan. Suomen ja Venäjän välisissä kansainvälisissä matrustoissa kasvu oli yli 20 prosenttia. VR:n matrustaja- ja rahtiliikenteen kysyntä onkin kasvanut niin paljon, että yhtiöllä alkaa olla pulaa kalustosta.

Junaliikenne avataan kilpailulle kesäkuussa 2022. Rautatieliikenteen kilpailuttamisen arvioidaan laskevan lipunhintoja ja parantavan liikenteen turvallisuutta. Kilpailun avaaminen on laskenut muualla Euroopassa kustannuksia 20–30 prosentilla ja samanlaisen suuntauksen odotetaan näkyvän aikanaan myös Suomessa alempina lipunhintoina. Kaikkien

toimijoiden edellytetään ylläpitävän omia toimivia turvallisuusjärjestelmiään, kun taas valtiolla on vastuu infrastruktuurista ja rautateiden ylläpidosta.

Tieliikenne on erityisen tärkeä kotimaanmatkailulle, sillä iso osa kotimaan matkailijoista saapuu kohteeseensa henkilöautolla. Kulkutapojen käytössä tieliikenteessä on havaittu siirtymää, sillä henkilöautomatkat ovat aiempaa pidempiä ja joukkoliikennematkat entistä lyhyempiä. Liikkumisen alueelliset vaihtelut johtuvat ennen muuta liikennejärjestelmän ja maankäytön eroista. Suomalaiset suosivat julkista liikennettä matkustaessaan yksin pidemmän matkan kotimaassa, mutta enemmistö lapsiperheistä matkustaa mieluummin omalla autolla. Liikennevirasto seuraa liikennesuoritteita (ajoneuvon km/vuosi), ja tämä kehitys on pitkällä aikavälillä ollut nouseva, vaikka joitain yksittäisiä laskuja on ollut havaittavissa. Lisäksi tiestöllä on tietyissä paikoissa automaattisia mittauspisteitä, jotka mittavat koko ajan liikenteen määrää.

Matkailijalle tuntemattomassa kaupungissa paikallisliikenteellä matkustamiseen on suuri kynnys. Paikallisliikenteen sijaan on helpompi valita taksi tai vaikka kävellä. Matkustajan osaamisen taso ja luonteenpiirteet ohjaavat tiedonhakuja ja siten myös koko matkustuskokemusta.

Koko matkaketjun toimivuus ja saavutettavuus kustannuksineen on yksi keskeinen tekijä matkakohteen valinnassa. Automaatio ja erilaiset liikkumispalvelun (esim. MaaS) sovellukset helpottavat todennäköisesti tulevaisuudessa liikkumista ja koko matkaketjun toimivuutta suunnittelusta maksamiseen ja matkustamiseen kotiovelta matkakohteen kautta takaisin kotiovelle. Suomen saavutettavuuden kehittämistä on puhuttu paljon nimenomaan kansainvälisen matkailijan Suomeen saapumisen näkökulmasta. Sen rinnalla Suomen sisäiseen saavutettavuuteen on kiinnitettävä aiempaa enemmän huomiota. Saavutettavuuden edistymisen myötä yhä useampi matkustaa mahdollisesti myös Suomessa yhä laajemmin.

Sisäiseen saavutettavuuteen on tullut erilaisia linja-auto- ja junamatkojen hintoja vertaavia verkkopalveluita, jotka hakevat samalla kertaa hintoja ja aikatauluja sekä kertovat matka-ajan, esimerkiksi Matkakeisari.fi, Perille.fi ja Pikavuorot.fi. Palveluista saa myös halvimman ostopaikan, jos samaan vuoroon myydään lippuja sivustolla. Palveluita tarjotaan myös Reittiopas-tyylisesti lähtöpaikasta saapumispaikalle, jolloin mukana on eri liikkumisvälineiden palveluita.

Kansallisella tasolla tarkasteltuna suurimmat haasteet ja kehittämistarpeet matkailun sisäisen saavutettavuuden kehittämisessä liittyvät toimijoiden yhteistyöhön, tiedontuotantoon ja palvelutarjoajien osaamiseen. Matkailuelinkeinon näkökulma tulisi huomioida aiempaa vahvemmin liikkumisen strategisissa kehittämishankkeissa ja lainsäädäntötyössä. Matkailun ja liikkumisen paikoitellen siiloutuneesta sektoritoiminnasta tulee siirtyä kohti yhteistä tavoitetta tukevaa yhteistyötä ja toimijoiden roolien vastuiden ja intressien täsmentämistä niin alue/kaupunki/maakunta-, virasto- kuin kansallisellakin tasolla. Saavutettavuuden kehittämisen taustalle tarvitaan tietoa matkailijoiden liikkumisvirroista ja matkaketjuihin liittyvistä tarpeista. Tiedon avulla voidaan huomioida matkailijoiden tarpeet paikallisten asukkaiden tarpeiden rinnalla esimerkiksi liikennejärjestelmäsuunnittelun, alueellisen maankäytön ja keskeisten liikenteen matkailukäytävien ja solmukohtien määrittelyn osalta. Liikkumisen ja matkailun palvelutarjoajien osaamista kehittämällä voidaan olemassa olevia liikkumis- ja matkailupalveluiden toimintamalleja jalostaa kohti pysyvien yhteispalvelujen tarjoamista.

Yhteispalveluissa huomioidaan matkailijan matkaketjut asiakas- ja liiketoimintanäkökulmista. Liikkumisen ja matkailun palveluntarjoajien tiiviimpi yhteistyö tiedon jakamisessa edistäisi toimintamallien jalostamista ja tukisi toimijoiden ennakkointia, suunnittelua ja kehittämistä.

5.2.2 Kestävyys ja vastuullisuus matkailussa

Kestävä matkailu edistää paikallisyhteisön hyvinvointia monipuolisesti – taloudellisesta, ekologisesta, sosiaalisesta, kulttuurisesta ja poliittisesta näkökulmasta. Matkailun kestävässä paikallistaloudessa matkailun negatiiviset vaikutukset minimoidaan ja positiivisia vaikutuksia sekä matkailuyrittäjille että paikalliselle yhteisölle pyritään maksimoimaan. Matkailua on kehitettävä sujuvassa yhteistyössä muiden elinkeinojen kanssa tavalla, joka turvaa sen elinmahdollisuudet ja resurssit sekä huomioi luonnon ja paikallisen kulttuurin erityispiirteet, myös tulevaisuudessa.

Tutkimusten mukaan matkailu tuottaa jopa lähes kymmenesosan maailman hiilijalanjäljestä ja osuus on voimakkaassa kasvussa. Aiemmin matkailun osuudeksi päästökurmasta on arvioitu 2,5–3 prosenttia. Uusien laskentamallien ansioista on voitu ensimmäistä kertaa huomioida kaikki olennaiset matkailun hiilidioksidikuorman vaikuttavat tekijät. Eniten päästöjä aiheutui rikkaiden maiden kansalaisten matkailuista, ja suurin osa päästöistä syntyi matkustamisesta. Lentomatkailun osuus matkailun kokonaispäästöistä on 20 %. Loput syntyvät kulutuksesta ja erilaisista palveluista.

Lentoliikenteen kestävyys on puhututtanut lentoliikennealaa, jonka yhteisenä tavoitteena on päästöjen vähentäminen 1,5 prosentilla vuoteen 2020 mennessä ja päästöjen puolittaminen vuoteen 2050 mennessä vuoden 2005 tasosta. Lisäksi alan kasvun tulisi olla hiilineutraalia vuodesta 2020 lähtien. Ala sopi hiilineutraalista kasvusta vuonna 2017. Järjestelmä on vapaaehtoinen vuosina 2021–2026, mutta mukaan on ilmoittautunut jo 72 valtiota, joiden päästöt vastaavat lähes 90 prosenttia lentoliikenteen päästöistä. Tärkein keino päästöjen vähentämiseksi on uusi kalusto, jonka polttoaineen kulutus ja päästöt ovat aiempaa pienemmät. Keinoiksi on nostettu myös biopolttoaineiden käyttö, paremman lentoreittien suunnittelun mahdollistava yhtenäisen ilmatilan saaminen lentoliikenteelle sekä lentokoneen painon pienentäminen polttoaineen vähentämiseksi. Lentoliikennealan päätös on historiallinen, sillä mikään muu liikenteen tai teollisuuden ala ei ole ottanut käyttöön maailmanlaajuisia järjestelmää päästöjen vähentämiseksi.

Kestävien arvojen vaikutus matkailijoiden ostopäätöksiin kasvaa tutkimusten mukaan kovaa vauhtia. Myös jakelukanavat ja yhteistyökumppanit asettavat palveluiden tuottajille vaatimuksia ja näyttöä vastuullisista toimintatavoista.

Jotkut kansainväliset matkanjärjestäjät vaativat jo nyt yhteistyökumppaneiltaan vastuullisen toiminnan suunnitelmia tai sertifiointeja yhteistyösopimuksen liitteeksi. Vastuullisesti toimiva yritys, joka osaa kertoa toiminnastaan ja arvoistaan asiakkaiden toivomalla tavalla, on tulevaisuuden menestyjä. Tutkimukset osoittavat, että vastuullisesti toimivien yritysten asiakastyytyväisyys ja koettu laatutaso ovat korkeampia. Yritykset saavat myös merkittäviä kustannussäästöjä energian- ja vedenkulutuksen sekä jätemäärän vähentämisen kautta.

Matkailijoille tärkeimpiä kestävyiden osoituksia matkailupalveluissa ovat mm. vesi- ja energiatehokkuus ja jätahuolto, paikallisten tuotteiden ja palveluiden käyttö, paikallinen

työllistäminen, kulttuuriperinnön vaaliminen ja paikallisen väestön huomioiminen. Puh-
taassa luonnossa toimiminen antaa yrityksille ainutlaatuisen toimintaympäristön ja kilpai-
lualt, mutta tuo mukanaan myös velvollisuuden sen suojeluun ja säilyttämiseen. Suo-
messä kulttuurisen kestävyuden näkyvimpiä kosketuspintoja on alkuperäiskansamme saa-
melaisten kulttuurin ja matkailun rinnakkaiselo. Asiaan tulee kiinnittää huomioita myös va-
listavalla viestinnällä matkailijoiden suuntaan. Saamelaiset ovat aktiivisesti mukana mat-
kailutoimialalla, ja monet saamelaisten kotiseutualueella toimivista ohjelmapalveluyrityk-
sistä ovatkin saamelaisten itsensä operoimia.

Matkailijamäärien kasvaessa voimakkaasti on käsite overtourism tullut myös Suomessa
joidenkin matkailukohteiden osalta seuraamista vaativaksi ilmiöksi. Vaikka matkailulla on
paljon myönteisiä tulo- ja työllisyysvaikutuksia, kasvu asettaa kestävyuden matkailualuei-
den ympäristöissä yhä kovemmalle koetukselle. Kielteisten vaikutusten saavuttaessa tie-
tyn tason alkavat paikalliset asukkaat tai itse matkailijat reagoida niihin. Tällöin kohteen
kantokyky (carrying capacity) on saavutettu. Matkailun kasvun tulisi tapahtua hallitusti: on
syytä tehdä laskelmia alueen kantokyvystä ja erityisesti kuunnella paikallisia asukkaita.

Vaikka Suomessa on tilaa matkailla, meillä on jo ajoittain joissakin matkailukohteissa ti-
lanteita, joissa sekä vierailijat että paikalliset asukkaat kokevat matkailijamäärät liian suu-
riksi. Asukaslukuun nähden Lapissa vierailee eniten matkailijoita koko Manner-Suomessa.
Asukkaiden elämään vaikuttaa mm. asuntojen hintojen nousu niiden siirtyessä asumiskäy-
töstä matkailuliiketoimintaan. Asukkaat saattavat myös tuntea yksityisyytensä häirityksi
matkailijoiden kameroiden ristitulessa. Lisäksi ympäristön roskaaminen on noussut ongel-
maksi. Tilanteeseen reagoiminen vaatii sekä aluetason että kansallisen tason yhteistyötä.
Korjaavia toimenpiteitä voidaan tehdä mm. matkailijavirtojen ohjaamisella, sesonkihuippu-
jen tasaamisella sesonkia pidentämällä sekä hinnoittelulla ja kohderyhmävalinnoilla, mutta
se vaatii yhteistä tahtotilaa ja laajaa yhteistyötä.

Yhteistyötä yli toimialarajojen voidaan toteuttaa myös ohjeistuksen laatimisessa. Esi-
merkiksi Lapin elokuvakomissio on laatinut elokuva- ja tv-tuotannoille eettisen ohjeistuk-
sen, joka opastaa tuotantojen tekijöitä vastuullisiin toimintatapoihin luonnon, kulttuurin ja
turvallisuuden näkökulmista. Ohjeistuksella halutaan tuotantoprosessin vaikutusten lisäksi
kiinnittää huomiota siihen, mitä tuotannossa kuvataan. Tuotantoryhmille annetaan myös
vinkkejä ja ohjeita esimerkiksi turvallisuuteen ja sääilmiöihin liittyen.

Ympäristöystävällisyyden sekä sosiaalisen, kulttuurisen ja taloudellisen vastuun tulee
näkyä sekä teoissa että sanoissa, ja siksi matkailuyrityksille suositellaan kestävän kehityk-
sen periaatteiden noudattamista. Myös kestävästä kehityksestä todentavien sertifiointien ja in-
dikaattoreiden soveltamista edistetään.

Osana hallituksen Matkailu 4.0 -ohjelmaa kohdennettiin rahoitusta myös kestävän mat-
kailun edistämiseen. Arktinen kestävä matkailu-destinaatio -projektin tavoitteena on kestä-
vän kehityksen käytäntöjen ulottaminen kaikkien matkailutoimijoiden päivittäiseen toimin-
taan, millä mahdollistetaan tulevaisuudessakin alueen elinkeinojen tasapainoinen kehi-
tys, kannattava liiketoiminta sekä eri toimialojen kestävä rinnakkaiselo luontoa ja kulttuu-
riympäristöä vahingoittamatta. Vuoden 2018 alussa käynnistyneen projektin toimenpiteet
huomioivat niin ekologisen, taloudellisen, sosiaalisen kuin kulttuurisen kestävyuden näkö-
kulmat. Ohjelman toimenpiteet kattavat toisaalta yritysten ja alueiden kestävän toiminnan

edistämisen ja toisaalta matkailijoiden rohkaisemisen toimimaan vastuullisesti ja huomioimaan kaikki vastuullisuuden ulottuvuudet matkallaan Suomen herkässä luonnossa.

Suomessa on jopa satoja kestävän matkailun kriteerit pääosin täyttäviä pk-yrityksiä. Suomessa ei kuitenkaan ole käytössä yhtä kansallista, kansainväliset kriteerit täyttävää matkailun ympäristömerkkiä tai tunnusta, jota voisi käyttää markkinoinnissa. Matkailualalla on runsaasti erilaisia matkailualan ympäristömerkkejä, mutta ohjelmopalveluihin soveltuva sertifiointi puuttuu kokonaan. Ympäristösertifiointien merkitys on kasvussa ja erityisesti isot matkanjärjestäjät ovat alkaneet vaatia kohteilta niitä. Visit Finland kartoittaa parhaillaan kestävään kehitykseen sitoutuneita matkailuyrityksiä ja kehittää Sustainable Finland -viestintämerkkiä. Kyse ei ole sertifikaatista vaan markkinointiin tarkoitettusta merkistä, jonka jonkin kestävän kehityksen sertifiointin suorittanut toimija voi saada.

Energiatehokkuuden osalta kestävyuden nimissä myös matkailukeskustasolla on jo muutamien vuosien ajan etsitty uudenlaisia energiaratkaisuja. Energian tehokas käyttö on vastuullista ja yksi tärkeimmistä maailmanlaajuisesti tunnustetuista keinoista torjua ilmastomuutosta. Tehokas ja järkevä energiankäyttö säästää kustannuksia ja lisää toiminnan kannattavuutta. Heinäkuuhun 2018 mennessä 32 yritystä 138 paikkakunnalla oli liittynyt matkailu- ja ravintolapalveluiden energiatehokkuuden toimenpideohjelmaan. Sopimustoiminnalla saavutettavat energiansäästöt tukevat Suomen kasvihuonekaasupäästöjen vähentämistä.

Hiihtokeskukset ovat isoja energiankäyttäjiä, ja liiketoiminta on riippuvaista talvesta ja lumesta. Muun muassa hiihtokeskukset Pyhä ja Ruka ovat allekirjoittaneet energiatehokkuussopimukset, ja Pyhätunturista on tullut Pohjoismaiden ensimmäinen ja toistaiseksi ainoa hiilineutraali hiihtokeskus. Hiilineutraaliutta on edesauttanut muun muassa tunturissa käytettävä päästöttömällä vesivoimalla tuotettu sähkö, puuhakkeella toimivasta kaukolämpölaitoksesta saatu lämmitys ja ekologiset valaistusratkaisut. Lisäksi runsaasti energiaa vaativan tykkilumetuksen tarvetta on vähennetty lumiaidoilla, jotka keräävät talteen luonnonlunta. Ilmastomuutoksen hillitsemisen lisäksi energiatehokkuus nähdään osana kustannustehokasta liiketoimintaa.

5.2.3 Turvallisuus

Turvallisuus on yksi maamme matkailun kehittymisen peruspilareista. Suomalainen turvallisuusympäristö muodostuu turvallisuuskäytännöistä, jotka perustuvat vahvaan, toimivaan ja järjestäytyneeseen yhteiskuntaan. Suomi mielletään turvalliseksi matkakohteeksi. Ulkomailla sijaitsevien matkakohteiden epävakaa poliittinen tilanne suosii tällä hetkellä Suomeen ja Suomessa matkustamista.

Vaikka Suomi mielletään turvalliseksi matkakohteeksi, ulottautuvat poliittiset ja yhteiskunnalliset ääri-ilmiot kuitenkin yhä laajemmalle. Tilanne Suomessa voi muuttua hetkessä. Mahdollisen kriisitilanteen sattuessa uhreina tai tapahtuman kanssa kosketuksissa voi olla myös kansainvälisiä matkailijoita. Ulkomainen media kiinnostuu tapahtumasta hetkessä ja pienikin paikkakunta Suomessa voi yhtäkkiä kriisin sattuessa löytää itsensä kansainvälisen median polttopisteestä.

Matkailussa turvallisuus tulee huomioida sekä kokonaisturvallisuuden että asiakkaalle tarjottavan palvelutuotteen osalta. Ammattitaitoinen yrittäjä huolehtii siitä, että hänen tarjoamansa palvelu on turvallinen.

Turvallisuus on myös osa matkailuyritysten laatutyötä. Siinä tarvitaan saumatonta yhteistyötä mm. alihankkijoiden ja viranomaisten kanssa. Tulevaisuudessa kilpailun kiristyessä ja asiakkaiden vaatimustason noustessa turvallisuuden tärkeys matkustuspäätöksessä ja itse tuotteissa korostuu. Kaupallisessa ohjelmalvelutoiminnassa turvallisuudesta on tullut merkittävä tekijä muun muassa tuotteiden myynnin ja markkinoinnin suhteen. Matkanjärjestäjät vaativat jopa lainsäädäntöämme tiukempia turvallisuustoimenpiteitä ennen sopimuksen vahvistamista. Turvallisuuden tunne lisää myös asiakkaan kokeman elämyksen laatua.

Yhteisesti sovittua viestintää kansainväliselle medialle tarvitaan nopeasti tapahtuman toteutuessa mahdollisten Suomi-imagoon kohdistuvien negatiivisten vaikutusten kontrolloimiseksi.

Matkailutoimialalle on valmisteltu kansallinen poikkeustilanneviestinnän suunnitelma. Suunnitelmassa on luotu kansalliset toimintaohjeet ja vastuunjako poikkeustilojen varalta matkailualueiden ja kansallisten tahojen yhteistyölle ja viestintätoimenpiteille. Suunnitelman tavoitteena on lisätä alueiden turvallisuusosaamista ja kouluttaa niitä varautumaan mahdollisiin poikkeustilanteisiin sekä edistää sitä, että tärkeimmille matkailukohteille tehdään oma turvallisuussuunnitelma verkostoineen.

5.2.4 Matkailun digitalisaatio

Digitalisaatio vaikuttaa matkailuyritysten toimintaympäristöön kiihtyvällä vauhdilla. Matkailu on yhden historiansa suurimman haasteen ja mahdollisuuden edessä digitaalisuuden ja sen mukanaan tuoman globaalin alustatalouden myötä. Matkailuliiketoiminnan digitalisoituminen ja muutokset asiakaskäyttäytymisessä vaativat suomalaisia matkailuyrityksiä uudistumaan ja vahvistamaan omaa ymmärrystään digitalisaatiosta. Digitalisaatio vaikuttaa palveluyritysten koko liiketoimintamalliin aina asiakassuhteen syntymisestä sopivaan tuotetarjontaan ja asiakaskokemukseen. Dynaamisessa matkailun ekosysteemissä erikokoiset matkailuyritykset, matkailualaa hyödyttäviä palveluita tuottavat yritykset ja julkinen sektori toimivat kukin omissa rooleissaan yhteistyössä. Matkailun ekosysteemin liiketoimintojen arvon kasvu ja uudistuminen edellyttävät uudentyypistä yhteistyötä ja kumppanuuksia.

On äärimmäisen tärkeää tarttua digitalisaation tuomiin mahdollisuuksiin nyt, sillä jo tällä hetkellä useimmilla Suomelle tärkeillä matkailumarkkinoilla suurin osa matkailuun liittyvistä hauista ja ostoksista tehdään digitaalisissa kanavissa ja kehityksen odotetaan jatkuvan. Palveluiden paketointi ja integrointi helpottavat matkapäätöksen tekemistä. Virtuaalitodellisuuden on arvioitu muuttavan matkustamiskäyttäytymistä erityisesti lentohintojen noustessa, ja sen arvioidaan tekevän fyysisestä matkustamisesta osin tarpeetonta – elämyksen ja matkakohteen voi tulevaisuudessa aiempaa moniaistisemmin kokea myös virtuaalimaailmassa. Toisaalta matkakohteen kokeminen ensin virtuaalisesti voi myös inspiroida matkustamaan kohteeseen. Tekoälyn avulla matkailijoiden dataan perustuva käyttäytymisen ja mieltymysten analysointi muuttaa mahdollisuuksia mm. räätälöintiin ja yksilölliseen palveluun. Tekoäly mahdollistaa myös matkailuelämysten syventämisen ja laajentamisen

matkailukohteessa. Kotimaan kohteiden näkyvyys ja tarjonta voivat parantua uuden teknologian hyödyntämisen myötä.

Digitaaliset kanavat ovat tuoneet keskenään kilpailevat matkailupalveluiden ja -kohteiden vaihtoehdot helposti kuluttajan vertailtavaksi. Tämä antaa suomalaisille matkailuyrityksille, myös pienille, mahdollisuuden aidosti kilpailla lukuisten kansainvälisten toimijoiden kanssa. Suomessa on matkailuyrityksiä, jotka hallitsevat koko matkailun globaalin arvoketjun, mutta toistaiseksi suurin osa yrityksistä vasta harjoittelee eri kanavien käyttöä ja perustaa liiketoimintansa perinteisille matkailun myyntiketjuille. Teknologian kehittymisen myötä tarjoutuvat mahdollisuudet esimerkiksi alustatalouden kautta ovat vielä huonosti tunnettuja ja hyödynnettyjä. Osana digitaalisten palveluiden kehittämistä tulee edistää tiedon avoimuutta ja paikkatiedon saatavuutta. Liikkumisen palveluista olevan datan lisäksi tarvitaan myös dataa matkailun palveluista. Huippunopeiden tietoliikenneyhteyksien merkitys tulee tulevaisuudessa kasvamaan entisestään.

Matkailualalla koetaan, että digitaalisuus on liian iso kokonaisuus, eivätkä yritykset oikein tiedä, mihin pitäisi tarttua ensin. Alalla on pulaa työvoimasta, mutta digitaalisuuden osaamisessa ja ymmärryksessä on erityisen paljon kehitettävää. Alalta on puuttunut yhteinen visio ja suunnitelma, joka mahdollistaa laajempien digitaalisten ekosysteemien kehittymisen ja alustatalouden.

Matkailu 4.0 -ohjelman rahoituksella Visit Finland on yhteistyössä matkailutoimijoiden kanssa laatinut valtakunnallisen matkailun digitiekartan, joka näyttää yhteisen tekemisen suunnan, erittelee eri toimijoiden roolit ja esittelee digikehittämisen toimenpiteet, joiden avulla mahdollistetaan suomalaisen matkailuteollisuuden digitaalinen osaaminen ja palvelut kilpailijamaiden rinnalle. Painopisteitä on kolme: digitaalinen inventaari, datan hyödyntäminen yhteistyössä sekä osaamisen ja yhteistyön kehittäminen. Toimenpiteiden avulla Suomen matkailuteollisuus voi tarjota yksittäismatkailijoille inspiraatiota, tietoa, varausmahdollisuudet, matkansuunnittelumahdollisuudet, sujuvan liikkumisen, uusia, innovatiivisia ja yksilöllisiä elämyksiä sekä mahdollisuuden jakaa kokemuksensa digitaalisesti. Tavoitteena on luoda valtakunnallinen matkailun digitaalinen ekosysteemi, joka mahdollistaa sekä sujuvan tiedon välittämisen globaalien toimijoiden kanaviin että paikallisten kauppapaikkojen ja alustojen ketterämmän syntyminen ja ylläpidon. Avoin data ja nykyaikaiset varausjärjestelmät mahdollistavat tämän ilman kovin raskaita teknologiainvestointeja. Panostuksia onkin tehtävä ennen kaikkea osaamistason nostossa ja uusien toimintamallien synnyttämisessä, niin että tarpeeksi suuri osa alan toimijoista on mukana digitaalisen ekosysteemin kehittämisessä.

Mobiilimaksaminen. Kiinalaisen verkkojätti Alibaban oma mobiilimaksusovellus Alipay on levittäytynyt vahvasti Suomeen. Yritysrypeeseen kuuluvan Alizilan mukaan Suomi on ensimmäinen ”all Alipay” -matkailukohde, jossa kiinalainen matkailija pystyy hoitamaan kaikki matkan aikaiset maksunsa Alipaylla. Suomessa on yli 500 myyntipistettä, jossa Alipaylla maksaminen on mahdollista, ja tavoitteena yhtiöllä on edelleen nostaa Alipayn käyttöastetta. Finnair ilmoitti vuonna 2017 olevansa maailman ensimmäinen lentoyhtiö, joka mahdollisti lennoillaan Alipay-maksamisen. Kotimaasta tuttu maksutapa on lisännyt kiinalaismatkailijoiden ostohalukkuutta matkan aikana. Suomessa Alipayn yhteistyökumppanina toimii ePassi, joka on aloittanut laajentumisen myös muihin Pohjoismaihin.

Yhtenä mobiilimaksamisen muotona on festivaaleilla ja suurissa yleisötilaisuuksissa käytettävät maksurannekkeet, joiden avulla ostaminen hoidetaan rannekkeeseen ladatulla rahalla. Rannekkeiden käytön arvioidaan lisääntyvän tulevina vuosina.

Useat lentoyhtiöt ovat uudistamassa tietojärjestelmiään, jotta ne soveltuisivat paremmin digitaalisten palveluiden myymiseen. Lentoyhtiöt tarjoavat jo nyt lennonaikaisia nettiyhteyksiä, joiden avulla lisäpalveluita on mahdollista ostaa lennon aikana. Ruoat ja juomat sekä lennolla tehtävät ostokset on mahdollista tilata lennon viihdejärjestelmän kautta. Uusina palveluina tuotantoon ovat tulossa esimerkiksi matkan rahoituspalvelut, vakuutukset sekä kohteessa olevien palveluiden laajempi hankinta opaspalveluineen. Osa lentoyhtiöistä käyttää Amadeuksen tarjoamaa järjestelmää, osa lentoyhtiöstä ylläpitää omia järjestelmiään.

Myös raide- ja tieliikenteessä mobiilimaksaminen yleistyy. VR on ottanut käyttöön MobilePay-maksutavan Lähiliikenne-sovelluksessaan kesällä 2018 ja myöhemmin MobilePayn avulla voi maksaa myös VR:n kaukojunien lippuja. VR on tuomassa uusia maksutapoja osana myyntikanavien ja digitaalisten palveluiden uudistamista. MobilePay on Suomessa joukkoliikenteen maksuvälineenä myös linja-autoliikenteessä. Kymmenen kaupungin tai alueen paikallisliikenteessä lipun voi ostaa MobilePaylla maksamalla. Tällä hetkellä mukana ovat Turku, Oulu, Kuopio, Lappeenranta, Lahti, Hyvinkää, Ylläs, Jyväskylä, Imatra ja Riihimäki.

Finnair on tuomassa kansainvälisille asiakkaille alkuvuonna 2019 uuden digitaalisen palvelun, jonka kautta Suomessa tarjottavat matkailupalvelut olisivat helpommin löydettävissä, ostettavissa ja paketoitavissa yksilöllisiksi ja elämyksellisiksi kokonaisuuksiksi. Finnair on kutsunut suomalaisia toimijoita mukaan kehittämään matkailuelämyksiä ja tuomaan ne asiakkaiden ostettavaksi uuden digitaalisen palvelun avulla. Finnair on testannut ja pilotoinut palveluaan kesällä 2018 muutamassa kohteessa. Uusi palvelu on tarkoitus viedä ensimmäisenä Kiinan, Singaporen ja Hongkongin markkinoille vuonna 2019.

6 Toimiala tulevaisuudessa

6.1 Matkailun pk-barometrin keskeisten asioiden esittely

Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj sekä työ- ja elinkeinoministeriö tekevät pienten ja keski-suurten yritysten toimintaa ja taloudellista toimintaympäristöä kuvaavan Pk-yritysbarometrin kaksi kertaa vuodessa. Tämän lisäksi työ- ja elinkeinoministeriön Toimialapalvelu julkaisee tulokset toimialaryhmittäisinä raportteina, joista tässä käsitellään yhteenvetona matkailuyritysten vastauksia suhteessa muiden toimialojen vastauksiin. Raportti kokonaisuudessaan löytyy TEM Toimialapalvelun sivustolta <https://tem.fi/julkaisu?pubid=URN:NBN:fi-fe2018110747469>.

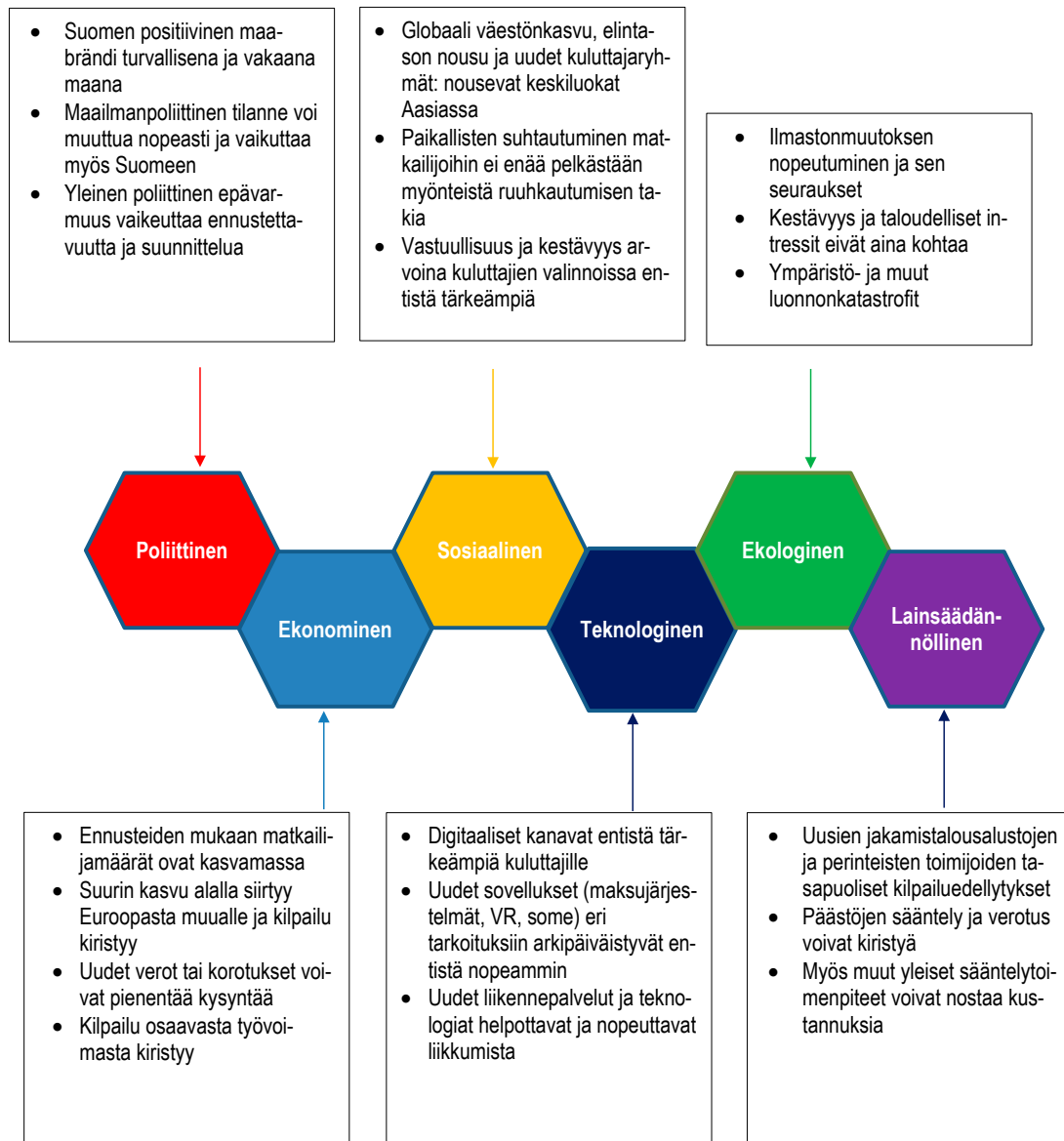
Matkailun toimialan yleiset suhdannenäkymät ovat koko maata ja muita toimialoja myönteisempiä. Toimialan lähiajan suhdanneodotukset jäävät kuitenkin kevättä 2018 heikommiksi. Suhdannenäkymät henkilökunnan määrän osalta ovat samalla tasolla kuin keväällä. Matkailussa suhdannenäkymät henkilökunnan määrän osalta ovat lähes vastaavat kuin keväällä 2018. Vastaajista 20 prosenttia arvioi henkilökunnan määrän kasvavan seuraavan vuoden kuluessa. Henkilökunnan määrän pienenemistä ennakoiti 8 prosenttia. Matkailualalla osaavan työvoiman saanti on parin viime vuoden aikana vaikeutunut merkittävästi.

Lähiajan suhdannenäkymien heikentymiseen vaikuttavat erimerkiksi materiaalien ja palvelujen hintojen nousu ja investointien arvon kehityksen hidastuminen. Näkymien heikentymisestä huolimatta toimialan suhdanneodotukset ovat yhä vahvasti myönteisiä. Matkailualalla tapahtuu uusiutumista koko ajan. Viimeisen vuoden aikana matkailuala on panostanut investointeihin muita toimialoja enemmän, ja myös työn tekemistä on organisoitu uudelleen sekä koulutettu ja palkattu henkilöstöä. Kehittämistarpeista matkailuyritykset nostavat markkinoinnin ja myynnin muita toimialoja selvästi merkittävämpänä tekijänä.

6.2 PESTEL-analyysi ja SWOT-analyysi matkailun toimialasta

PESTEL-analyysi tarkastelee yrityksen toimintaan vaikuttavia makrotason ilmiöitä, jotka asettavat reunaehdoja liiketoiminnalle. Toisaalta ilmiöiden tunnistaminen ja niiden ennakointi voivat myös tarjota yritykselle merkittävää kilpailuetua. Analyysi on alun perin kehitetty tukemaan yrityksen johtoa strategisessa päätöksenteossa.

Kuva 14. PESTEL-lähestymistapa matkailun toimintaympäristöön.



SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on nelikenttämenetelmä, jota käytetään strategian laatimisessa sekä oppimisen tai ongelmien tunnistamisessa, arvioinnissa ja kehittämisessä. Se on hyödyllinen ja yksinkertainen työkalu yrityksen toiminnan, hankkeiden ja projektien suunnittelussa. SWOT-analyysissä kirjataan ylös analysoidun asian – Suomen matkailutoimialan – sisäiset vahvuudet, sisäiset heikkoudet, ulkoiset mahdollisuudet ja ulkoiset uhat.

Suomen matkailulla menee hyvin, ja alan merkittävät vahvuudet ja vetovoimatekijät ovat Suomen monipuolinen luonto, kulttuuriympäristö ja puhtaus sekä imago turvallisena ja luotettavana maana. Vaikka ala työllistää hyvin erityisesti nuoria, on haasteena ja heikkoutena osaavan työvoiman saatavuus eri puolilla Suomea. Alan toiminta on edelleen varsin sesonkiluonteista, millä on myös merkittävä vaikutus osaavan työvoiman saamiseen.

Saavutettavuus on yksi matkailun perusedellytys. Saavutettavuutemme on parantunut, mutta se ei toistaiseksi ole riittävällä tasolla koko maata ajatellen.

Megatrendit ja hiljaiset signaalit inspiroivat alaa kehittämään uusia liiketoimintakonsepteja, ja yritykset pystyvät uudistumaan tuotekehityksen, tarinallistamisen ja palvelumuotoilun keinoin. Digitalisaatio luo merkittäviä mahdollisuuksia sekä yritysten liiketoiminnan kehittämiseksi että markkinoilla näkyvyyden parantamiseksi. Tulevaisuuden uhkana on tunnistettu ilmastonmuutoksen merkittävä nopeutuminen, jolla on vaikutusta myös saavutettavuuteen. Kansainväliset tapahtumat (esim. Brexit, ympäristö- ja luonnonkatastrofit) vaikuttavat hyvin nopeasti myös Suomen matkailuun. Matkailun SWOT on esitetty kuvassa 15.

Kuva 15. Matkailun SWOT.



6.3 Matkailuun ja matkailutoimialaan vaikuttavia megatrendejä ja trendejä

Matkailuyritysten ennakkointityön tueksi tuotetaan säännöllisesti erilaisia trendiraportteja niin matkailun edunvalvontatoimijoiden, julkisen sektorin kuin kaupallisten toimijoiden toimesta. Esimerkiksi OECD:n matkailukomitea (OECD 2018) on määritellyt neljä matkailun megatrendiä vuoteen 2040. Raportin mukaan ensinnäkin maailman matkailijamäärät kasvavat tulevaisuudessa ja uudet matkailijaryhmät muuttavat matkailutuotteiden kysyntää. Ikään-tyvä väestö on vaurasta ja keskiluokasta on tulossa globaalisti suurin yhteiskuntaluokka. Z- ja Y-sukupolvet eroavat matkustustottumuksiltaan ja -käyttäytymiseltään vanhemmista ikäluokista mm. matkan suunnittelun ja sosiaalisen median käytön suhteen. Toisena matkailun

megatrendinä OECD:n matkailukomitea nostaa kestävän matkailun kasvun. Matkailun kestävän kasvun vaatimus korostaa matalahiillistä ja resurssitehokasta globaalia taloutta esimerkiksi ruoan tuotannon ja jätteiden minimoinnin suhteen sekä tuo painetta matkailun päästöjen vähentämiseen ja paikallisten asukkaiden sosiaalisen ja kulttuurisen hyvinvoinnin huomioimiseen. Kolmantena megatrendinä mainitaan uudet ja mahdollistavat teknologiat (mm. digitaaliset alustat, Internet of Things, autonomiset ajoneuvot, tekoäly, lohkoketjut), joiden avulla matkustamisesta voi tulla aiempaa tehokkaampaa ja saavutettavampaa, myös taloudellisesti. Teknologinen kehitys edellyttää matkailutoimijoilta valmiutta uudistaa liiketoimintaansa, matkailijoilta valmiutta muuttaa matkustustottumuksiaan ja julkisilta toimijoilta keinoja tukea matkailun kehittämistä. Neljänneksi korostetaan, että liikkumisessa tapahtuu tulevaisuudessa suuria muutoksia, jotka vaikuttavat matkailun kehittämiseen. Liikkumista pyritään sujuvoittamaan ja toimintaympäristön turvallisuutta kehittämään tulli-, viisumi- ja terminaalitoimintojen suhteen, ja liikenneinnovaatioiden odotetaan tuovan ratkaisuja matkaketjuihin ja asiakastarpeisiin vastaamiseen. Liikenneyhteyksien toimivuus ja matkaketjujen sujuvuus ovat keskeisiä matkailun tulevaisuuden kannalta.

6.3.1 Ennakoitavia muutoksia markkinoilla

Ympäristötietoisuus. Ympäristön huomioimisesta on tulossa perusedellytys matkailutoiminnassa. Niin kansainväliset matkailujärjestöt kuin EU ja OECD ajavat ja edistävät kestävän kehityksen mukaisia periaatteita myös matkailussa. Myös kuluttajat valitsevat mieluummin ympäristöystävällisen majoituskohteen, vaikka viitteitä ei ole vielä siitä, että kuluttajat olisivat valmiita maksamaan tästä enemmän. Vaikka ympäristötietoisuutta edellytetään yhä laajemmin, ekomatkailu voidaan nähdä omana kasvavana alasegmenttinään. Tulevaisuudessa yhä useampi matkailija tekee ostopäätöksensä sillä perusteella, miten kestäväksi palveluntarjoajan tai kohteen mieltää. Matkailutoimijat ja -asiantuntijat ovat panostamassa kestävään ja vastuulliseen matkailun kehittämiseen. Kehittäminen sisältää ympäristönäkökulmien lisäksi laajasti sosiaaliset, kulttuuriset ja taloudelliset näkökulmat kasvustrategiasta paikallisen osaamisen ja kulttuurin tukemiseen. Ympäristötietoisuus alati vahvistuvana arvona voi lisätä suomalaisten lähimatkailua tulevaisuudessa. Hyvien ulkomaisten ympäristötietoisten matkakohteiden lisääntyminen ja mahdolliset henkilökohtaiset päästötilit ja päästökauppa vaikuttanevat osin Suomen kysyntään. Tarjonta lisää kysyntää, mutta korkeammat kustannukset puolestaan laskevat kysyntää.

Luonto ja hyvinvointi. Terveellinen elämäntapa ja hyvinvointi ovat yksi matkailun vahvoista trendeistä ja syy matkustaa. Hyvinvointilomat ovat muuttamassa muotoaan kylpylöistä ja liikunnasta kohti kokonaisvaltaisempaa myös henkisen hyvinvoinnin huomioivaa tarjontaa. Kokonaisuuteen sisältyvät mm. lähiruoka ja ruoka lääkkeenä -teema, onnellisuusretriitit, mindfulness, holistiset vaihtoehtoiset hoitomuodot, yhteisöllisyys sekä hyvinvointiteknologia. Luontomatkailu on globaalisti kasvava trendi ja Suomen vahvuus erityisesti Aasiasta ja maailman metropoleista tarkasteltuna. Myös Suomen matkailusektori panostaa luontoon ja luonnosta saatavaan hyvinvointiin. Luontomatkailu on Visit Finlandin kohde-segmenttien yksi määrittävä tekijä edistettäessä Suomeen suuntautuvaa matkailua. Tietoisuus henkisen ja fyysisen hyvinvoinnin merkityksestä, hyvinvointiin panostavien kohteiden

lisääntyminen ja luontomatkailun suosio saattavat vaikuttaa matkailukohteen valintaan – maalla tai paikalla ei välttämättä ole niin suurta merkitystä kuin omalle terveydelle ja hyvinvoinnille saadulla hyödyllä ja luonnon läheisyyden kokemuksella.

Nousevat kohderyhmät. Yksinhuoltajaperheet ovat yksi nouseva kohderyhmä, jolle on räätälöity tuotteita, palveluita ja kokemuksia. Yksinhuoltajaperheiden osuus suomalaisista perheistä on kasvanut 1980-luvun 12,3 prosentista 20,9 prosenttiin (vuonna 2014) Suomessa. Iso-Britanniassa on 2 miljoonaa yksinhuoltajaperhettä. 1980-luvulla ja sen jälkeen syntyneet Y- ja Z-sukupolvet muodostavat omanlaisensa segmentin. Heistä 80 prosentilla ei ole valmista matkakohdetta mielessään, kun he päättävät lähteä lomalle. Budjetti on heille tärkeä tekijä, mutta yllättävää kyllä, he voivat maksaa muita enemmän lentolipusta. Yli 65-vuotiaat silver surfers ja baby boomers -sukupolvet muodostavat merkittävän ja kasvavan osan maailman väestöstä. Tällä segmentillä on aikaa, rahaa, energiaa ja lapsenlapsia, joiden kanssa matkalle lähdetään. Matkailukysyntä ja siten tarjonta erilaisille perheyksiköille saattaa lisääntyä. 3G-matkojen (three generations) eli kolme sukupolvea yhdistävien matkojen kysyntä kasvaa, samoin kuin ns. Skip generation -matkojen (isovanhempien ja lastenlasten kesken). Y- ja Z -sukupolvilla on täysin erilaiset matkustustottumukset kuin vanhemmillaan, ja Suomen suosio riippuu siitä, kuinka hyvin tarpeisiin pystytään vastaamaan. Laatumietoisuus kasvaa kuitenkin matkustuskokemusten myötä, jolloin näille kohderyhmille on pystyttävä tarjoamaan katetta maksamansa hinnan vastineeksi.

Pienemmät matkakohteet. Pienempiä ja vähemmän tunnettuja matkakohteita kohtaan tunnetaan yhä suurempaa kiinnostusta. Matkailijat ja matkanjärjestäjät haluavat löytää uusia koskemattomia kohteita. Myös talven suosio säilyy ja kasvaa entisestään, eikä talviaikaa välttämättä lähdetäkään enää pakoon erilaiseen ilmastoon. Maailmalla näkyvä trendi voi näkyä Suomen matkailukohteiden suosion kasvuna. Suomesta voi tulla kansainvälisille matkailijoille trendikäs ja eksoottinen pieni kohde. Kotimaanmatkailijoille Suomen kohteet saattavat muodostua niin ikään trendikohteiksi.

Esteetön matkailu on kasvussa maailmalla. Suomalaiset matkailuyritykset eivät vielä kaikilta osin ole oivaltaneet esteettömyyden merkitystä kilpailuetuna. Pelkästään Suomesta löytyy 800 000 ihmistä, joilla on jonkinlainen liikuntarajoite. Euroopan väestöstäkin lähes kolmannes kuuluu esteettömän matkailun piiriin. Metsähallitus on Suomessa pyrkinyt huomioimaan liikuntarajoitteiset luonnossa kulkijat. Joka puolelta Suomea löytyy jo jonkinlaisia esteettömiä reittejä, ja palveluita kehitetään koko ajan lisää.

Paikallinen ruoka, juomat ja niihin liittyvät elämykset ohjaavat aikaisempaa useammin matkakohteiden valintaa. Paikallinen ruoka kiinnostaa erityisesti alle 35-vuotiaita naisia. Booking.comin tilastojen mukaan ruoka vaikuttaa matkakohteen valintaan noin k uudella kymmenestä matkailijasta. Suomen ruokaprofiilin brändäyksessä on kuitenkin vielä tekemistä. Markkinoinnissa pyritään korostamaan erityisesti suomalaisen ruuan puhtautta ja lähiruokaa. Myös ruuan paikallisia perinteitä painotetaan. Ravintoloiden on pystyttävä luomaan ruokatuotteistaan ilmiöitä ja tarjoamaan yksilöllisiä elämyksiä. Lisäksi asiakkaat vaativat ravintoloilta yhä vastuullisempia toimintatapoja. Tutkimuksen mukaan ravintolaruokailu tulee muuttamaan tulevaisuudessa eri tavoin. Vastuullisuudella ei enää erottauduta, vaan se ohjaa kaikkea tekemistä. Myös ruuan kuljetuspalvelut ovat jo nyt kasvussa ja asiakkaiden kiinnostus laadukkaaseen take away -ruoan saamiseen lisääntyy entisestään.

Sosiaalisen median ansioista ruokaelämysten jakamisesta on tullut suosittua jaettavaa matkan aikana. Ruuasta onkin muodostunut yksi tapa erottua, viestiä elämäntavastaan, ehkä sosiaalisesta asemastakin ja näin muokata omaa profiiliaan. Ruusta, ruuanlaitosta ja ruokaelämyksistä on tullut osa oman statuksen ilmaisua. Tämä on jo vaikuttanut ravintoloiden tarjontaan esimerkiksi instagrammattavien annosten tekemisen kautta.

Markkinointiviestinnän keinot monipuolistuvat koko ajan. Esimerkiksi elokuva- ja av-tuotantojen saaminen Suomeen on tehokas keino tavoittaa matkailija, joka tuotannon kautta tutustuu matkakohteeseen ja valitsee sen takia kohteen seuraavaksi vierailupaikakseen. Toisaalta itse tuotantojen tekeminen kuvauspäivineen, ennakkovalmisteluineen ja jälkituotantoineen työllistää merkittävästi paikallisia ja alueellisia toimijoita kullakin kuvauspaikalla. Tuotantokannustinjärjestelmä on yksi merkittävimpiä tekijöitä kansainvälisten tuotantojen kuvauspaikkavalinnoissa. Kannustinjärjestelmiä on käytössä varsin laajasti ympäri maailman. Muista maista saatujen esimerkkien valossa matkailun ja AV-alan yhteistyöllä voidaan saada aikaiseksi näkyviä tuloksia molempien alojen kansainvälistymisessä. Business Finland myöntää tuotantoyhtiöille audiovisuaalisen alan tuotantokannustimena 25 prosenttia Suomessa toteutetun tuotannon kuluista. AV-alan tuotantokannustin on tuonut Suomeen useita tuotantoja ja vielä suuremman määrän kyselyitä. Julkaistujen tuotantojen avulla on mahdollista tavoittaa suuri määrä sellaisia katsojia, joita perinteisen markkinoinnin keinoin on lähes mahdotonta tavoittaa.

Toisena esimerkkinä voisi mainita Lapissa kesällä 2018 tehdyn kokeilun, jossa neljä kansainvälisesti suosittua Instagram-vaikuttajaa vietti aikaa Lapissa. Nämä vaikuttajat välittivät kokemuksiaan omissa Instagram-kanavissaan. Päivitykset tavoittivat kaikkiaan 34 miljoonaa ihmistä, joista 3,2 miljoonaa vaikuttajien omissa Instagram-kanavissa. Päivitykset keräsivät kiitosta muun muassa kesäyön valon kuvaamisesta sekä tuntemattomien alueiden ja kesäaktiiviteettien näyttämisestä. Sähköisillä alustoilla käytettävä suositteluviestintä ja eWOM-tiedon (electronic word-of-mouth) hyödyntäminen on yksi uudempi viestintäkeino, joka tutkimuksen mukaan on matkailuorganisaatioille suuri mahdollisuus. Matkailijat käyttävät suosittelijoita tehdessään matkakohteen valintaan liittyviä päätöksiä sekä minimoidakseen niihin liittyviä riskejä. Z-sukupolvesta 90 prosenttia tekee matkailuun liittyviä päätöksiä sosiaalisen median kautta, jolloin suosittelun merkitys on oleellinen.

6.3.2 Ilmaston lämpenemiseen varautuminen

Ilmaston lämpeneminen muuttaa maailman ja Suomen ilmastoa niin kesä- kuin talviaikaan. Ilmastopakolaisuus voi koskettaa Suomeakin tulevaisuudessa, ja keskusteluissa on ollut viitteitä eteläisempien maiden kansalaisten matkailusta Suomeen viileämmän ilmaston vuoksi. Ylipäätään kaikinainen epävarmuus lisääntyy merkittävästi enemmän tulevaisuudessa. Ilmaston lämpeneminen Suomessa voi muuttaa suomalaisten matkustushalukkuutta ulkomaille tai kotimaassa. Kasvihuonepäästöjen rajoittaminen, päästökauppa ja lentopetrolin sekä muiden polttoaineiden hintojen mahdollinen nousu nostavat matkustamisen hintaa ja siten laskevat kysyntää kauempana ja erityisesti lentomatkan päässä oleviin kohteisiin. Matkustaminen edullisimmilla, vaihtoehtoisilla kulkutavoilla saattaa lisääntyä. Muuttuva ilmasto voi houkuttaa tulevaisuudessa myös suomalaisia jäämään yhä useammin Suomeen

lomalle eikä matkustamaan lentomatkan päässä oleviin kohteisiin. Lentoyhtiöiden toimintamallien muutos voi tasapainottaa tilannetta. Lentomatkustuksen kannalta kestävämpää olisi viipymän pidentäminen. Ilmastonmuutoksen ja muutoinkin yleisen kestävyuden kannalta viimeistään nyt yritysten on tarpeen kehittää uusia palvelutuotteita sekä pyrkiä ympärivuotisempaan matkailuun.

On arvioitu, että Suomen kesä on vuonna 2038 keskimäärin nykyisiä noin asteen lämpimämpi, mutta helteitä esiintyy yhä useammin. Tulevaisuudessa kesällä sataa saman verran kuin nykyisinkin, mutta sateiden ennustetaan olevan rajumpia. Talvella puolestaan on nykyistä pidempään loskaista ja lumetonta, ja lumirajakin siirtyy yhä pohjoisemmaksi. Kaikenlaiset ääri-ilmiöt lisääntyvät. Pilvisyyden odotetaan lisääntyvän talvella, mikä voi vaikuttaa revontulimatkailuun.

Pohjois- ja Itä-Suomessa talviolosuhteet säilyvät parhaiten, mutta muutoksia lämpötilaan ja lumisen kauden pituuteen on tiedossa. Myös vesisateet talvella pohjoisessa lisääntyvät. Pohjois- ja Itä-Suomessa talvet säilyvät jopa entistä lumisimpina. Talvikausi alkaneekin kuitenkin entistä myöhemmin, mikä aiheuttaa haasteita erityisesti joulumatkailulle. Keinolumen käyttö lisääntyy, ja keinolumen tekeminen tulee entistä kalliimmaksi lämpötilojen nousun takia. Ilmaston lämpenemisen myötä jääolot tulevat läpi talven olemaan aiempaa arvaamattomampia (esimerkiksi järvien jäätyminen myöhästymisen takia), joten jään hyödyntäminen ohjelmalveluissa vaikeutuu. Joidenkin ennusteiden mukaan Pohjois-Suomen talvimatkailu hyötyy siitä, että Alpeilla lumiolosuhteet huononevat useissa matkailukeskuksissa selvästi Pohjois-Suomea enemmän. Nykyisellään vain harva hiihtokeskus Suomessa varastoi lunta. Ruotsissa vastaavasti on jo yli parikymmentä hiihtokeskusta, jotka varastoiivat lunta. Niistä eteläisin sijaitsee 200 kilometriä Tukholman eteläpuolella.

Keski- ja Länsi-Suomessa talvikausi lyhenee, ja mitä etelämmäksi mennään, sitä epävarmempaa lumisen talven tulo on. Etelä-Suomessa kylmään ja lumisiin olosuhteisiin perustuvat palveluita ei enää voi tarjota, vaan tilalle tulee kehittää uusia.

Sääolojen muutosta on jo tutkittu. EU:n keräämää ilmastodataa olisi nykyisinkin mahdollista hyödyntää yritystasolla. Esimerkiksi Ilmatieteen laitoksen EU-hankkeessa kartoitetaan, miten hiihtokeskukset voisivat hyödyntää EU:n keräämää ilmastodataa. Vaihtoehtoisten ilmastomallinnusten luominen ja niiden hyödyntäminen yritysten päätöksenteossa on yksi keino varautua ilmastonmuutokseen. Skenaariossa, jossa päästöt pysyisivät nykyisellään, lämpötila nousisi Suomessa kesäkuukausina viisi astetta ja talvikuukausina jopa kahdeksan astetta. Hiihtokeskukset ovatkin osaltaan panostaneet energiatehokkuuteen jo pidemmän aikaa. Keskuksissa on mm. investoitu uusiin tietokoneohjelmoituihin matalapainelumitykkeihin, joilla voidaan operoida jo muutaman asteen pakkasissa. Keskuksissa hyödynnetään myös entistä enemmän edellisenä talvena säilöttyä lunta.

Ilmastopalveluista on myös olemassa Euroopan komission tiekartta vuodelta 2015 ja sen pohjalta on vireillä hankkeita, joissa ilmastopalveluja kehitetään. Ilmastopalvelua Pohjois-Suomen hiihtokeskuksille laaditaan parhaillaan myös Arktisen keskuksen ja Rukan case-tutkimuksessa. Tutkimuksessa pilotoidaan palvelua, ja seuraavassa vaiheessa palvelua sovelletaan ja laajennetaan pohjoissuomalaisille hiihtokeskuksille laajemminkin. Ilmastopalvelu auttaa ennakoimaan mm. sopivia lumenteko-olosuhteita sekä hiihtokauden alussa rinneiden avaamiseksi että alkuvuonna varastoon tarvittavan lumimäärän ja sen optimaalisen

tekoajankohdan päättämiseksi. Ilmastopalvelun avulla voidaan myös auttaa alentamaan luomattamisesta aiheutuvia hiilidioksidipäästöjä. Lisäksi palvelusta on tarkoitus saada pidemmän ajan paikallisia ilmastoennusteita investointipäätösten pohjaksi.

6.3.3 Jakamis- ja alustatalous muuttavat matkailua

Jakamistalous viittaa vajaakäytössä olevien hyödykkeiden (esim. asunto, kulkuneuvo), mutta myös työn ja palvelujen eli osaamisen ja ajan jakamiseen sähköisten alustojen kautta. Jakamistapahtumaan osallistuvat palveluntarjoajat, palvelun ostajat sekä verkkosovellus tai alusta, joka yhdistää tarjonnan ja kysynnän. Usein jakamistalouteen liitetään käsite alustatalous, kun viitataan yleisimmin digitaalisen alustan kautta tapahtuvaan liiketoimintaan. Jakamistalous voidaankin nähdä osana alustatalouden laajaa kenttää. Euroopan komissio puolestaan puhuu ilmiöstä termillä collaborative economy, joka on komission tiedonannossa suomennettu yhteistyötaloudeksi.

Euroopan komission vuonna 2018 teettämän kuluttajakyselyn mukaan 23 prosenttia Euroopan väestöstä on käyttänyt tai osallistunut jakamistaloustoimintaan. Eniten jakamistalousoispalveluita käytetään selkeästi majoitukseen (57 %) ja liikkumiseen (51 %) liittyen. Eurostatin tutkimuksen mukaan vuonna 2017 Euroopan väestöstä 17 prosenttia varasi majoituksen ja 8 prosenttia liikkumisen palveluita yksityisiltä tarjoajilta erilaisia verkkosivuja tai sovelluksia hyödyntäen. Suomessa jakamistalousoispalveluita Euroopan komission teettämän kuluttajakyselyn mukaan on käyttänyt 21 prosenttia väestöstä. Vain kuusi prosenttia Euroopan väestöstä on tarjonnut jakamistalousoispalveluita, ja suomalaisista viisi prosenttia. Suomalaisien kiinnostus tarjota palveluita jatkossa on kolmanneksi korkein niiden eurooppalaisten joukossa, jotka eivät ole aiemmin tarjonneet palveluita.

Tilastokeskuksen mukaan yhteisöpalvelun tai muun nettisivuston kautta majoitusta oli yksityishenkilöiltä vuokrannut vain viisi prosenttia suomalaisista, kun taas yksityisten tarjoamia maksullisia kyytipalveluita oli käyttänyt neljä prosenttia. Tilastokeskuksen mukaan noin 14 000 suomalaista sai vuonna 2017 yli neljäsosan tuloistaan näiden palveluiden kautta. Kesämökkien vuokraaminen tapahtuu usein vuokraamiseen erikoistuneen yrityksen kautta. Vuonna 2017 suomalaisista 12 prosenttia oli vuokrannut mökkejä tai muuta lyhytaikaista majoitusta näiltä välitysyriyksiltä. Majoituspalvelu Airbnb:n kautta sai jonkin verran tuloja noin 9 000 suomalaista. Vaikka digitaalisten alustojen merkitys työllisyyden ja talouden kannalta näyttää vielä melko pieneltä, ei ilmiön vaikutus ole välttämättä mitätön. Verohallinnon pääjohtaja Markku Heikura on helmikuussa 2018 arvioinut, että alustatalous voisi tuottaa Suomen bruttoverotuloihin jopa 10 prosenttia eli suunnilleen Suomen kestävyysvajeen verran.

Työ- ja elinkeinoministeriön teettämän selvityksen mukaan Suomen jakamistalousmarkkinoiden kokonaisarvo oli vuonna 2016 hieman yli 100 miljoonaa euroa. Suurimmat sektorit olivat joukkorahoitus (65 %), majoitus ja tilat (19 %) ja kotitalous ja pientyöt (14 %). Selvityksen arvion mukaan jakamistalous saattaa kasvaa muutamassa vuodessa nopeastikin. Arvion mukaan ostotapahtumien potentiaalinen kokonaisarvo voi yltää Suomessa vuonna 2020 jo 1,3 miljardiin euroon. Markkinoiden arvon arvioidaan siis yli kymmenkertaistuvan vuoteen 2020 mennessä.

Jakamistalouden syntyä ja leviämistä selittävät vuoden 2008 taloudellisen taantuman vaikutus kulutuskäyttäytymiseen, resurssiviisaan kuluttamisen merkityksen kasvu ja uuden sukupolven yrittäjien ja rahoittajien näkemät mahdollisuudet uudenaikaisessa liiketoiminnassa. Jakamistalouden kasvu liittyy kuitenkin ennen kaikkea verkko- ja mobiiliteknologian kehitykseen ja digitaalisten alustojen ja älypuhelinsovellusten tarjoamiin mahdollisuuksiin yhdistää ihmisiä, kysyntää ja tarjontaa aiempaa tehokkaammin. Jakamistaloudessa korostuvat palvelujen saavutettavuus, valinnanvapaus, sosiaalisuus sekä resursien tehokkaampi hyötykäyttö.

Jakamistalouden nähdään tuovan kuluttajien saataville kokonaan uusia ja innovatiivisia palveluja usein varsin kohtuulliseen hintaan. Samalla syntyy mahdollisuuksia lisätulojen ansaitsemiseen. Jakamistalouden toiminnan edellytyksinä ovat riittävä käyttäjien määrä, joutilaat resurssit ja vahva luottamus tarjoajien ja käyttäjien välillä.

Matkailussa jakamistaloutta harjoitetaan neljällä osa-alueella eli majoituksessa, kuljetuksessa, ruokailussa ja oheispalveluissa. Majoitus sisältää yksityisasuntojen tai huoneiden satunnaisesti tapahtuvan lyhytaikaisen vuokrauksen. Kuljetus käsittää autojen ja polkupyörien sekä kyytien jakamisen. Ruokailu kattaa kotitekoisten aterioiden ostamisen ja osallistumisen paikallisten asukkaiden järjestämille aterioille. Oheispalvelut sisältävät mm. paikallisten ihmisten tekemän ohjelman suunnittelun sekä opastetut kierrokset.

Suomessa matkailualalla toimii muutama globaali alustataloustoimija, joista suurin on Airbnb. Airbnb-toiminta kasvaa kaiken aikaa ja suurissa kaupungeissa on jo merkkejä toiminnan ammattimaistumisesta. Alusta tarjoaa yli 4 miljoonaa vuokratilaa ympäri maailmaa, ja sen kautta voi hankkia myös esim. pääsylippuja kohdemaan tapahtumiin. Airbnb pyrkii rakentamaan kokonaan uutta matkailun ekosysteemiä lisäämällä valikoimaansa jatkuvasti uusia palveluita.

Helsingin kaupungin mukaan Airbnb-verkkopalvelun osuus Helsingin majoituspaikkojen tarjonnasta on jo noin viidennes. Helsingissä oli vuonna 2017 tilastojen mukaan runsaat 2 300 Airbnb-majapaikkaa, kun muita majapaikkoja oli noin 10 000. Helsingissä Airbnb:n majoitusmyynti vuonna 2017 oli arviolta noin 24 milj. euroa, ja koko maassa lähes 58 milj. euroa. Airbnb-toiminnasta on Rovaniemellä tullut jopa yksi asuntosijoittamisen muoto. Asuntoja on ollut tarjolla Airbnb-asiakkaille satoja. Eri arvioiden mukaan Rovaniemellä on parhaimmillaan ollut jopa 600–700 asuntoa tai huonetta tarjolla esimerkiksi Airbnb- ja Booking.com-palvelun kautta. Oulussa niitä on noin 200.

Tarkkaa lukua jakamistaloustalouden määrästä on vaikea saada, sillä yksityiskohdaisia yöpymismääriä ei nykyisillä tilastojärjestelmillä kerätä. Alustojen kautta on vaikea saada kattavaa tietoa määrästä, sillä majoituspalvelujen yksityiset tarjoajat ovat voineet listata oman asuntonsa useammille alustoille ja välittää huonettaan tai asuntoaan vain osan aikaa vuodesta. Lisäksi asiakastieto on yrityksen (kuten Airbnb) kilpailuvaltti eikä sitä jaeta yhtä halukkaasti kuin aikaisemmin. Yksityismajoituksessa yöpyvien tilastointia tulisi kuitenkin kehittää.

Majoituksessa toteutettu alustatalous, joka muuttaa matkailutoimialaan perinteisesti liitettyjä toimintatapoja ja sen vaikutukset talouteen, yhteiskuntaan ja paikallisten ihmisten hyvinvointiin ovat moninaiset. Toimintamalli murtaa ja haastaa matkailutoimialaan perinteisesti liitettyjä toimintatapoja ja on siksi myös kiistanalainen. Vaikutukset talouteen, yhteiskuntaan

ja paikallisten ihmisten hyvinvointiin ovat herättäneet keskustelua. Toimintamallin valtavirtaistuminen ja suosion lisääntyminen ovat hyötyjen lisäksi tuoneet mukanaan myös erilaisia negatiivisia vaikutuksia ja lieveilmiöitä.

Useat majoituksen varaussivustot, majoitusyritykset, matkatoimistot ja Airbnb-palveluita tarjoavat kilpailevat samoista asiakkaista. Markkina on kuitenkin samaan aikaan kasvanut, sillä ihmiset matkustavat aiempaa useammin. Toisten näkemysten mukaan majoitusta tarjoavat palvelut sotkevat kilpailua ja vievät asiakkaita ennen kaikkea hotelleilta ja muilta ammattimaisesti majoituspalveluita tarjoavilta yrittäjiltä. Toisaalta alustatalouden kautta majoituspalveluja tarjoavien nähdään tuovan lisää majoituskapasiteettia niille alueille, joissa on pulaa majoituksesta, ja siten kasvattavan matkailun kokonaispottia.

Jakamistalouden uudet toimintamallit haastavat säädösympäristöä esimerkiksi markkinoillepääsyn vaatimusten, verotuksen, työn ja kuluttajansuojan osalta. Erityisesti majoitustoimintaan liittyvän sääntelyn tarkastamiselle on jo aiemmin havaittu olevan tarvetta.

Työ- ja elinkeinoministeriö on avannut joulukuussa 2018 julkishallinnon yhteisen jakamistalouden infosivuston, jonne kootaan eri viranomaisten ohjeistusta jakamistalouteen liittyvästä lainsäädännöstä ja eri lakisääteisistä velvoitteista. Sivuston on tarkoitus palvella sekä yksittäisiä kansalaisia että yrityksiä sekä samalla myös esimerkiksi kuntien viranomaisia. Vuonna 2016 ministeriö julkaisi viranomaisyhteistyönä laaditun Ohjeita kotimajoitusta tarjoavalle -suosituksen, joka on käännetty myös ruotsiksi ja englanniksi.

7 Yhteenveto

Matkailun osuus Suomen BKT:sta on 2,5 prosenttia. Matkailun ydinklusterin liikevaihto vuonna 2017 oli 9,7 miljardia euroa, ja liikevaihto onkin ollut kasvusuuntainen useita vuosia. Matkailun ydinklusteri työllistää henkilötyövuosina suoraan yli 72 000 työntekijää sekä noin 6 000 henkilövuokrausyritysten kautta. Matkailuyritykset ovat lukumääräisesti keskittyneet Uudellemaalle, Pirkanmaalle ja Varsinais-Suomeen. Näissä maakunnissa sekä Lapissa ja Pohjois-Pohjanmaalla matkailun työllistämän henkilöstön ja liikevaihdon määrä on muuta maata suurempi.

Matkailu kasvualana on kuitenkin uudenlaisten kehittämishaasteiden edessä. Osiaan työvoiman saatavuus estää jo paikoitellen matkailuyritysten kasvamisen ja kehittymisen. Toimenpiteitä on vireillä paljon, ja nyt odotellaan erilaisia uusia vaihtoehtoja tilanteen ratkaisemiseksi.

Suomen saavutettavuus on selvästi parantunut aiemmista vuosista, mutta edelleen tarvitaan uusia avauksia, jotta koko maa olisi kohtuullisesti saavutettavissa. Myös maan sisäinen saavutettavuus on edelleen paikoitellen haastavaa. Koko matkaketjun toimivuus lähtöpisteestä kohteeseen ja takaisin onkin ollut kehittämisen kohteena, ja automatisaatio ja erilaiset liikkumisen sovellukset tulevat helpottamaan tätä haastetta.

Kestävyyden kannalta matkailu on toimiala, jossa on välttämätöntä huomioida kestävyiden taloudelliset, ekologiset, sosiaaliset, kulttuuriset ja poliittiset näkökulmat. Kestävien arvojen vaikutus matkailijoiden ostopäätöksiin kasvaa koko ajan, ja kestävä kehityksen periaatteiden noudattaminen tulee jatkossa tuomaan matkailuyrityksille selvää kilpailuetua. Myös erilaisten tehokkaiden energiaratkaisujen avulla on mahdollista säästää kustannuksia ja sitä kautta lisätä toiminnan kannattavuutta.

Digitalisaatio tuo matkailuun paljon mahdollisuuksia. Yritysten on entistä helpompaa saada palvelunsa kansainvälisesti näkyväksi kohtuullisen helpoilla teknisillä ratkaisuilla. Toisaalta kilpailu kansainvälisistä asiakkaista kasvaa koko ajan, jolloin näkyvyyteen on panostettava merkittävästi nykyistä enemmän. Myös yritysten sisäiseen tuotantoprosessiin ja tuotannonohjaukseen eri toimintojen välillä digitalisaatio voi tuoda merkittäviä parannuksia. Digitalisaation tuomiin mahdollisuuksiin on tartuttava mahdollisimman pian, sillä jo tällä hetkellä useimmilla Suomelle tärkeillä matkailumarkkinoilla suurin osa matkailuun liittyvistä hauista ja ostoksista tehdään digitaalisissa kanavissa ja kehityksen odotetaan jatkuvan.

Matkailun merkittävä kasvu edellyttää investointeja matkailun eri osa-alueilla. Majoituskapasiteetin lisääminen on yksi perusedellytys, mutta myös matkailutuotteiden sisältöön ja tekemiseen on erilaisen infrastruktuurin ohella panostettava.

OECD nostaa vuodelle 2040 neljä matkailun megatrendiä, jotka ovat matkailijamäärien kasvu ja uudet matkailijaryhmät, kestävä matkailun kasvu, uudet mahdollistavat teknologiat sekä liikkumisessa tapahtuvat merkittävät muutokset. Ennakoitavia lyhyemmän aikavälin muutoksia tulevat olemaan ympäristötietoisuuden lisääntyminen, luonnon ja hyvinvoinnin pohjalle rakentuvien palvelukokonaisuuksien lisääntyminen, uudet

nousevat matkailijakohderyhmät, pienempien matkailukohteiden nouseminen, esteettömän matkailun korostuminen, paikallisen ruuan nostaminen sekä markkinointiviestinnän keinojen muutokset.

Liite 1. Matkailun laajan klusterin volyymitiedot v. 2017

Vuosi 2017	Yritysten lukumäärä	Liikevaihto (tuhat euroa)	Henkilöstön lkm
MAJOITUSTOIMINTA			
551 Hotellit ja vastaavat majoitusliikkeet	761	1 456 879	8 028
552 Lomakylät, retkeilymajat yms. majoitus	254	63 984	417
553 Leirintäalueet, asuntovaunu- ja matkailuvaunualueet	147	34 035	336
559 Muu majoitus	810	85 443	602
Majoitustoiminta yhteensä	1 972	1 640 341	9 383
RAVITSEMISTOIMINTA			
561 Ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta	8 061	4 013 765	36 419
562 Ateriapalvelut ja muut ravitsemispalvelut	1 136	959 158	10 538
563 Baarit ja kahvilat	1 139	324 924	3 140
Ravitsemistoiminta yhteensä	10 336	5 297 847	50 097
OHJELMAPALVELUTOIMINTA			
791 Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta	396	1 236 143	1 831
799 Varauspalvelut, matkaoppaiden palvelut ym.	1 081	361 766	1 778
9001 Esittävät taiteet	1 161	101 463	768
9002 Esittäviä taiteita palveleva toiminta	641	315 866	1 045
9102 Museoiden toiminta	30	14 066	81
9104 Kasvitieteellisten puutarhojen, eläintarhojen ja luonnonpuistojen toiminta	14	12 141	135
9311 Urheilulaitosten toiminta	606	282 705	2 542
9321 Huvi- ja teemapuistojen toiminta	69	154 934	1 514
9329 Muu huvi- ja virkistystoiminta	590	178 618	1 351
9604 Kylpylaitokset, saunat, solariumit yms. palvelut	1 721	76 174	770
Ohjelmapalvelutoiminta yhteensä	6 309	2 733 876	11 815
VUOKRAUS- JA LEASINGTOIMINTA			
7711 Autojen ja kevyiden moottoriajoneuvojen vuokraus ja leasing	274	799 410	1 116
7721 Vapaa-ajan ja urheiluvälineiden vuokraus ja leasing	80	12 711	117
7734 Vesiliikennevälineiden vuokraus ja leasing	30	5 692	11
7735 Ilmaliikennevälineiden vuokraus ja leasing	16	7 462	11
Vuokraus- ja leasingtoiminta yhteensä	400	825 275	1 255
HENKILÖLIIKENNE JA SITÄ PALVELEVA TOIMINTA			
491 Rautateiden henkilöliikenne, kaukoliikenne	3	1 251 500	4 407
4932 Taksiliikenne	7 750	1 124 815	12 284
4939 Muualla luokittelematon maaliikenteen henkilöliikenne	526	491 882	5 186
501 Meri- ja rannikkovesiliikenteen henkilökuljetus	119	1 167 521	4 797
503 Sisävesiliikenteen henkilökuljetus	59	10 658	122
511 Matkustajalentoliikenne	75	3 357 344	4 789
5221 Maaliikennettä palveleva toiminta	394	746 755	2 810
5222 Vesiliikennettä palveleva toiminta	112	414 096	1 578
5223 Ilmaliikennettä palveleva toiminta	74	584 741	3 844
Henkilöliikenne ja sitä palveleva toiminta yhteensä	9 112	9 149 312	39 817
KOKO MATKAILUKLUSTERI YHTEENSÄ	28 129	19 646 651	112 367

Liite 2. Matkailun ydinklusterin volyymitiedot v. 2017

Vuosi 2017	Yritysten lukumäärä	Liikevaihto (tuhat euroa)	Henkilöstön lkm
MAJOITUSTOIMINTA			
551 Hotellit ja vastaavat majoitusliikkeet	761	1 456 879	8 028
552 Lomakylät, retkeilymajat yms. majoitus	254	63 984	417
553 Leirintäalueet, asuntovaunu- ja matkailuvaunuaalueet	147	34 035	336
559 Muu majoitus	810	85 443	602
Majoitustoiminta yhteensä	1 972	1 640 341	9 383
RAVITSEMISTOIMINTA			
561 Ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta	8 061	4 013 765	36 419
562 Ateriapalvelut ja muut ravitsemispalvelut	1 136	959 158	10 538
563 Baarit ja kahvilat	1 139	324 924	3 140
Ravitsemistoiminta yhteensä	10 336	5 297 847	50 097
OHJELMAPALVELUTOIMINTA			
791 Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta	396	1 236 143	1 831
799 Varauspalvelut, matkaoppaiden palvelut ym.	1 081	361 766	1 778
9001 Esittävät taiteet	1 161	101 463	768
9002 Esittäviä taiteita palveleva toiminta	641	315 866	1 045
9102 Museoiden toiminta	30	14 066	81
9104 Kasvitieteellisten puutarhojen, eläintarhojen ja luonnonpuistojen toiminta	14	12 141	135
9311 Urheilulaitosten toiminta	606	282 705	2 542
9321 Huvi- ja teemapuistojen toiminta	69	154 934	1 514
9329 Muu huvi- ja virkistystoiminta	590	178 618	1 351
9604 Kylpylaitokset, saunat, solariumit yms. palvelut	1 721	76 174	770
Ohjelmapalvelutoiminta yhteensä	6 309	2 733 876	11 815
MATKAILUN YDINKLUSTERI YHTEENSÄ	18 617	9 672 064	71 295

Liite 3. Matkailun ydinklusterin 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Toimiala	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Fazer Food Services Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	271 263 000	3 191	Fazer Food Services -konserni
Sokotel Oy	Hotellit	219 784 000	1 027	SOK Liiketoiminta -konserni
Scandic Hotels Oy	Hotellit	195 871 000	689	Scandic Hotels -konserni
Oy Aurinkomatkat - Suntours Ltd Ab	Matkanjärjestäjien toiminta	194 874 000	165	Aurinkomatkat - Suntours -konserni
Oy Tjäreborg Ab	Matkanjärjestäjien toiminta	132 370 000	43	Tjäreborg -konserni
Sodexo Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	122 474 000	1 940	Sodexo -konserni
Royal Ravintolat Oy	Ravintolat	85 756 000	741	Royal Ravintolat -konserni
Restel Ravintolat Oy	Ravintolat	82 877 000	680	Restel -konserni
Finnair Kitchen Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	76 887 000	502	Finnair -konserni
Leijona Catering Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	70 987 000	442	
Arkea Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	67 123 000	1 167	Arkea -konserni
Oy SRG Finland Ab	Matkatoimistojen toiminta	50 415 000	8	
Lapland Hotels Oy	Hotellit	46 001 000		
Antell-Ravintolat Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	42 952 000	581	Katri Antell -konserni
Live Nation Finland Oy	Esittävät taiteet	42 620 000	37	Live Nation Finland -konserni
Restel Fast Food Oy	Ravintolat	39 311 000	385	Restel -konserni
Avecra Oy	Ravintolat	39 103 000	270	VR -konserni
Primera Holidays Oy	Matkanjärjestäjien toiminta	38 311 000	57	Primera Holidays -konserni
Finnair Travel Retail Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	33 308 000	10	Finnair Travel Retail -konserni
Food Folk Suomi Oy	Kahvila-ravintolat	32 921 000	174	Food Folk Suomi Holdings -konserni
Polkka - Pohjois-Karjalan tukipalvelut oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	31 595 000		
Matkapojat Oy	Matkanjärjestäjien toiminta	31 217 000	81	Matkaset -konserni
Espoo Catering Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	30 593 000	456	
Fazer Ravintolat Oy	Ravintolat	30 252 000	261	Fazer Ravintolat -konserni
Compass Group Finland Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	29 992 000	260	
Egencia Finland Oy	Matkatoimistojen toiminta	29 331 000	22	Egencia Finland -konserni
Starfood Finland Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	27 254 000		
Sunborn Saga Oy	Hotellit	26 714 000	240	Sunborn -konserni

GLO Hotellit Oy	Hotellit	25 386 000	97	Kämp Collection Hotels -konserni
Kanresta Oy	Ravintolat	24 581 000	180	Suomen Kansanterveysyhdistys - Folkhälsöföreningen I Finland -konserni
Rami's Coffee Oy	Kahvila-ravintolat	23 351 000	94	
Restamax Oyj	Ravintolat	22 506 867	104	Restamax -konserni
Picnic Finland Oy	Kahvila-ravintolat	21 788 000	173	Picnic Finland -konserni
Kämp Oy	Hotellit	21 593 000	132	Kämp Collection Hotels -konserni
Oy Lomarengas Ab, Ltd	Varauspalvelut, matkaoppaiden palvelut ym.	21 020 395	23	Lomarengas Ab, -konserni
Kakslauttanan Arctic Resort Oy	Lomakylät yms. majoitus	20 855 000		
Vierumäki Country Club Oy	Hotellit	19 876 000	188	Vierumäki Country Club -konserni
OY KILROY Finland AB	Matkatoimistojen toiminta	19 275 000	19	
CWT Finland Oy	Matkatoimistojen toiminta	19 026 000	195	CWT Finland -konserni
Ikaalisten Matkatoimisto Oy	Matkanjärjestäjien toiminta	18 952 000	41	Ikaalisten Matkatoimisto -konserni
Matkatoimisto Detur Finland Oy	Matkanjärjestäjien toiminta	18 622 000		
Burger-In Oy	Kahvila-ravintolat	18 349 000	31	Burger-In -konserni
GBT Finland Oy	Matkatoimistojen toiminta	18 109 000	185	Gbt Finland -konserni
Oy Union Hotels Ab	Hotellit	17 947 000	97	Kämp Collection Hotels -konserni
Rengasravintolat Oy	Ravintolat	17 718 000	74	Rengasravintolat -konserni
Tampereen Särkänniemi Oy	Huvi- ja teemapuistojen toiminta	16 693 000	254	Tampereen Särkänniemi -konserni
Juvenes-Yhtiöt Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	16 374 720	143	Juvenes-Yhtiöt -konserni
Oy Levi Ski Resort Ltd	Hiihto- ja laskettelu-keskukset	15 752 000		Levi Ski Resort -konserni
Suomen Ravintolatoimi Oy	Ravintolat	15 507 000	22	Suomen Ravintolatoimi -konserni
Rukakeskus Oy	Hiihto- ja laskettelu-keskukset	15 334 000	122	Rukakeskus -konserni

Liite 4. Majoitustoimialan (TOL 55) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Toimiala	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Sokotel Oy	Hotellit	219 784 000	1027	Sokotel -konserni
Scandic Hotels Oy	Hotellit	195 871 000	689	Scandic Hotels -konserni
Lapland Hotels Oy	Hotellit	46 001 000		
Sunborn Saga Oy	Hotellit	26 714 000	240	Sunborn -konserni
GLO Hotellit Oy	Hotellit	25 386 000	97	Kämp Collection Hotels -konserni
Kämp Oy	Hotellit	21 593 000	132	Kämp Collection Hotels -konserni
Kakslauttanen Arctic Resort Oy	Lomakylät yms. majoitus	20 855 000		
Vierumäki Country Club Oy	Hotellit	19 876 000	188	Vierumäki Country Club -konserni
Oy Union Hotels Ab	Hotellit	17 947 000	97	Kämp Collection Hotels -konserni
Hullu Poro Oy	Hotellit	14 772 000	101	
Vuoristo-yhtiöt Oy	Hotellit	12 741 000	109	
Primehotels Oy	Hotellit	11 663 000	117	Primehotels -konserni
Peurunka Oy	Hotellit	11 587 000		Kuntoutumis- Ja Liikuntasäätiö Peurunka Sr -konserni
Levin Matkailukeskus Oy	Hotellit	11 203 000	78	Levin Matkailukeskus -konserni
Krapina Oy	Hotellit	11 163 000	28	Tobermore -konserni
LIFESTYLE HOTELS FINLAND Oy	Hotellit	11 083 000	61	Kämp Collection Hotels -konserni
Imatran Kylpylä Oy	Hotellit	10 682 000	95	Imatran Kylpylä -konserni
Omena Hotellit Oy	Hotellit	9 773 000	7	Omena Hotellit -konserni
Hotel Santa Claus Oy	Hotellit	9 693 000	52	Sava-Group -konserni
Harriniva Oy	Hotellit	9 542 424	88	Harriniva -konserni
Kuopion Kylpylä Oy	Hotellit	8 200 000	81	
Rauman Hovi Oy	Hotellit	7 857 000	83	Rauman Hovi -konserni
Hotel Arthur Oy	Hotellit	7 852 000	24	
Ryokan Oy	Hotellit	7 413 000	49	
Saariselän Tunturihotellit Oy	Hotellit	6 466 000	55	Tunturikiinteistöt -konserni
Bonfinn Oy	Hotellit	6 025 000	48	
Kaukoravintolat Oy	Hotellit	5 993 000	50	
Vanajanlinna Oy	Hotellit	5 725 000	23	Vanajanlinna -konserni
Hotelliyhtymä Oy	Hotellit	5 510 000	18	
Hotell Arkipelag Ab	Hotellit	5 454 000	71	Wiklöf Holding -konserni
Kruunupuisto Oy	Hotellit	5 207 000	95	Kruunupuisto -konserni
Karjalohjan Päiväkumpu Oy	Hotellit	5 155 000	44	Solaris-Lomat R.Y. -konserni
Matin ja Liisan Asema Oy	Hotellit	5 046 000		
Hotelli Luostotunturi Oy	Hotellit	4 836 000		Hotelli Luostotunturi -konserni
Destination Lapland Oy	Lomakylät yms. majoitus	4 826 000	17	Destination Lapland -konserni
Exitteams Oy	Hotellit	4 644 000	2	Exitteams -konserni

Hotel Haaga Oy	Hotellit	4 591 000	25	Haaga Instituutti -Säätiö Sr -konserni
StayAt Finland Oy	Hotellit	4 581 000		
Ab Kasnäsudden Oy	Hotellit	4 352 000	28	Kasnäsudden -konserni
Oulun Medikiinteistöt Oy	Lomamökkien vuokraus	4 343 000		
Gustavelund Oy	Hotellit	4 073 000	35	Gustavelund -konserni
Tornio City Hotel & Restaurants Oy	Hotellit	4 073 000		
Oy Shaba Ab	Hotellit	4 055 000	35	
Kalajoen Kylpylähotelli Sani Oy	Hotellit	4 039 000	24	Sava-Group -konserni
Norlandia Care Oy	Hotellit	4 005 000	34	
Forenom HotelliKoti Oy	Muulla luokittelematon majoitustoiminta	3 888 000	6	
Hotelli Ivalo Oy	Hotellit	3 849 000	30	
Krapihovi Oy	Hotellit	3 798 000	37	Krapihovi -konserni
Hotel F6 Oy	Hotellit	3 761 000	19	Exitteams -konserni
Villi Pohjola Oy	Motellit, matkustajakodit ja vastaavat majoitusliikkeet	3 653 000	15	Lomarengas Ab, -konserni

Liite 5. Ravitsemistoimialan (TOL 56) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Toimiala	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Fazer Food Services Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	271 263 000	3 191	Fazer Food Services -konserni
Sodexo Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	122 474 000	1 940	Sodexo -konserni
Royal Ravintolat Oy	Ravintolat	85 756 000	741	Royal Ravintolat -konserni
Restel Ravintolat Oy	Ravintolat	82 877 000	680	Restel -konserni
Finnair Kitchen Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	76 887 000	502	Finnair -konserni
Leijona Catering Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	70 987 000	442	
Arkea Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	67 123 000	1 167	Arkea -konserni
Antell-Ravintolat Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	42 952 000	581	Katri Antell -konserni
Restel Fast Food Oy	Ravintolat	39 311 000	385	Restel -konserni
Avecra Oy	Ravintolat	39 103 000	270	VR -konserni
Finnair Travel Retail Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	33 308 000	10	Finnair Travel Retail -konserni
Food Folk Suomi Oy	Kahvila-ravintolat	32 921 000	174	Food Folk Suomi Holdings -konserni
Polkka - Pohjois-Karjalan tukipalvelut oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	31 595 000		
Espoo Catering Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	30 593 000	456	
Fazer Ravintolat Oy	Ravintolat	30 252 000	261	Fazer Ravintolat -konserni
Compass Group Finland Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	29 992 000	260	
Starfood Finland Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	27 254 000		
Kanresta Oy	Ravintolat	24 581 000	180	Suomen Kansanterveysyhdistys - Folkhälsöförningen I Finland -konserni
Rami's Coffee Oy	Kahvila-ravintolat	23 351 000	94	
Restamax Oyj	Ravintolat	22 506 867	104	Restamax -konserni
Picnic Finland Oy	Kahvila-ravintolat	21 788 000	173	Picnic Finland -konserni
Burger-In Oy	Kahvila-ravintolat	18 349 000	31	Burger-In -konserni
Rengasravintolat Oy	Ravintolat	17 718 000	74	Rengasravintolat -konserni
Juvenes-Yhtiöt Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	16 374 720	143	Juvenes-Yhtiöt -konserni
Suomen Ravintolatoimi Oy	Ravintolat	15 507 000	22	Suomen Ravintolatoimi -konserni
Päijät-Hämeen Ateriapalvelut Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	15 044 000		
BW-Restaurants Oy	Ravintolat	14 513 000	152	Bw-Restaurants -konserni
Subcom Oy	Kahvila-ravintolat	14 491 000	146	Subcom -konserni
Sushi World Oy	Ravintolat	12 684 000	131	Royal Konseptiravintolat -konserni

Espresso House Finland Oy	Kahvila-ravintolat	12 378 000	131	
Vierumäen Matkakeidas Oy	Kahvila-ravintolat	12 354 000	46	
Kymijoen Ravintopalvelut Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	10 904 000	130	Kymijoen Ravintopalvelut -konserni
Ravintolat Oy	Ravintolat	10 866 000	120	
Helsingin Rock and Roll Oy	Ravintolat	10 613 000	24	
Toothpicks and Honey Oy	Ravintolat	10 423 000	118	Toothpicks and Honey -konserni
Graniittiravintolat Oy	Ravintolat	10 070 000	62	Ravintolakolmio -konserni
Ravintola Santa Fé Oy	Ravintolat	10 044 000	78	Active People -konserni
Kuudeslinja Oy	Ravintolat	9 334 000	40	
Pelican Rouge Coffee Solutions Oy	Pitopalvelu	9 295 000	139	Pelican Rouge Coffee Solutions -konserni
Vantaa Catering Services Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	8 932 000	79	
Unica Oy	Henkilöstö- ja laitosruokalat	8 813 000	82	Universtas -konserni
Ari Taivalsaari Oy	Kahvila-ravintolat	8 703 000	81	Ari Taivalsaari -konserni
JH-Ravintolat Oy	Ravintolat	8 687 000	11	JH-Ravintolat -konserni
Linkosuon Kahvila Oy	Kahvila-ravintolat	8 613 000	94	
SVK Perheravintolat Oy	Kahvila-ravintolat	8 552 238	93	
Viikinkiravintola Harald Oy	Ravintolat	8 356 000	51	Viikinkiravintola Harald -konserni
Tampereen Perheravintolat Oy	Kahvila-ravintolat	8 287 000	90	Tampereen Perheravintolat -konserni
Service Restaurants Oy Oulu	Ravintolat	8 230 000	33	Service Restaurants Oulu -konserni
Vararengasravintolat Oy	Ravintolat	8 224 000	1	
Casseli Oy	Ravintolat	8 156 000	40	

Liite 6. Varauspalvelut, matkaoppaiden palvelut ym. (TOL 79900) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Kotipaikka	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Oy Lomarengas Ab, Ltd	Helsinki	21 020 395	23	Lomarengas Ab, -konserni
Ticketmaster Suomi Oy	Helsinki	12 141 000		
Wintertestcenter Service Oy	Muonio	11 703 000		
Lippupiste Oy	Tampere	10 001 000	38	
LAPLAND HOTELS & SAFARIS OY	Rovaniemi	9 517 000	6	
Levin Matkailu Oy	Kittilä	8 805 000		Levin Matkailu -konserni
RTG Sales Oy	Kajaani	8 801 000		
Helsinki Marketing Oy Ltd	Helsinki	8 369 000	85	
Kemin Matkailu Oy	Kemi	7 251 000	34	Kemin Matkailu -konserni
Ski-Inn Hotels & Apartments Oy	Helsinki	6 062 000	9	Rukakeskus -konserni
Oy Erähotelli Nellim Ltd	Inari	6 059 000	27	Erähotelli Nellim -konserni
TAHKOcom Oy	Kuopio	6 042 000	9	Tahkocom -konserni
Safartica Oy	Rovaniemi	4 755 000		Safartica -konserni
Kiinteistö Oy Koutalaki 1	Kittilä	3 987 000	29	Levi Northstar -konserni
Visit Inari Oy	Inari	3 380 000	29	
Ylläksen Matkailu Oy	Kolari	3 283 000	2	Lomarengas Ab, -konserni
Travelport Hotelzon Finland Oy	Helsinki	3 250 000	25	Travelport Hotelzon Finland -konserni
HVC Group Oy	Tampere	3 137 897	11	Hvc Group -konserni
Visit Tampere Oy	Tampere	3 019 000	24	
Tiketti Oy	Helsinki	2 827 000	28	Tiketti -konserni
Rukapalvelu Oy	Kuusamo	2 430 000	24	
Davvi Arctic Oy	Enontekiö	2 297 000	26	Davvi Arctic -konserni
Lumivalkea Oy	Inari	2 178 000	25	Lumivalkea -konserni
TTE-The Travel Experience Oy	Helsinki	2 097 000	4	
Easy Travel Oy	Helsinki	2 018 000		
Ruka Safaris Oy	Kuusamo	1 856 000		
Levi Rally Center Oy	Rovaniemi	1 813 000	13	
Turku Touring Oy	Turku	1 805 000	5	
Golf Tailors Oy	Sipoo	1 742 000		
Variosan Oy	Helsinki	1 737 000		
Lapland Safaris Group Oy	Rovaniemi	1 719 000	8	Lapland Safaris Group -konserni
Wilderness Safaris Saariselkä Oy	Inari	1 688 000	8	
Lapland Snowman Oy	Muonio	1 678 000		
Levin Alppitalot Oy	Pöytyä	1 660 710		
Ylläs-Safarit Oy	Kittilä	1 612 811	4	Lapland Safaris Group -konserni
Hotelli Pariisin Ville Oy	Porvoo	1 465 000	18	
ProSanta Oy	Rovaniemi	1 372 000	17	
Villada Travel Group Oy	Helsinki	1 343 000	5	
Seikkailulaakso Oy	Porvoo	1 301 000	14	

Lapland Welcome Oy	Rovaniemi	1 259 000	
Vanttauksen Huolto Oy	Rovaniemi	1 247 000	
Reindeer & Husky Farm Aurora Oy	Rovaniemi	1 234 000	6
Arctic Lifestyle Oy	Rovaniemi	1 224 000	
VisitKarelia Sales Oy	Joensuu	1 208 000	3
Sirius Sport Resort Oy	Pyhtää	1 153 000	
True North Oy	Muonio	1 131 000	10
Kehittämissyhtiö Ikaalisten Kylpyläkaupunki Oy	Ikaalinen	1 117 000	5
Kinneret Tours Oy	Kuopio	1 069 000	
Vaasan seudun Matkailu Oy	Vaasa	1 049 000	8
Aurora Service Tours Oy	Utsjoki	952 000	

Liite 7. Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta (TOL 79100) ja Matkatoimistojen toiminta (TOL 79110) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Kotipaikka	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Oy SRG Finland Ab	Helsingfors	50 415 000	8	
Egencia Finland Oy	Helsinki	29 331 000	22	Egencia Finland -konserni
OY KILROY Finland AB	Helsinki	19 275 000	19	
CWT Finland Oy	Helsinki	19 026 000	195	CWT Finland -konserni
GBT Finland Oy	Helsinki	18 109 000	185	Gbt Finland -konserni
Allied Travel Consultants Oy Ltd	Helsinki	10 341 000		
Uniman Oy	Helsinki	10 156 000		Uniman -konserni
Ingves & Svanbäck Ab Oy	Korsholm	10 154 000	72	
Lomalinja Oy Holiday Tours Ltd	Tampere	9 189 000		Länsilinjat -konserni
Aikamatkat Oy	Tampere	7 650 000	8	Aikamatkat -konserni
Helin Matkatoimisto Oy	Jyväskylä	7 376 000	12	
Suomen Matka-Agentit Oy	Porvoo	7 307 629	17	
Select Travel Oy Ab	Helsingfors	6 047 000	4	
Hogg Robinson Nordic Oy	Helsinki	5 630 468	49	Hogg Robinson Nordic -konserni
Järvisydän Oy	Rantasalmi	5 242 718	30	Järvisydän -konserni
Matkatoimisto Saarikoski Oy	Lapua	4 691 000		
Suomen Matkavaraukset Oy	Helsinki	3 974 000	1	
Oy Pelimatkat Finland	Jyväskylä	3 889 000		
AK-Matkat Oy	Nurmijärvi	3 775 000	3	
Next Travel Oy	Helsinki	3 700 000	48	
Messilän Matkailukylä Oy	Hollola	3 380 000		Messilän Matkailukylä -konserni
Aamu Mestari Oy	Tampere	3 364 000		
Lakeuden Matkat Oy	Kempele	3 301 000		
Matkatoimisto You Travel Oy	Helsinki	3 238 793	6	
Oy BCD Travel Finland Ab	Helsingfors	3 226 416	31	
Timetravels Incoming Oy Ltd	Helsinki	2 741 000	9	
Oy Kokkolan Matkatoimisto - Karleby Resebyrå Ab	Karleby	2 707 000	6	
Forssan Matkatoimisto Oy	Forssa	2 120 000		
EF Education Oy	Helsingfors	1 943 000	17	
Oy Mandala Travel Ltd	Helsinki	1 900 000	6	
Volario Oy	Espoo	1 877 000	1	
Nordic Shine Travel Oy	Helsinki	1 813 000		
Matkatoimisto Heta Oy	Turku	1 757 000	3	
Matka-Prima Oy	Helsinki	1 659 000		Futurist -konserni
Axtours.ax Ab	Mariehamn	1 576 000		
Kouvolan Matkatoimisto Oy	Kouvola	1 565 000	7	
A La Carte Lapland Oy	Sodankylä	1 511 000		
Chartpro Oy	Espoo	1 473 000	1	
Vihdin Liikenne Oy	Vihti	1 463 000	11	
Salon Matkatoimisto Oy	Salo	1 445 757	2	

Matkatoimisto Matka-Rasti Oy	Ylivieska	1 359 425	4	Oulaisten Liikenne -konserni
Scandinavian Travel Group Oy	Rovaniemi	1 313 000		
Savonlinnan Matkatoimisto Oy	Savonlinna	1 189 000		
Turun Neva Tours Oy	Turku	1 137 000	4	
Lämpöidea Oy	Tohmajärvi	1 095 000	4	
Matkatoimisto Kymenmatkat OY	Kotka	1 081 000		
HTE-TOURS OY	Kirkkonummi	976 000	3	
Matka-Merilä Oy	Forssa	976 000	3	
Matka-Niinimäki Oy	Pöytyä	970 000		
Resviaria Oy	Tampere	947 000	3	

Liite 8. Esittävät taiteet (TOL 90010) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Kotipaikka	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Live Nation Finland Oy	Helsinki	42 620 000	37	Live Nation Finland -konserni
Turun Kaupunginteatteri Oy	Turku	10 174 000	146	
KOKO Lahti Oy	Lahti	6 094 000	40	Koko Lahti -konserni
Tampereen Teatteri Oy	Tampere	3 802 000	208	
Tampereen Työväen Teatteri Oy	Tampere	3 710 000	142	Tampereen Työväen- yhdistys R.Y. -konserni
Stepup Oy	Helsinki	3 146 000	75	StepUp -konserni
Finnish Metal Events Oy	Helsinki	2 942 000		
Ruutukasi Oy	Turku	2 874 000	1	
Rajupaja Oy	Turku	2 077 000		
Onnellinen mies Oy	Hämeenlinna	1 706 000	5	
Raikuli Productions Oy	Espoo	1 628 000		
Suomen Teatteriravintolat Oy	Oulu	1 529 000	14	
Oulun Kaupunginteatteri Oy	Oulu	1 520 000	141	
Eppu Normaali Oy	Ylöjärvi	1 433 000	4	Eppu Normaali -konserni
Seinäjoen Tangomarkkinat Oy	Seinäjoki	1 365 000	121	
Bridgehead Productions Ltd Oy	Helsinki	1 341 000	1	Bridgehead Productions -konserni
Pinnacle Helsinki Oy	Helsinki	1 231 000	5	
Cosa Nostra Crew Oy	Helsinki	1 220 000	11	
Suomen Komedioteatteri Oy	Helsinki	1 188 000		
Hakaniemen Musiikkiteatteri Oy	Helsinki	1 151 000		
Seinäjoen Kaupunginteatteri Oy	Seinäjoki	1 025 000		
Full Production Oy	Helsinki	1 002 000	0	Live Nation Finland -konserni
Wickström & Thibblin Comedy Ab	Åbo	922 000		
RedBerg Agency Oy	Helsinki	828 000	6	
Tampereen Komedioteatteri Oy	Tampere	818 000		
Kouvola Teatteri Oy	Kouvola	744 000	49	
Finlanders Productions Oy	Turku	709 000	7	
Jamkicks Osakeyhtiö	Helsinki	689 000	14	
Wazzup Oy	Helsinki	656 000	1	
MadBoy Audio International Oy	Rovaniemi	622 000	3	
Hämeenlinnan Kaupungin Teatteri Oy	Hämeenlinna	593 000	52	
Operart Jyrki Anttila Oy	Lohja	590 000		
Sodapop Oy	Helsinki	573 000	4	
Ahola Entertainment Oy	Tampere	530 000		
Savonlinnan Oopperajuhlat Oy	Savonlinna	510 000	9	Savonlinnan Oopperajuhlien Kannatusyhdistys -konserni
Hook Finland Oy	Helsinki	495 000	6	
J.Brand Oy	Helsinki	494 000		
Kotkan Kaupunginteatteri Oy	Kotka	494 000	47	

Notajar Music Oy	Helsinki	490 000	6	
Sanni Music Oy	Helsinki	480 000		
Ville Galle OY	Helsinki	455 000		
Internationaali Säättö Oy	Helsinki	452 000	1	
Konservointi T. Sonninen Oy	Espoo	423 000		
Rupla Helsinki Oy	Helsinki	421 000		Rupla Helsinki -konserni
Nordic Drama Corner Oy	Helsingfors	417 000	5	
Riihimäen Teatteri Oy	Riihimäki	412 479	12	
Sinitaivas-musiikki Oy	Tampere	411 000	6	
VILD Music Oy	Helsinki	392 000		
Hruma Oy	Kotka	367 000	4	
Kapsäkki Osuuskunta	Helsinki	364 000	117	

Liite 9. Urheilulaitosten toiminta (TOL 93110) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Kotipaikka	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Helsinki Halli Oy	Helsinki	11 239 000	23	
Arena Center Oy	Helsinki	5 813 000	55	Arena Center -konserni
Urheiluhallit Oy	Helsinki	4 996 000	120	Urheiluhallit -konserni
Helsingin Liikuntahallit Oy	Helsinki	4 670 000	0	
Santasport Finland Oy	Rovaniemi	4 629 000	46	
KooKoo Hockey Oy	Kouvola	4 303 000	10	
Tampereen Ravirata Oy	Tampere	4 032 000		
Katinkullan Pallohalli Oy	Sotkamo	3 680 000	0	
Mäkelänrinteen Uintikeskus Oy	Helsinki	3 068 000		
Hukka Oy	Oulu	2 916 000	30	
Oy Pickala Golf Ab	Siuntio	2 471 000		Pickala Golf -konserni
Kytäjä Golf Oy	Hyvinkää	2 458 000	38	
W-Media & Management Oy	Seinäjoki	2 434 000	20	
Vuosaaren Urheilutalo Oy	Helsinki	2 339 000	41	
Sky Park Oy	Rovaniemi	2 338 000	36	
Hukka Oy	Oulu	2 301 000	58	
Tapiolan Monitoimiareena Oy	Espoo	2 108 000	5	Tapiolan Monitoimiareena -konserni
Helsingin Tennisstadion Oy	Helsinki	2 042 000	11	
Kangasalan Uimahalli Oy	Kangasala	2 027 000	2	
Leaf Areena Oy	Turku	2 008 000	24	
Golf Talma Oy	Sipoo	1 990 000	17	Golf Talma -konserni
Golfsarfvik Oy	Kirkkonummi	1 796 000		
Kiipeilyvisio Oy	Helsinki	1 776 000	10	
Helsinki Stadion Management Oy	Helsinki	1 750 000	7	Hjk -konserni
Master Golf Course Oy Ab	Espoo	1 670 000	16	
Lohjan Liikuntakeskus Oy	Lohja	1 609 000	70	Lohjan Liikuntakeskus -konserni
Rajamäen Uimahalli Oy	Nurmijärvi	1 535 000		
Sporttiimi Oy	Iisalmi	1 527 000	15	
Oy Peuramaa Golf Hjortlandet Golf Ab	Kirkkonummi	1 467 000	19	Länsi-Uudenmaan Osuuspankki -konserni
Buugi Ice Jyväskylä Oy	Jyväskylä	1 462 000	2	
Keimola Golf Club Oy	Vantaa	1 458 000	19	
Leppävirta Areena Oy	Leppävirta	1 444 000		
Linna Golf Oy	Hämeenlinna	1 417 000	16	Linna Golf -konserni
Vihti Hill Side Golf & Country Club Oy	Vihti	1 415 000	38	
Tahko Golf Club Oy	Kuopio	1 408 000	18	
Vuosaari Golf Oy	Helsinki	1 376 050		
Nurmijärven Golfkeskus Oy	Nurmijärvi	1 282 000		Nurmijärven Golfkeskus -konserni
System-300 Finland Oy	Kouvola	1 280 000	6	System-300 Finland -konserni

Tarinagolf Oy	Siilinjärvi	1 280 000		
St. Laurence Golf Oy	Lohja	1 245 000	9	
Tampereen Tenniskeskus Oy	Tampere	1 198 000	2	
Suur-Helsingin Golf Oy	Helsinki	1 195 000		
Lakeside Golf and Country Club Oy	Sastamala	1 154 000		Lakeside Golf and Country Club -konserni
Oulun Golf Oy	Oulu	1 147 000	20	
Kaatolupa Oy	Espoo	1 145 000	14	
Oy Kurk Golf Ab	Kirkkonummi	1 140 000	12	
Joensuun SAR Oy	Joensuu	1 137 000		
Suomen Keilahalli Oy	Helsinki	1 114 000	12	Suomen Keilahalli -konserni
Aurinko Golf Oy	Naantali	1 107 000		
Saloradat Oy	Salo	1 072 000		

Liite 10. Huvi- ja teemapuistojen toiminta (TOL 93210) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Kotipaikka	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Tampereen Särkänniemi Oy	Tampere	16 693 000	254	Tampereen Särkänniemi -konserni
SuperPark Oy	Sotkamo	7 758 000	23	Superpark -konserni
Puuharyhmä Oyj	Janakkala	7 049 000	72	Puuharyhmä -konserni
Muumimaailma Oy	Naantali	6 620 000	9	Muumimaailma -konserni
SuperPark Oy	Sotkamo	5 562 120	33	Superpark -konserni
Mariepark Ab	Mariehamn	4 855 000	53	
Tykkimäen vapaa-aikakeskus Oy	Kouvola	4 393 000	76	Kymen Seudun Osuuskauppa -konserni
Santapark Oy	Rovaniemi	3 454 000	30	Santa's Holding -konserni
Superpark Oulu Oy	Oulu	2 151 000	6	Superpark -konserni
Suomen Tivoli Oy	Tuusula	1 894 000		
Tivoli Sariola Oy	Kerava	1 804 000		
Arctic Action Oy	Tornio	1 362 000		
Superpark Oulu Oy	Oulu	1 325 000	5	Superpark -konserni
SkyWheel Helsinki Oy	Helsinki	1 284 000	8	
Esport HopLop Oy	Espoo	1 210 000		
SuperPark Särkänniemi Oy	Tampere	918 000	4	Superpark -konserni
Kalant Oy	Rovaniemi	911 000	13	
Irti Maasta Oy	Espoo	810 000	40	
Jukupark Oy	Kalajoki	782 000		
Arctic Playground Solutions Oy	Tornio	608 000		
Vauhtipuisto Oy	Oulu	581 000	2	
X Pakka Oy	Kalajoki	552 000	9	
Touhutalo Oy	Kokkola	549 000		
Bellingham Oy	Kauniainen	543 000	18	Bellingham -konserni
Flowpark Oy	Turku	492 000	7	
Puuhatoimi Oy	Tampere	482 000		
Seikkailupuisto Huippu Oy	Espoo	435 000	20	
Espoo Activity Park Oy	Espoo	425 000		
Treetop Adventure Park Oy	Joensuu	336 000		
Lekland Åland Ab	Eckerö	268 000	1	
NamiMami Oy	Kerava	266 000	11	
Zip Adventure Park Ab Oy	Vasa	252 000		Zip Adventure Park -konserni
Nokkamiehet Oy	Järvenpää	248 000	7	
Salon Lastenleikki Oy	Salo	245 000	4	
Seikkailupuisto Zippy Oy	Helsinki	236 000	6	
Kurun Lomasaari Oy	Saarijärvi	230 000	8	Kurun Lomasaari -konserni
Aulangon Seikkailupuisto Hugo	Hämeenlinna	211 000	4	
SeikkailuSveitsi Oy	Hyvinkää	207 000		

Maxifun Ab Oy	Jakobstad	180 000	
Leikkimaa Oy	Kokkola	175 000	
Savisaaren Ratsastuskeskus Oy	Kuopio	172 000	3
SK Profit Oy	Helsinki	150 000	2
SA-MI Pro Oy	Leppävirta	116 000	
Jakob Garden Oy	Pietarsaari	45 000	0
DARWIN DEXER INNOVATIONS OY	Helsinki	43 000	1
Happypark Oy	Helsinki	39 000	2
Vuokatin Vesiurheilukeskus Oy	Sotkamo	29 000	
Itä-Suomen Sisäpuistot Oy	Outokumpu	24 000	1
Yyterin toimintadyynit Oy	Pori	18000	
Savon HopHop Oy	Kuopio	12000	2

Liite 11. Hiihto- ja laskettelukeskukset (TOL 93291) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Kotipaikka	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Oy Levi Ski Resort Ltd	Kittilä	15 752 000		Levi Ski Resort -konserni
Rukakeskus Oy	Kuusamo	15 334 000	122	Rukakeskus -konserni
Huippupaikat Oy	Kuopio	9 992 000	104	Huippupaikat -konserni
Hiihtokeskus Iso-Ylläs Oy	Kolari	4 079 000		Hiihtokeskus Iso-Ylläs -konserni
Himos-Yhtiöt Oy	Jämsä	3 504 577	31	Himos-Yhtiöt -konserni
Pyhätunturi Oy	Pelkosenniemi	3 429 000	27	Rukakeskus -konserni
Ylläs-Ski Oy	Kolari	2 886 000		
Deltarec Oy	Tampere	2 070 000		
Vihti Ski Center Oy	Helsinki	1 258 000	7	
Oy Multi-Snowtech Ltd	Jämsä	1 253 000	5	
Ounasvaaran Hiihtokeskus Oy	Rovaniemi	1 020 000	14	
Kaunisharju Oy	Salla	965 000	10	
Lumena Oy	Kouvola	773 000	21	
Ellivuori Ski Center Oy	Sastamala	692 000	8	Ellivuori Ski Center -konserni
Oy Kokon-Sport Ab	Borgå	690 000	3	
TurTek Oy	Lappeenranta	648 000		
Teijon Matkailu Oy	Salo	646 000		
Rinnemestarit Oy	Lapua	527 000		
Jokkerin Hiihtomesta Oy	Sodankylä	484 000		
Lapland Ski Resorts Oy	Muonio	448 000		
Mustavaara Oy	Kontiolahti	384 000	6	
Sveitsin Hiihtokeskus Oy	Hyvinkää	359 000	10	
Swinghill Oy Ab	Espoo	268 000	5	
Ski Oulu Oy	Oulu	258 000		
Vapaa-ajankeskus Parra Oy	Teuva	240 000	3	
Joensuun Seudun Jäähdytetty Latu Oy	Kontiolahti	208 000	5	
Päminne Oy	Raseborg	205 000		
Uuperinrinteet Oy	Hamina	186 000		
Kallin Hiihtokeskus Oy	Keminmaa	183 000	1	
Jämin Hiihtotunneli Oy	Jämijärvi	98 000	0	Jämin Hiihtotunneli -konserni
Rinnekeskus Pääskyvuori Oy	Heinävesi	91 000	3	
Ruovesi Areena Oy	Ruovesi	84 000		
Pellon Laskettelurinteet Oy	Pello	70 000		
Ylläksen Kelkkavuokraamo Oy	Kolari	67 000	1	
Hiihtokeskus Iso-Syöte Oy	Pudasjärvi	66 000	0	Hiihtokeskus Iso- Syöte -konserni
HIMOSwing Oy	Jämsä	54 000		
Västerby Skidcentrum Oy Ab	Raseborg	7 345		
Avoin yhtiö Ruunarinteet	Savonlinna			

Gräbi Oy	Seinäjoki		
Heikin Rinne & Maanrakennus Oy	Viitasaari		
Helsingin Ravirata Oy	Helsinki	0	
Kaustisen Hiihtokeskus, Avoin Yhtiö	Kaustinen		
Laajis Oy	Jyväskylä		20
Mika Ilmari Oy	Juva		
Mustavuori Oy	Tampere		
Rukan koneladut T:mi	Kuusamo		
Ruokolahden Freeski Ky	Ruokolahti		
SiroSnow Oy	Tampere		
Suomussalmen Laskettelurinne Oy	Suomussalmi		
Tampereen rinteet OY	Kangasala		
Tohmarinne Jussi Pesu T:mi	Joensuu		

Liite 12. Muualla luokittelematon huvi- ja virkistystoiminta (TOL 93299) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Kotipaikka	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Lapland Safaris West Oy	Muonio	7 797 000	9	Lapland Safaris Group -konserni
Oy Polarartistit Ab	Turku	6 422 000	8	
Lapland Safaris North Oy	Inari	6 189 000	4	Lapland Safaris Group -konserni
Oy Kuortane Sports Management Ltd	Kuortane	4 677 000	28	Kuortaneen Urheilupuistosäätiö Sr -konserni
Leon Leikkimaa Oy	Uleåborg	3 617 000	23	
Helsinki Allas Oy	Helsinki	3 019 411	23	Töölö Urban -konserni
Tahko Spa Oy	Helsinki	2 914 000	10	Tahko Spa -konserni
Studio Mediapolis Oy	Tampere	2 458 000	47	Aito Media -konserni
PELIKA net Oy	Helsinki	2 269 000	12	PELIKA net -konserni
Eräsetti Oy	Rovaniemi	2 251 000	0	Eräsetti -konserni
MP-Viihde Oy	Lapua	2 167 000		
Oy Snow Games Ltd	Sodankylä	2 071 000	4	Snow Games -konserni
Oy Summer Fun Ltd	Kalajoki	1 715 000	9	Summer Fun -konserni
Leppävirran Virkistysuimala Leppäkerthu Oy	Leppävirta	1 475 000		
Sallan Osuuskunta Jotos	Salla	1 315 000	8	
Ext Ventures Oy	Laukaa	1 244 000	5	
Saariselän Safarit Oy	Rovaniemi	1 242 000	2	Lapland Safaris Group -konserni
Hill Invest Group Oy	Tampere	1 201 000	37	
Hieta-Viihde Oy	Oulu	1 159 000	19	Hieta-Viihde -konserni
Kamisak Oy	Inari	1 113 000		
Huskypoint Oy	Rovaniemi	1 097 000		
Satavan venepalvelu Oy	Turku	1 069 000	10	
Prison Island Finland Oy	Laukaa	1 063 000		
JDR-Rigging Oy Ltd	Helsinki	1 014 000		
Oy Mälö Marin Ab	Pargas	823 000		
RFC-Finland Oy	Oulu	772 000		
Mysteeri Experience Oy	Jyväskylä	767 000	17	
Fintriathlon Oy	Joroinen	693 000		
Tahko Service Oy	Kuopio	667 000		Tahko Spa -konserni
Vihti Resort Oy	Vihti	665 000	5	
Special Interest Russia Oy	Helsinki	664 172		
Tapahtumapalvelu Hannikainen Oy	Kouvola	612 000	22	
Kiinteistö Oy Levigold	Kittilä	596 000		
Arctic Driving Center Oy	Rovaniemi	502 000	1	
Wildlife Safaris Finland Oy	Kajaani	484 000		
Desipio Oy	Mikkeli	477 000	5	
aMazed Games Oy	Helsinki	466 000		

Kiuruveden Iskelmä Oy	Kiuruvesi	464 000	
Tolkinkylän Ratsastuskoulu Oy	Vantaa	464 000	
Top Safaris Oy	Inari	449 000	
Varalan Palvelut Oy	Tampere	430 000	7
PK Games Oy	Helsinki	429 000	5
Day 2 Group Oy	Helsinki	421 000	3
Go Experience Oy	Raasepori	403 000	4
Kuntokeskus Verde Oy	Sipoo	391 000	5
Natura Viva Oy	Espoo	389 000	
Hiihohi Oy	Helsinki	371 140	3
Vain Elämys Oy	Helsinki	353 000	4
WayOut Oy	Jyväskylä	352 000	
Mugava Oy	Helsinki	336 000	

Liite 13. Kylpylaitokset, saunat, solariumit yms. palvelut (TOL 96040) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä

Yrityksen nimi	Kotipaikka	Liikevaihto eur	henkilöstö lkm	Konserni
Flamingospa Oy	Vantaa	8 103 000	49	Jumbo Park -konserni
Magictan Finland Ab	Mariehamn	593 000	1	
Kuntomestarit Oy	Helsinki	405 000	3	
Obesus Oy	Sipoo	355 000		
Oulun Solariumstudio Oy	Tornio	354 000	14	
Kotiharjun Sauna Oy	Helsinki	279 000		
Reviva oy ab	Jakobstad	260 000		
Shamania Oy	Helsinki	242 000	1	
Lostedt & Lostedt Ab	Kyrkslätt	237 000		
Float Center Helsinki Oy	Helsinki	210 000		
Hieros Oy	Helsinki	207 000		
Uranetti Oy	Pihtipudas	200 000	3	
Enomron Oy	Espoo	193 000	3	
Hypofix Oy	Tampere	188 000	1	
TH Treatment Oy	Kirkkonummi	185 000		
HIERONTAOTE Oy	Helsinki	149 000	1	
Sarjakuvaaja Oy	Kerava	144 000		
Fox Group Oy	Tampere	143 000		
GRN-Power Oy	Lahti	138 000	2	
Kehonhuolto Jumissa Oy	Hyvinkää	123 000	0	
Suomen Sanco Oy	Helsinki	122 000		
Kellumo Oy	Helsinki	116 000		
Keravan Selkäpiste Oy	Kerava	96 000		
Hyvinvoinnin ABC Oy	Kotka	92 000	1	
Hywin Oy	Hämeenlinna	92 000	1	
Helsingin Cherokee Oy	Helsinki	88 000		
Painonhallinta Satu Rautalahti Oy	Hattula	85 000	1	
HeiDog Oy	Kangasala	79 000		
Mäki yhtiöt Oy	Turku	78 000	1	
Rantapojat Oy	Lahti	67 000	1	
Life Pillars Oy	Espoo	66 000	1	
Animotion Oy	Kontiolahti	60 000		
CaxCax Investments Oy AB	Vantaa	59 000		
HR-Hieronta Sirpa Lehtinen Oy	Jyväskylä	59 000	1	
Miskas Oy	Järvenpää	51 000	0	
Laguna Oy	Mikkeli	50 000	1	
Panthera Oy	Tampere	50 000		
Sinea Oy	Rääkkylä	49 000		
Alpo Rajasalo Oy	Ikaalinen	48 000		
Skärgårdens Arbetshälsoakademi Ab	Kimitoön	46 000		
J.E.T Group Oy	Lahti	43 000		
Kiko Hyvinvointi Oy	Sipoo	43 000		
Siriussilta Oy	Muurame	40 000		

Aspil Oy	Puumala	39 000	
Terveyskeidas Akaa Oy	Akaa	38 000	1
Itärannan Sauna Oy	Kotka	32 000	
Kankaanpään Hieronta ja Kauneus Oy	Kankaanpää	32 000	1
Aromilyhty Oy	Espoo	30 000	1
Lappeenrannan Linnoitus Oy	Lappeenranta	29 000	
J.Torppa Oy	Oulu	28 000	1

Lähteet

- Blue-Action: Arctic Impact on Weather and Climate, <http://blue-action.eu/index.php?id=4140>
- Booking.com's 2017 Sustainable Travel Report. <https://news.booking.com/bookingcoms-2017-sustainable-travel-report/>
- European Climate Foundation, Roadmap 2050.
- Euroopan komissio 2016. COM (2016) 356 Yhteistyötaloutta koskeva eurooppalainen toimintasuunnitelma. <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16881/attachments/2/translations>
- European Commission 2018. The use of the collaborative economy. <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/survey/getsurveydetail/instruments/flash/surveyky/2184>
- Eurostat <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/8558013/9-20122017-AP-EN.pdf/027d727b-4e06-45dc-b12a-2910eff57069>
- FCG Suunnittelu ja Tekniikka Oy ja Visit Finland 2018. Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet -loppuraportti 1.9.2018.
- FCG Suunnittelu ja Tekniikka Oy ja Visit Finland 2018. Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet - matkailuyrityskartoitus 09/2018.
- Finavia Oyj. Liikennetilastot.
- Finavia Oyj. Lentoasemat kehittyvät.
- Hambira, W. 2017. Matkailuelinkeinon sopeutuminen ilmastonmuutokseen Botswanassa. Oulun yliopisto. 24.8.2017.
- Hertsi, A. 2018. Uhkana verotulojen kadottaminen. Kauppalehti 28.2.2018.
- Ilmatieteenlaitos, Ilmasto-opas.
- IPCC 2012. Managing the Risks of Extreme Events and Disasters to Advance Climate.
- IROResearch Oy 2018. Tuhat suomalaista - reissuun omalla autolla vai julkisilla? Iltalehti 19.12.2018.
- Jakamistalous ja alustatyö. Helsinki, Tulevaisuusvaliokunta 2018. Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 3/2018. <https://www.eduskunta.fi/FI/lakiensaaminen/valiokunnat/tulevaisuusvaliokunta/julkaisut/Sivut/jakamistalous-ja-alustatyo.aspx>
- Hakkarainen, M. ja Jutila, S. 2017. Jakamistalous matkailussa 30.11.2017.
- KKV <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/matkustaminen-ja-liikenne/matkapaketit/>
- Koramo, Keinänen, Oosi & Wennberg 2017. Itsensä työllistäminen ja jakamistalous työelämän murroksessa. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 13/2017. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/79272>
- Kyllönen, S. 2018. Onko täällä mitään nähtävää? Metropolia Ammattikorkeakoulu 20.3.2018.
- Lapin Kansa 12.12.2018. Lappiin lentää lähes sata konetta enemmän kuin vuosi sitten.
- Lapin Kauppakamari. Vuosikirja 2017.
- Lapin Yliopisto/MTI 2018. Vertaismajoitus, haasteet ja mahdollisuudet majoitustoiminnassa –hanke. <https://shareabletourism.com/contact/>
- Liikenne- ja viestintäministeriö, Kuusi lentokenttää sai valtionavustusta. Press Release, 30.5.2018. www.liikennevirasto.fi
- Malin, R. 2018. Verottaja on nyt Airbnb-vuokraajien perässä. Kauppalehti 24.5.2018.
- Motiva ja Mara ry. Energy-efficient ski resort.

Nordic Council of Ministers 2017. Environmental impacts and potential of the sharing economy. <https://www.norden.org/fi/news/jakamistalous-tuottaa-suurimmat-ymparistohyodyt-liikennealalla>

Nurmi, O. ja TEM. 2018. Alueellinen matkailutilinpito 07.06.2018.

OECD 2018. OECD Tourism Trends and Policies 2018.

OECD 2016. Tourism Trends and Policies 2016. https://read.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2016_tour-2016-en#page9

ORC International, 2017. Optimizing digital channels.

Oxford Economics, 2018. Travel & Tourism | The Brexit Impact. 16.11.2018

Protect our Winters, 2018. Economic Report.

Rantala, T. Haapamäki, R., Harvio, S., Huhta, R. & Rantala, J. 2018. Matkailun saavutettavuus ja matkaketjut –kehittämispolku. Liikennevirasto, Business Finland, Lapin matkailuelinkeinojen liitto. www.tilastokeskus.fi Useita tilastoja

TEM Ammattibarometri 09/2018. <https://www.ammattibarometri.fi>

TEM 2017. Matkailu 4.0. Hallituksen toimenpidesuunnitelma 2017–2019.

TEM Matkailudiili. <https://www.matkailutyo.fi/matkailudiili/>

TEM 2018. Pk-toimialabarometri: Matkailu ja majoitus. 7.11.2018.

Tuominen, P. ja Puhakainen E. 2018. MaRa Vitriini-lehti 26.6.2018.

Raeste, J. 2018. Helsinkiin on syntymässä toistakymmentä uutta hotellia. Helsingin Sanomat 2.3.2018

SMAL <http://smal.fi/fi/SMAL/Valmismatkakampanja/Pakettimatalla-vuonna-2018>

STM <https://stm.fi/alkoholiin-kokonaisuudistus>

Talouselämä Online 2018. Alipay puskee Suomeen. 8.2.2018

TEM 2017. Jakamistalous Suomessa 2016 – Nykytila ja kasvunäkymät. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 9/2017. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/79253>

TEM 2017. Jakamistalouden säädösympäristö. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 44/2017. <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/160356>

TEM 2016. Kotimajoitus osana jakamistaloutta. Virkamieskäyttöön tarkoitettu taustamuistio.

TEM 2018. Koulujen kesälomien siirron vaikutukset matkailuelinkeinolle. https://tem.fi/julkaisu?pubid=URN:ISBN:978-952-327-305-4_3.5.2018

TEM 2016. Ohjeita kotimajoitusta tarjoavalle. https://tem.fi/documents/1410877/2735818/3_2016_ohjeita_kotimajoitusta_tarjoavalle_25042016_WEB.pdf/4e48204f-ee08-4e55-9713-1d33d5aebbb0b/3_2016_ohjeita_kotimajoitusta_tarjoavalle_25042016_WEB.pdf.pdf

TEM 2015. Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025.

Tilastokeskus, Alustatalous 2018. http://tilastokeskus.fi/til/tyti/2017/14/tyti_2017_14_2018-04-17_tie_001.fi.html?ad=notify 17.4.2018.

Tilastokeskus, Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2017. https://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2017/13/sutivi_2017_13_2017-11-22_tie_001.fi.html. 22.11.2017

UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, March/April 2018

Urpelainen, A. 2018. Suomen matkailu hurjassa vedossa, mutta investointeja tarvitaan lisää. Kaupalehti 27.2.2018.

www.vikingline.fi Tiedotteet

Visit Finland 2018. Foreign Visitors Shopping in Finland. 15.5.2018.

Visit Finland 2018. MATKAILUTILINPITO. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2015–2016.

Visit Finland 2018. Matkailijatutkimus talvikausi 2017–2018. 30.8.2018.

Visit Finland 2018. Matkailijatutkimus 2017. 15.3.2018.

Visit Finland 2017. Matkailuvuosi 2017 – Suuralueet ja maakunnat.

Visit Finland 2018. Suomen matkailun digitiekartta. 19.6.2018.

Visit Finland 2017. Suomen vetovoimatekijät.

Visit Finland 2018. Vuokramökkitalastoinnin esiselvitys. 21.8.2018.

Visit Finland 2017. Yöpymisten kehityskatsaus 2017

YLE 2018. Laivayhtiöillä monin tavoin ennätysellinen kesäsesonki – aasialaisten matkustajien osuus kasvanut. 13.8.2018.

Zenodo 2018. Developing and Valuing Climate Services and Information Services: Case Studies.

Työ- ja elinkeinoministeriö

www.tem.fi

Maa- ja metsätalousministeriö

www.mmm.fi

Ympäristöministeriö

www.ym.fi

ELY-keskus

www.ely-keskus.fi

Business Finland

www.businessfinland.fi



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet