

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu • Alueet, Yritykset • 2019:60

# Yhdessä enemmän – kestäväää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun

Suomen matkailustrategia 2019–2028  
ja toimenpiteet 2019–2023



Työ- ja elinkeinoministeriö  
Arbets- och näringsministeriet



Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:60

# Yhdessä enemmän – kestäväää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun

Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023

Työ- ja elinkeinoministeriö

ISBN PDF: 978-952-327-472-3

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2019

# Kuvailulehti

<b>Julkaisija</b>	Työ- ja elinkeinoministeriö	marraskuu 2019	
<b>Julkaisun nimi</b>	Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023		
<b>Julkaisusarjan nimi ja numero</b>	Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:60		
<b>Diaari/ hankenumero</b>		<b>Teema</b>	Alueet, Yritykset
<b>ISBN PDF</b>	978-952-327-472-3	<b>ISSN PDF</b>	1797-3562
<b>URN-osoite</b>	<a href="http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-472-3">http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-472-3</a>		
<b>Sivumäärä</b>	72	<b>Kieli</b>	suomi
<b>Asiasanat</b>	matkailu, elinkeinot, yritykset, työllisyys, alueet, yhteistyö		
<b>Tiivistelmä</b>			
<p>Matkailu on Suomelle suuren potentiaalin omaava palveluala ja kasvava vientiala. Vuonna 2017 palveluiden vientituloista matkailuvienti muodosti yli 17 prosenttia, matkailun kokonaiskysyntä oli noin 15 miljardia euroa ja sen suora osuus BKT:sta 2,6 prosenttia. Matkailu työllistää yli 140 000 henkilöä. Lisäksi matkailulla on merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia.</p> <p>”Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” on Suomen valtakunnallinen matkailustrategia vuosille 2019–2028. Visiona on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Keskeisenä tavoitteena on tuplata matkailuvienti. Matkailualan kestävä kasvun ja uudistumisen mahdollistamiseksi strategiassa on tunnistettu neljä painopistettä: kestävä kehityksen mukaisen toiminnan tukeminen, digitaaliseen muutokseen vastaaminen, saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden sekä kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen. Yhteistyön merkitys on vahva, mikä näkyy strategian nimessäkin.</p> <p>Matkailustrategian taustalla on Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025, joka päivitettiin vuoden 2019 aikana. Poikkihallinnollisella matkailun asiantuntijaryhmällä, MiniMatkalla, oli keskeinen rooli päivityksen edistämisessä. Matkailustrategia tukee pääministeri Rinteen hallituksen ohjelmaa.</p> <p>Strategian tehtävänä on toimia matkailualan toimijoiden yhteisenä ohjenuorana kehittämistyössä. Toimenpiteitä toteutetaan laajan toimijajoukon yhteistyönä.</p> <p>Työ- ja elinkeinoministeriön yhdyshenkilö: johtava asiantuntija Sanna Kyyrä, puh. 050 358 9497, Innovaatiot ja yritysrahoitus -osasto.</p>			
Julkaisu on päivitetty 21.2.2020, sivut 13, 31, 45, 49 ja 63.			
<b>Kustantaja</b>	Työ- ja elinkeinoministeriö		
<b>Julkaisun jakaja/myynti</b>	Sähköinen versio: <a href="http://julkaisut.valtioneuvosto.fi">julkaisut.valtioneuvosto.fi</a> Julkaisumyynti: <a href="http://julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi">julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi</a>		

## Presentationsblad

<b>Utgivare</b>	Arbets- och näringsministeriet	november 2019	
<b>Publikationens titel</b>	Tillsammans blir det mer – hållbar tillväxt och förnyelse inom turismen i Finland Finlands turismstrategi 2019–2028 och åtgärder 2019–2023		
<b>Publikationsseriens namn och nummer</b>	Arbets- och näringsministeriets publikationer 2019:60		
<b>Diarie-/ projektnummer</b>		<b>Tema</b>	Regionerna, Företag
<b>ISBN PDF</b>	978-952-327-472-3	<b>ISSN PDF</b>	1797-3562
<b>URN-adress</b>	<a href="http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-472-3">http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-472-3</a>		
<b>Sidantal</b>	72	<b>Språk</b>	finska
<b>Nyckelord</b>	turism, näringar, företag, sysselsättning, regioner, samarbete		
<b>Referat</b>			
<p>Turismen är för Finland en servicebransch med stor potential och en växande exportbransch. Av exportinkomsterna för tjänster för 2017 utgjorde turismexporten över 17 procent, den totala efterfrågan inom turismen var cirka 15 miljarder euro och dess direkta andel av BNP 2,6 procent. Turismen sysselsätter över 140 000 personer. Turismen har dessutom betydande regionalekonomiska effekter.</p> <p>”Tillsammans blir det mer – hållbar tillväxt och förnyelse inom turismen i Finland” är Finlands nationella turismstrategi för 2019–2028. Visionen är att vara det turismmål i Norden som växer på det mest hållbara sättet. Det centrala målet är att fördubbla turismexporten. För att möjliggöra hållbar tillväxt och förnyelse inom turismen har man identifierat fyra prioriteringar i strategin: att främja verksamhet i enlighet med principerna för hållbar utveckling, att svara mot den digitala omvälvningen, att förbättra tillgängligheten med hänsyn till turismens behov och att säkerställa en verksamhetsmiljö som stöder konkurrensförmågan. Samarbetets betydelse är stor, vilket också syns i strateginamnet.</p> <p>Bakom turismstrategin finns Vägkartan för tillväxt och förnyelse inom turismen i Finland 2015–2025, som uppdaterades 2019. Den förvaltningsövergripande sakkunniggruppen för turism, MiniMatka, hade en central roll i arbetet med uppdateringen. Turismstrategin stöder regeringsprogrammet för statsminister Rinne.</p> <p>Strategin har till uppgift att vara ett gemensamt rättesnöre i utvecklingsarbetet för aktörerna inom turismen. Åtgärderna genomförs som ett samarbete mellan en stor grupp av aktörer. Kontaktperson vid arbets- och näringsministeriet: Sanna Kyyrä, ledande sakkunnig, tfn 050 358 9497, avdelningen för innovationer och företagsfinansiering.</p> <p>Publikation uppdaterades den 21 Februrari 2020, s. 13, 31, 45, 49 och 63.</p>			
<b>Förläggare</b>	Arbets- och näringsministeriet		
<b>Distribution/ beställningar</b>	Elektronisk version: <a href="http://julkaisut.valtioneuvosto.fi">julkaisut.valtioneuvosto.fi</a> Beställningar: <a href="http://julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi">julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi</a>		

## Description sheet

<b>Published by</b>	Ministry of Economic Affairs and Employment		November 2019
<b>Title of publication</b>	Achieving more together – sustainable growth and renewal in Finnish tourism Finland's tourism strategy 2019 –2028 and action plan 2019–2023		
<b>Series and publication number</b>	Publications of the Ministry of Economic Affairs and Employment TEM reports 2019:60		
<b>Register number</b>		<b>Subject</b>	Regions, Enterprises
<b>ISBN PDF</b>	978-952-327-472-3	<b>ISSN (PDF)</b>	1797-3562
<b>Website address (URN)</b>	<a href="http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-472-3">http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-472-3</a>		
<b>Pages</b>	72	<b>Language</b>	Finnish
<b>Keywords</b>	tourism, trade and industries, businesses, employment, regions, cooperation		
<p><b>Abstract</b></p> <p>Tourism is a service sector with great potential for Finland, and a growing export sector. In 2017, tourism exports accounted for more than 17% of the export income generated by services. The total demand for tourism was approximately EUR 15 billion, and its direct share of GDP was 2.6%. Tourism employs more than 140,000 people. In addition, tourism has significant regional economic impacts.</p> <p>“Achieving more together – sustainable growth and renewal in Finnish tourism” is the name of Finland’s national tourism strategy for 2019–2028. It envisions Finland as the most sustainably growing tourist destination in the Nordic countries. The key objective is to double tourism exports. The strategy identifies four key priorities that will enable sustainable growth and renewal of the tourism sector: supporting activities that foster sustainable development, responding to digital change, improving accessibility to cater to the tourism sector’s needs, and ensuring an operating environment that supports competitiveness. Cooperation plays a major role, as the name of the strategy indicates.</p> <p>The tourism strategy is based on the roadmap for growth and renewal in Finnish tourism 2015–2025, which was updated in 2019. The horizontal expert group on tourism played a key role in the update. The Tourism Strategy supports Prime Minister Rinne’s Government Programme.</p> <p>The purpose of the strategy is to provide a common guideline for development work in the tourism sector. Measures will be taken in collaboration by a wide range of actors.</p> <p>Contact person at the Ministry of Economic Affairs and Employment: Sanna Kyyrä, Chief Specialist, tel. +358 50 358 9497, Innovations and Enterprise Financing Department.</p> <p>Publication was updated on 21th February 2020, p. 13, 31, 45, 49 and 63.</p>			
<b>Publisher</b>	Ministry of Economic Affairs and Employment		
<b>Distributed by/ publication sales</b>	Electronic version: <a href="http://julkaisut.valtioneuvosto.fi">julkaisut.valtioneuvosto.fi</a> Publication sales: <a href="http://julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi">julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi</a>		





# SISÄLTÖ

<b>1</b>	<b>Johdanto</b> .....	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Neljä hyvää syytä panostaa matkailuun</b> .....	<b>11</b>
<b>3</b>	<b>Matkailun tulevaisuuden näkymiä</b> .....	<b>18</b>
<b>4</b>	<b>Tavoitteet vuosille 2019–2028</b> .....	<b>23</b>
<b>5</b>	<b>Toimenpiteiden rahoitus ja toimijoiden roolit</b> .....	<b>31</b>
<b>6</b>	<b>Toteuman seuranta ja viestintä</b> .....	<b>36</b>
<b>7</b>	<b>Toimenpiteet kestävän kasvun ja uudistumisen aikaansaamiseksi vuosille 2019–2023</b> .....	<b>37</b>
7.1	Kestävyydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti.....	37
7.1.1	Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja .....	39
7.1.2	Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi .....	40
7.2	Matkailualan digitalisointi .....	45
7.2.1	Matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen .....	46
7.2.2	Matkailualan digiosaamisen kehittäminen .....	46
7.3	Matkailupalveluiden kasvua tukeva saavutettavuus .....	47
7.3.1	Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen.....	48
7.3.2	Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen .....	49
7.4	Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen.....	50
7.4.1	Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen .....	52
7.4.2	Tiedolla johtamiseen panostaminen .....	53
7.4.3	Matkailun kestävää kasvua tukeva lainsäädäntö, maankäyttö sekä toimintakulttuuri .....	54
7.4.4	Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen .....	56

<b>Liite 1. Matkailun määritelmä ja matkailuklusterin kuvaus.....</b>	<b>57</b>
<b>Liite 2. Matkailustrategian päivitysprosessi.....</b>	<b>59</b>
<b>Liite 3. Matkailustrategian määrällisten mittarien selitteet ja lähteet.....</b>	<b>60</b>
<b>Liite 4. Matkailustrategian 2019–2028 ympäristövaikutusten arviointiselostus (SOVA).....</b>	<b>62</b>
<b>Liite 5. Matkailustrategian 2019–2028 työllisyys- ja sukupuolivaikutusten arviointiselostus.....</b>	<b>66</b>
<b>Lähteet.....</b>	<b>72</b>

# 1 Johdanto

”Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” on Suomen valtakunnallinen matkailustrategia vuosille 2019–2028. Strategiassa asetetaan matkailun kehittämiseksi tavoitteet vuoteen 2028 sekä toimenpiteet vuosille 2019–2023. Strategiassa katsotaan siis pidemmälle tulevaisuuteen, mutta kehittämistoimenpiteet asetetaan lähivuosille yhteneväisesti hallituskauden kanssa.

Matkailustrategia on matkailutoimijat yhteen kokoava väline. Strategian tehtävänä on toimia matkailun kehittämistyössä yhteisenä ohjenuorana ja saada aikaan tuloksekasta matkailupolitiikkaa. Toimenpiteitä toteutetaan laajan toimijajoukon yhteistyönä. Matkailustrategiaa toteutetaan valtiontalouden kehyspäätösten ja valtion talousarvioiden mukaisten voimavarojen puitteissa. Osaan tavoitteista ja toimenpiteistä voidaan vastata mm. EU-ohjelmien rahoituksella. Strategian toimeenpanoa ja tavoitteiden saavuttamista seurataan, ja tavoitteita ja toimenpiteitä tarkennetaan tarpeen mukaan.

Matkailustrategia tukee pääministeri Rinteen hallituksen ohjelmaa. Koska matkailustrategia ei ole poliittinen näkemys matkailun tavoitteista ja tarvittavista toimenpiteistä, on asiakirjoissa myös eroavaisuuksia. Matkailustrategiassa esitetään yhtenä toimenpiteenä matkailun poikkihallinnollisen strategisen ohjelman valmistelua ja käynnistämistä. Toimenpiteellä tuetaan matkailustrategian toimeenpanoa. Se on matkailustrategiaa suppeampi kokonaisuus, joka koskee valtionhallinnon toimijoita.

Matkailustrategia on päivitetty työ- ja elinkeinoministeriön koordinoimana. Ministeriö vastaa Suomen matkailupolitiikan painotuksista ja koordinoi kehittämistyötä yhdessä muiden ministeriöiden ja alan toimijoiden kanssa. Matkailustrategiaa toteutetaan usean toimijan yhteistyönä, minkä johdosta toimenpiteiden kirjo on laaja. Matkailustrategiassa ei esitetä erikseen toimenpiteitä kaupunki- ja maaseutualueille vaan kehitetään matkailua alueet yhdessä huomioiden.

Suomen matkailupolitiikka ja siten myös matkailustrategia kohdentuu Suomen elinkeinoelämän ja työllisyyden edistämiseen matkailun avulla. Työ- ja elinkeinoministeriö vastaa Suomeen suuntautuvan matkailun ja kotimaanmatkailun kehittämistä. Lisäksi ministeriö edistää suomalaisten ulkomaanmatkailun mahdollistavien matkailuyritysten toimintaympäristön sujuvuutta osana suomalaisen yritystoiminnan kehittämistä. Matkailustrategiassa esitetyissä luvuissa nojaututaan vahvasti Tilastokeskuksen ja Visit Finlandin toteuttaman matkailutilinpidon lukuihin. Matkailutilinpito huomioi ulkomaisen matkailukysynnän Suomessa, kotimaisten matkailijoiden kysynnän Suomessa sekä ulkomaille suuntautuvan matkailukysynnän kotimaan osuuden. Siten matkailustrategiassa esitetyissä kysyntäluvuissa sekä niiden kehitys-arvioissa on huomioitu kaikki kolme edellä esitettyä matkailun ulottuvuutta. Ne on huomioitu myös toimenpiteissä, joskin Suomeen suuntautuvan matkailun edistäminen on priorisoitu. Matkailuviennin kasvupotentiaali on kotimaisen matkailukysynnän kasvupotentiaalia suurempi. Lisäksi palveluviennin kehityksessä ja matkailuyritysten kansainvälistymisessä tarvitaan julkista tukea.

Matkailustrategian taustalla on Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025, joka valmisteltiin vuoden 2014 aikana hyvin laajalla ja osallistavalla prosessilla. Tiekartan päivittäminen tuli ajankohtaiseksi, kun sitä oli toteutettu noin neljän vuoden ajan. Tiekartan sisältö ja toimenpiteet on nyt päivitetty paremmin nykyistä tilannetta vastaavaksi. Jatkossa tiekartalla viitataan vuonna 2015 julkaistuun asiakirjaan ja strategialla vuonna 2019 päivitettyyn tiekarttaan. Matkailustrategiaan on kirjattu, mitä toimenpiteitä matkailun kestävä kasvun ja uudistumisen edistämiseksi tulisi seuraavien vuosien aikana tehdä. Läpileikkaavana teemana strategiassa on yhteistyö, joka on välttämätöntä matkailun kestävä kasvun ja uudistumisen saavuttamisessa.

Matkailun määritelmä ja matkailuklusterin kuvaus esitetään liitteessä 1. Matkailustrategian päivytysprosessi kuvataan liitteessä 2 ja strategiassa mainittavien keskeisten määrällisten mittarien selitteet liitteessä 3. Liitteessä 4 esitetään matkailustrategian ympäristövaikutusten arvioinnin sekä liitteessä 5 työllisyys- ja sukupuolivaikutusten arvioinnin arviointiselostus.

## 2 Neljä hyvää syytä panostaa matkailuun

### 1. Matkailu on suuren kasvupotentiaalin omaava palveluala, jolla on paljon kerrannaisvaikutuksia muille aloille

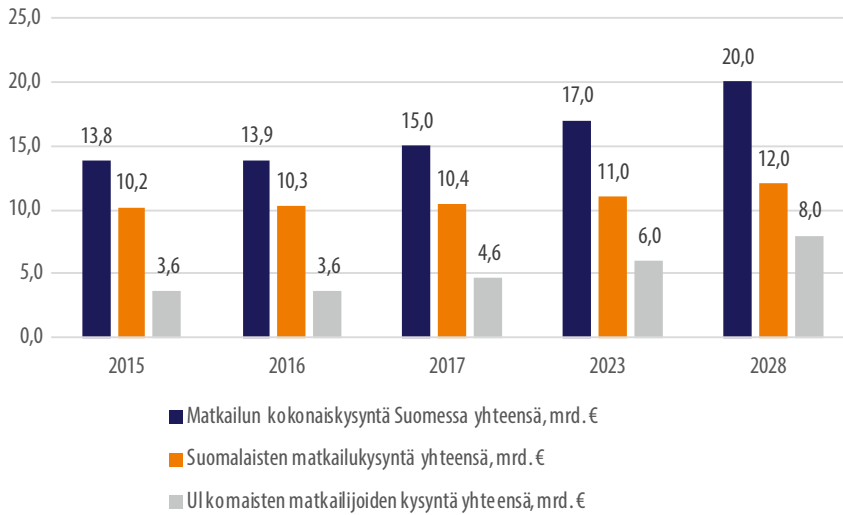
Matkailulla on Suomessa merkittävä vaikutus kansantalouteen ja työllisyyteen. Matkailun suora bruttokansantuoteosuus on 2,6 prosenttia. Matkailun kokonaiskysyntä oli noin 15 miljardia euroa vuonna 2017 ja matkailuyritysten liikevaihto yli 19 miljardia euroa. Matkailu aikaansaa myös moninaisia kerrannaisvaikutuksia muille elinkeinoille, kuten rakennusteollisuudelle, elintarviketeollisuudelle, tekstiiliteollisuudelle ja finanssipalveluille. Yksi matkailueuro tuo arviolta 56 senttiä lisäarvoa muille toimialoille. Matkailun jalostusarvo on myös korkea. Matkailun kasvupotentiaali on suuri; maailmassa matkailu kasvaa 5 prosentin vuosivauhtia.

Matkailutuloa voidaan kasvattaa tuottamalla korkeakatteisia lisäarvopalveluita kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille. Kasvua odotetaan syntyvän myös matkailun ja muiden alojen (esim. liikunta- ja hyvinvointipalvelut, elintarvikeala, rakennusala ja ICT) rajapinnassa tapahtuvan innovaatiotoiminnan tuloksena.

Kotimaanmatkailulla on keskeinen asema Suomen kokonaismatkailussa<sup>1</sup>. Kotimaisen kysynnän osuus matkailun kokonaiskysynnästä on noin 70 prosenttia. Kotimaanmatkailu toimii ympärivuotisuutta sekä tasaisuutta tuovana markkinana esimerkiksi kansainvälisen poliittisen tilanteen muuttuessa ja muuttaessa kansainvälisiltä markkinoilta tulevaa kysyntää.

---

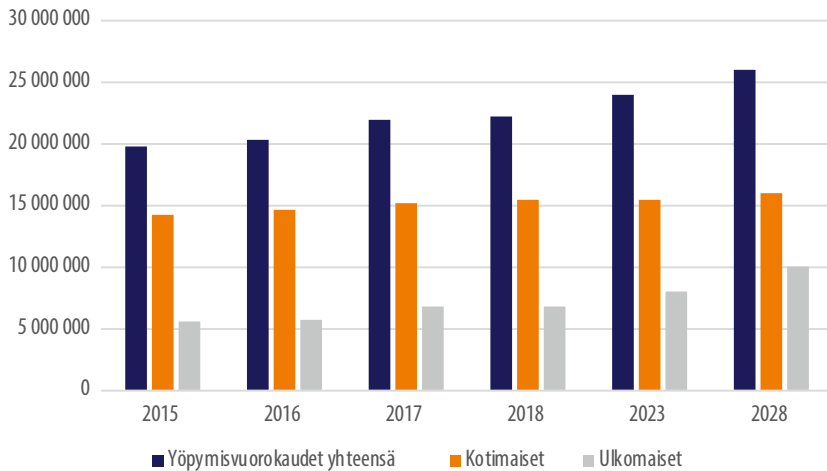
1 TEM, 2019 Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista



**Kuvio 1. Matkailukysyntä Suomessa 2015–2017 ja tavoitteet vuosille 2023 ja 2028.**

**Lähde: Visit Finland, Matkailutilinpito 2019**

Suomessa majoituspalveluiden kysyntä kääntyi kasvuun vuodesta 2016 alkaen ja kasvoi voimakkaasti vielä vuonna 2017. Vuonna 2018 kysynnän kasvu jatkui maltillisena heinä- ja syyskuuta lukuun ottamatta, jolloin kysyntä väheni prosenttien verran kummassakin. Vuonna 2018 Suomen majoitusliikkeissä kirjattiin kaikkiaan yli 22 miljoonaa yöpymisvuorokautta, joista noin 15,4 miljoonaa oli kotimaisten ja runsaat 6,8 miljoonaa ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä. Majoituspalveluiden ulkomainen ja kotimainen kysyntä kasvoivat kumpikin 1,5 prosenttia edellisvuodesta. Majoituspalveluiden kokonaiskysyntä kasvoi saman verran, kaikkiaan 1,5 prosenttia vuonna 2018.



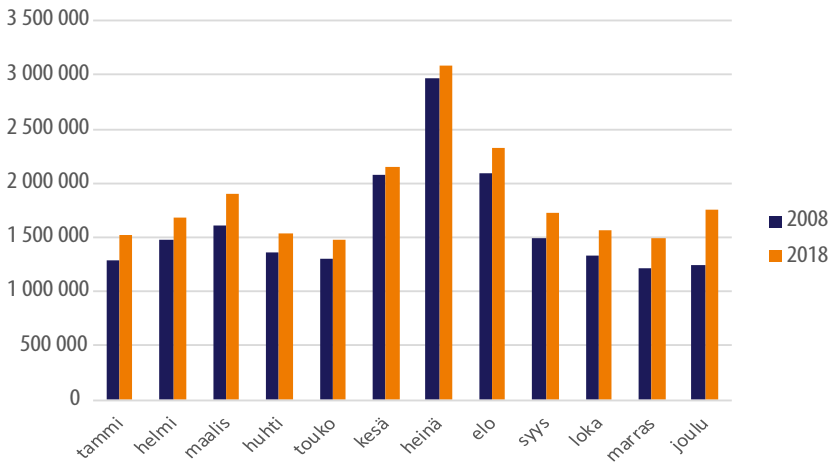
**Kuvio 2. Rekisteröityjen majoitusvuorokausien kehitys vuosina 2015–2018 sekä tavoitteet vuosille 2023 ja 2028. Lähde: Tilastokeskus, Majoitustilasto**

Majoitustilaston piiriin kuuluvat majoitusliikkeet, joissa on vähintään 20 vuodepaikkaa tai sähköpistokkeella varustettua matkailuvaunupaikkaa sekä retkeilymajat. Iso osa alle 20 vuodepaikan kohteista on vuokramökkejä ja vuokrattavia loma-asuntoja. Joillakin alueilla ja matkailukeskuksissa matkailijoille vuokrattavien mökkien ja yksityishenkilöiden vuokraamien lyhytaikaisten majoitusvuorokausien määrä on korkea, jolloin Majoitustilasto ei anna kokonaiskuvaa matkailuvirtojen suuruudesta alueella. Vuokramökkitylöstä on kehitetty osana Majoitustilastoa, ensimmäinen kokeellinen tilasto julkaistiin keväällä 2019 vuotta 2018 koskien. Kokonaiskuvan täydentämiseksi jatkossa kehitetään mm. tilastointitapoja alustataloudessa toteutuvan lyhytaikaisen majoituksen tarjonnan ja kysynnän seuraamiseksi.

Pääosa kaikesta Suomessa tapahtuvasta matkailusta liittyy vapaa-ajan viettoon<sup>2</sup>. Vapaa-ajanmatkailun ja työmatkailun välinen ero on luonteeltaan alueellinen. Työmatkailu kasautuu pääosin tärkeimpiin taloudellisiin keskuksiin sekä yliopisto- ja korkeakoulupaikkakunnille. Vapaa-ajan matkailu jakautuu alueellisesti tasaisemmin kaupunkeihin sekä maaseutu- ja saaristoalueille. Matkailun vuosittainen rytmi jakautuu

<sup>2</sup> Tilastokeskus, Suomalaisten matkailu & Visit Finland Matkailijatutkimus, 2018. Esimerkiksi vuonna 2018 suomalaiset tekivät kotimaassa yöpymisen sisältäneitä vapaa-ajan matkoja 25,7 miljoonaa, kun taas työmatkoja kertyi 3,4 miljoonaa. Ulkomaalaisten matkoista ainoastaan 13 prosentilla matkan tarkoitus oli työmatka.

entistä tasaisemmin eri vuodenaikojen kesken, ja vastaavasti sesonkeja on useampi kuin yksi.



**Kuvio 3. Majoitusvuorokausien kuukausittainen vaihtelu vuonna 2008 ja 2018.**

Lähde: Tilastokeskus, Majoitustilasto

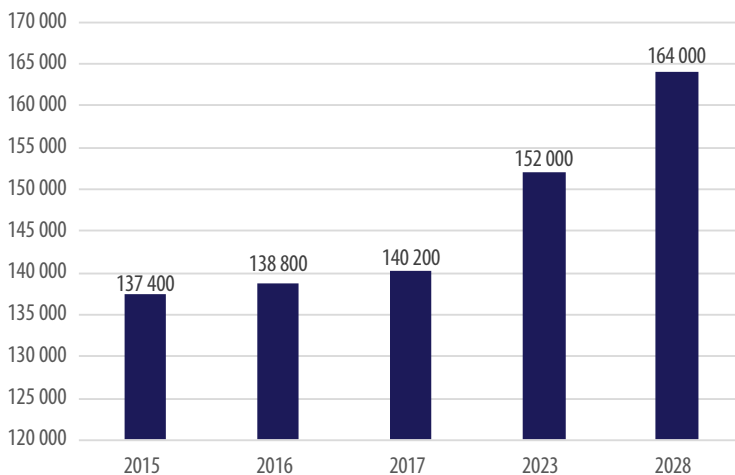
## 2. Matkailu on kasvava vientitoimiala

Matkailuviennin kasvu on selvästi muuta palveluvientiä nopeampaa. Vuonna 2017 matkailuviennin osuus Suomessa oli 17,2 prosenttia palveluiden vientituloista. Matkailu on ainoa viennin ala, jonka kulutus tapahtuu Suomessa, ja joka maksaa toiminnastaan arvonlisäveroa. Suomeen suuntautuvan matkailun kehittäminen on kansantalouden ja alueiden näkökulmasta tehokkain tapa lisätä Suomen matkailusta saamia tuloja. Myös panostukset kansainvälisten kongressien ja yritystapahtumien saamiseen Suomeen kannattavat, sillä osallistujien rahankäyttö on huomattavasti suurempaa kuin perinteisen vapaa-ajan matkustajan, viipymä on pitkä eikä toiminta ole kovinkaan suhdanneherkkää. Erityisesti Suomen maantieteellinen sijainti Venäjän naapurimaana sekä erinomaisten Aasian lentoyhteysklien päässä avaa matkailualalle monia mahdollisuuksia. Maantieteelliset edut huomioon ottaen kehittämistoimenpiteitä tulee kohdentaa pitkällä tähtäimellä tämän valtavan potentiaalın hyödyntämiseen.



### 3. Matkailu on merkittävä työllistäjä

Matkailu työllisti vuonna 2017 yli 140 000 henkilöä. Lisäksi vuokratyövoiman käyttö on yleistä; hotelli- ja ravintola-alalla tehtiin vuokratyötä arviolta 6000 henkilötyövuotta. Matkailu työllistää paljon nuoria, joiden osuus työntekijöistä on 30 prosenttia. Matkailutoimialoilla yrityksiä on noin 28 500, joista pääosa on mikroyrityksiä. Vuonna 2017 matkailuyritysten lukumäärä kasvoi noin 400 yrityksellä, yritysten liikevaihto yli 6 miljoonaa euroa ja yritysten työllistävyys yli 1 000 henkilötyövuotta. Uusia yrityksiä on syntynyt eniten matkailun ohjelmapalvelualalle, hyödyntäen rajapinnoilla toimivia yrityksiä yhteistyökumppaneina sekä luontoa toimintaympäristönään. Matkailu tulee pysymään työvoimavaltaisena myös teknologian käytön ja tätä kautta palveluiden saavutettavuuden lisääntyessä.



**Kuvio 4.** Matkailutoimialojen työllisyys 2015–2017 (osa- ja kokoaikaiset yhteensä, henkilöä) ja tavoitteet vuosille 2023 ja 2028. Lähde: Visit Finland, Matkailutilinpito 2019

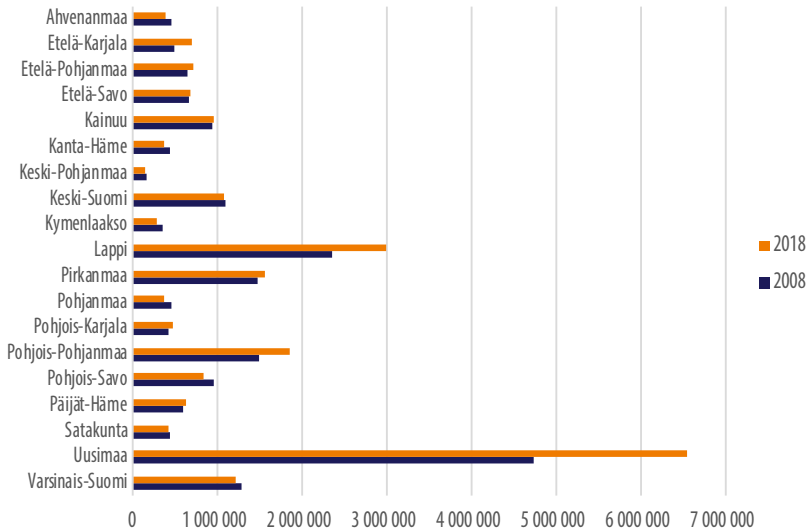
### 4. Matkailu on alueellisesti merkittävä elinkeino Suomessa

Matkailu on tasapainoista aluerakennetta vahvistava tekijä. Matkailun merkitystä kasvattaa alan paikkasidonaisuus; matkailutoimialojen työpaikkoja ja paikallisesti tehtyä kehittämistyötä ei voida pääosiltaan siirtää muihin maihin eikä muille paikkakunnille. Matkailun merkitys korostuu paikallisesti erityisesti maaseutu- ja saaris-alueilla sijaitsevien matkailukeskusten yhteydessä. Valtio rahoittaa budjettivaroin

esimerkiksi kulttuurikohteita (mm. museot ja kulttuuriperintökohteet) sekä kansallispuistojen ja retkeilyalueiden retkeilypalvelut (reitit, palveluvarustuksen ja niiden huollon ja ylläpidon), joihin luontomatkailu voi tuotteissaan tukeutua. Elinkeinosktori luo lähialueille maksulliset matkailupalvelut. Keskimäärin kansallispuistoissa kävijöiden rahankäyttö tuo lähialueelle noin 10 euroa jokaista puiston retkeilyalueiden palveluihin ja luontokeskuksiin sijoitettua euroa kohti. Matkailualueilla sijaitse- vissa kansallispuistoissa hyötysuhde on vielä tätä korkeampi, keskimäärin 14 euroa.

Matkailun avulla luodaan monipuolisempia ja laadukkaampia palveluita paikalli- sille asukkaille, mutta myös perusinfrastruktuuria, jonka pohjalle voidaan kehittää muuta elinkeinotoimintaa. Kulttuuria sekä kulttuuriperinnön ja -ympäristön säily- mistä ja kehittymistä tukeva matkailu vahvistaa paikallisia tapoja ja alueiden omaa kulttuuri-identiteettiä.

Matkailulla on aluekehittämistä tukeva vaikutus. Kehityksen varmistamiseksi tavoit- teena tulee olla matkailun aluetaloudellisen vaikutuksen lisäksi yöpymisvuorokau- sien kasvun jakautuminen paitsi ympärivuotisesti myös tasaisemmin alueiden välillä. Ulkomaisen matkailun osalta Visit Finlandin suuralueyhteistyönmalli edistää tavoit- tetta. Suomi on jaettu neljään suuralueeseen matkailullisen Suomi-brändin kehittä- miseksi. Suuralueita ovat pääkaupunkiseutu, Lappi, Järvi-Suomi ja rannikko ja saa- risto. Jako suuralueisiin luo perustan vahvalle matkailupalveluiden ja -tuotteiden tar- jonnalle sekä vetovoimaisten alabrändien rakentumiselle. Yhteistyön tavoitteista, re- sursseista ja laajuudesta sovitaan suuralueen kanssa.



**Kuvio 5. Yöpymisvuorokaudet maakunnittain vuonna 2008 ja 2018. Lähde: Tilastokeskus, Majoitustilasto.**

Alueellisesti tarkasteltuna majoitustilastoista erottuvat erityisesti Etelä-Karjalan, Uudenmaan, Lapin ja Pohjois-Pohjanmaan yöpymiset, joissa on kaikissa tapahtunut huomattavaa kasvua kymmenen vuoden tarkastelujaksolla. Huomionarvioista on, että valtaosassa maakuntia yöpymisvuorokaudet ovat joko pysyneet ennallaan tai vähentyneet. Luvuissa ei ole mukana esimerkiksi vuokramökkitilastointia, jota ei toistaiseksi ole mahdollista eritellä maakunnittain.

## 3 Matkailun tulevaisuuden näkymiä

Maailma muuttuu yhä nopeammin ja samalla globaali keskinäisriippuvuus lisääntyy. Maailmanlaajuiset yksittäiset ilmiöt, tapahtumat ja megatrendit ulottavat vaikutuksensa myös Suomeen. Matkailu on kiinteä ja vuorovaikutteinen osa yhteiskuntaa. Niin poliittiset, taloudelliset, yhteiskunnalliset, teknologiset kuin ympäristölliset tekijät vaikuttavat oleellisesti matkailun kehittämiseen ja kehittymiseen. Ilmastonmuutoksella on merkittäviä vaikutuksia etenkin arktisen alueen luontoon, ja ilmastönäkökohdat saattavat vaikuttaa myös yksilöiden matkustusvalintoihin. Uudet elämykset, luksus, omasta hyvinvoinnista huolehtiminen, kulttuurit ja autenttisuus sekä aina läsnä oleva digitaalinen yhteys ovat joitakin trendejä, jotka muokkaavat matkailijan käyttäytymistä. Jakamis- ja alustatalouden nopea yleistyminen on luonut uusia palveluntarjoajia myös matkailualalle, ja samalla haastanut tasapuolisen kilpailun toteutumista. Matkailumarkkinat ovat globaalit ja matkailijan on mahdollista valita itselle sopivin tuote mistä päin maailmaa tahansa. Näkyminen globaaleilla digitaalisilla alustoilla on entistä tärkeämpää. Matkailun tulevaisuuden näkymiin vaikuttavat voimakkaasti muuttuvat globaalit kohderyhmät, matkailun kestävyteen panostaminen, mahdollistavien teknologioiden ja digitalisaation kehitys sekä liikkumisessa tapahtuvat muutokset.<sup>3</sup>

### Globaalisti muuttuvat matkailijakohderyhmät

Matkailijamäärät kasvavat tulevaisuudessa ja uudet matkailijaryhmät muuttavat matkailupalveluiden kysyntää. Ryhmämatkailun rinnalla yksittäismatkailijoiden (FIT) ja pienryhmien määrä kasvaa, mikä edellyttää huomiointia tuotekehityksessä

3 Mukailen OECD, 2018, TEM, 2018, Matkailun toimialaraportti, 2019

ja markkinoinnin kohdentamisessa. Globaalilla tasolla tarkasteltuna ikääntyvä väestö on vaurasta ja keskiluokasta on tulossa suurin yhteiskuntaluokka. Kaupungistuminen lisääntyy ja ihmiset vieraantuvat luonnosta. Z- (1990-luvun puolivälin jälkeen ja 2000-luvun alussa syntyneet) ja Y-sukupolvet (1980-luvun alun ja 1990-luvun puolivälin välillä syntyneet) eroavat matkustustottumuksiltaan ja -käyttäytymiseltään vanhemmista ikäluokista mm. matkan suunnittelun ja sosiaalisen median käytön suhteen. Kasvussa ovat myös kolmen sukupolven yhteiset matkat, samoin kuin isovanhempien ja lastenlasten yhteiset matkat. Seksuaalivähemmistöjen matkailijakohderyhmä kasvaa maailmalla nopeasti.

Muuttuvien kohderyhmien johdosta matkailupalveluiden tarjoajilta edellytetään aiempaa enemmän esteettömyyden ja saavutettavuuden huomiointia. Euroopan väestöstä lähes kolmannes kuuluu esteettömän matkailun piiriin ja Suomessa on noin 800 000 liikuntarajoitteista henkilöä. Esteettömyyden ja saavutettavuuden huomiointi ei rajoitu yksinomaan fyysisen esteettömyyden kehittämiseen matkailupalveluissa, vaan huomiota tulee kiinnittää myös esimerkiksi aistirajoitteisten ja sosiaalisessa vuorovaikutuksessa rajoitteita omaavien matkailijoiden sujuvaan palveluun. Lähes jokainen ihminen tarvitsee esteettömiä palveluja jossakin vaiheessa elämäänsä.

## Matkailun kestävyys perusedellytyksenä

Matkailun kestävyiden parantaminen on alan tulevaisuuden ja yhteiskunnallisen hyväksyttävyyden kannalta avainasia. Matkailutoimijoiden tulee panostaa kestävä ja vastuullisen matkailun kehittämiseen, joka sisältää ympäristönäkökulmien lisäksi laajasti sosiaaliset, kulttuuriset ja taloudelliset näkökulmat. Vaatimus kestävä matkailun kehittämisestä korostaa vähähiilistä ja resurssitehokasta globaalia taloutta esimerkiksi ruoan tuotannon, veden käytön ja jätteiden minimoinnin suhteen sekä tuo painetta matkailun ja liikkumisen päästöjen vähentämiseen sekä paikallisten asukkaiden sosiaalisen ja kulttuurisen hyvinvoinnin huomioimiseen.

Huoli ilmaston lämpenemisestä vaikuttaa erityisesti päästöjen vähentämiseen. Maailman matkailujärjestö UNWTO on arvioinut, että kokonaisuudessaan matkailusta aiheutuu noin 5 prosenttia globaaleista hiilidioksidipäästöistä. Päästöt syntyvät

pääasiasta liikkumisesta (75 %) ja majoituksesta (20 %).<sup>4</sup> Kasvihuonepäästöjen rajoittaminen, päästökauppa sekä lentopetrolin ja muiden polttoaineiden hintojen mahdollinen nousu nostavat matkustamisen hintaa ja siten todennäköisesti laskevat kysyntää kauempana ja erityisesti lentomatkan päässä oleviin kohteisiin. Matkustaminen vaihtoehtoisilla kulkutavoilla saattaa lisääntyä mm. ilmastonäkökohtien johdosta. Yksittäistä liikkumismuotoa koskevien päästöjen vähentämisen rinnalla on keskeistä pyrkiä vaikuttamaan toimialan vähähiilisyteen kokonaisuutena. Matkailun hiilijalanjäljen pienentämiseksi tarvitaan poliittisia päätöksiä ja kansainvälisiä sopimuksia toimialan omien päätösten vahvistamiseksi ja matkailijoiden kulutuskäyttämisen muutosten tukemiseksi.

## Mahdollistavat teknologiat ja digitalisoituminen

Uusien ja mahdollistavien teknologioiden (mm. digitaaliset alustat, esineiden internet IoT, autonomiset ajoneuvot, tekoäly, lohkoketjut) avulla matkustamisesta voi tulla tulevaisuudessa aiempaa tehokkaampaa ja saavutettavampaa, myös taloudellisesti. Esimerkiksi tekoäly ja virtuaalitodellisuus luovat paljon uusia mahdollisuuksia matkailupalveluiden ja matkailijoiden ymmärtämisen ja analysoimisen suhteen. Perinteisemmät keinot matkailijan tavoittamiseksi, kuten suosittelut sähköisillä alustoilla tai elokuva- ja av-tuotannot, saavat haastajia. Toisaalta teknologian, esimerkiksi virtuaalitodellisuuden, nopea kehitys voi myös tuottaa vaihtoehtoja fyysisen matkustamisen rinnalle. Teknologinen kehitys ja alan digitalisaatio edellyttävät matkailutoimijoilta tahtoa pysyä mukana kehityksessä, halua oppia uutta ja valmiutta uudistaa liiketoimintaansa. Matkailijoilta edellytetään valmiutta muuttaa matkustustottumuksiaan ja julkisilta toimijoilta keinoja tukea matkailun kehittämistä.

Digitaalisten alustojen kehittyminen on vahvistanut jakamistalouden voimakasta kehittymistä. Jakamistalous viittaa vakaakäytössä olevien hyödykkeiden (esim. asunto, kulkuneuvo), mutta myös työn ja palveluiden jakamiseen sähköisten alustojen kautta. Matkailussa jakamistaloutta harjoitetaan majoituksessa, kuljetuksessa, ruokailussa ja oheispalveluissa. Jakamistaloutta perustellaan usein mahdollisuutena

---

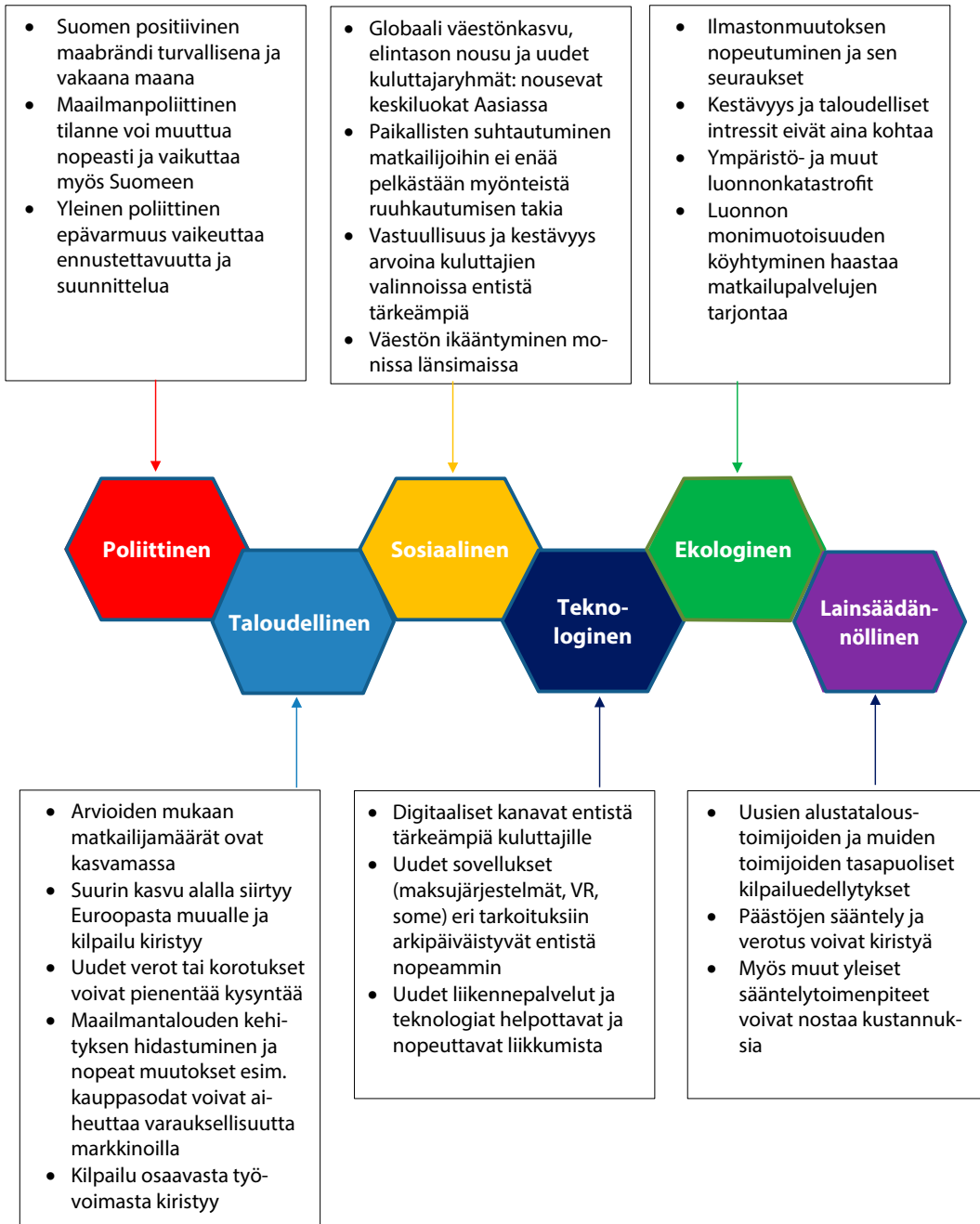
4 UNWTO, 2017

ekologisten vaihtoehtojen löytämiselle sekä paikallisten arjen kohtaamisena, mahdollisesti myös matkustamisen kustannusten säästöillä. Jakamistalous ilmiönä on monessa tilanteessa muuttunut aiemmasta määritelmästä vajaakäytöllä olevien resurssien jakamisesta ja niiden paremmasta hyötykäytöstä kohti ammattimaista, alustoilla tapahtuvaa liiketoimintaa. Perinteinen määrittely ei enää vastaa nykytilaa. Alustatalouden toimintamallit haastavat säädösympäristöä esimerkiksi markkinoillepääsyn vaatimusten, verotuksen, työn ja kuluttajansuojan osalta.

Digitaalisten innovaatioiden odotetaan tulevaisuudessa tuovan ratkaisuja myös matkaketjuihin ja asiakastarpeisiin vastaamiseen, sillä liikenneyhteyksien toimivuus ja matkaketjujen sujuvuus ovat keskeisiä matkailun tulevaisuuden kannalta. Digitaalisten innovaatioiden lisäksi liikkumista pyritään sujuvoittamaan ja toimintaympäristön turvallisuutta kehittämään liikenneinnovaatioiden sekä tulli-, viisumi- ja terminaali-toimintojen suhteen.

## **PESTEL-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.



**Kuvio 6. PESTEL-lähestymistapa matkailun toimintaympäristöön. Lähde: Mukailen Matkailun toimialaraportti, 2019**



## 4 Tavoitteet vuosille 2019–2028

**VISIO:**

Omaperäinen ja uteliaisuutta herättävä Suomi on Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde.

**MISSIO:**

Matkailu on vastuullinen ja kasvava palveluliiketoiminnan ala, joka luo hyvinvointia ja työllisyyttä ympärivuotisesti koko Suomessa.

## Suomen matkailuala kasvaa merkittävästi vuoteen 2028

Taulukko 1. Määrällinen toteuma 2015–2018 ja tavoitteet vuosille 2023 ja 2028

	2015	2016	2017	2018	2023	2028
Matkailukysyntä (mrd €)	13,8	14	15*	***	17	20
Matkailuvienti (mrd €)	3,6	3,6	4,6*	***	6	8
Kotimainen matkailukysyntä (mrd €)	10,2	10,4	10,4*	***	11	12
Matkailun suora arvonlisä BKT:sta (%)	2,5	2,5	2,6*	***	3	3
Matkailuklusterin yritysten liikevaihto (mrd €)	18,7	18,1	19,6	***	25	29
Matkailun aikaansaama työllisyys (osa- ja kokoaikaiset palkansaajat, hlöä) **	137 400	138 800	140 200*	***	152 000	164 000
Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	19,7	20,3	21,9	22,2	24	26
Ulkomaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	5,5	5,8	6,7	6,8	8	10
Kotimaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	14,2	14,6	15,2	15,4	15,5	16
Suomen markkinaosuus (%) ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin	13,3	12,9	14,2	13,9	15	16
Majoitusmyynti (milj. €)	1 009	1 081	1 198	1 246	1 430	1 643
Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset kokonaistulovaikutukset (milj. €)	215	232	258	290	336	350
Metsähallituksen suojelalueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärä (milj.)	7,2	7,7	7,9	8	8,6	9
Suomen sijoitus ulkomaisten yöpymisten sesonkiluonteisuudessa suhteessa muihin Pohjoismaihin	1	***	***	1	1	1

\* ennakkotieto tai arvio

\*\* luku ei sisällä vuokratyövoimaa

\*\*\* lukua ei saatavilla

Lähde: Tilastokeskus, Visit Finland, WTTC, Oxford Economics , UNWTO, Metsähallitus

Kestävä matkailu tarkoittaa matkailua, joka ottaa täysimittaisesti huomioon tämänhetkiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset, kulttuuriset ja ympäristölliset vaikutuksensa sekä huomioi matkailijoiden, matkailuyritysten, ympäristön ja paikallisyhteisöjen tarpeet.<sup>5</sup> Kestävyyden huomiointi lisää alan kannattavuutta ja laadullista kasvua, alan positiivista vaikuttavuutta yhteiskuntaan ja ohjaa minimoimaan matkailun negatiivisia vaikutuksia. Kestävällä matkailulla tarkoitetaan ympäristöasioiden lisäksi sosiokulttuurista vastuuta (mm. toimintaa, jolla ei vahingoiteta kohteen yhteiskunnallisia rakenteita, edesautetaan paikallisen yhteiskunnan kehittymistä sen omilla arvoilla ja tarpeilla, kulttuuria ja kulttuuriperintöä vaalien ja vahvistaen, vastuuta yrityksen omasta henkilökunnasta sekä yrityksen eettisiä arvoja ja niiden toteuttamista käytännössä) ja taloudellista vastuuta (mm. paikallisten palveluiden hankkimista, paikallisen väestön työllistämistä, infrastruktuurin kehittämistä, rahavirtojen jäämistä kohteeseen sekä yrityksen toiminnan laillisuutta ja vastuunkantoa mm. verot ja muut viranomaisvelvoitteet, palkat). Toisaalta on huolehdittava siitä, että matkailualaa ei rasiteta liiallisella hallinnollisella taakalla, jotta useimmiten pk-kokoluokkaan lukeutuvat matkailualan yritykset voisivat säilyä kilpailukykyisinä ja elinvoimaisina. Globaalisti tarkasteltuna Suomessa kestävyyden ja esimerkiksi ilmastonäkökulmien eteen on jo tehty paljon.

Suomen tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Kestävyys ja kasvu eivät ole toistensa vastakohtia. Kulttuurisesti, sosiaalisesti, ympäristöllisesti ja taloudellisesti vastuullisilla valinnoilla voidaan saavuttaa kasvua esimerkiksi yritystoiminnan kannattavuudessa. Kestävä matkailu on tavoite, vastuullisuus on toimintatapa kohti kestävyyden toteutumista. Pohjoismaiden lähtökohdat yhteiskunnan toimivuudessa ja kestävyyden huomiointissa sekä yhteinen tahtotila niiden kehittämiseksi tarjoavat hyvät lähtökohdat matkailun kestävyyden edistämiseksi.

Kestävä kasvu ja uudistuminen toteutuvat, jos matkailuala ja matkailijat vastuullisesti ja pitkäjänteisesti muuttavat toimintatapojaan. Matkailustrategian toimenpiteet tukevat toimintatapojen muutosta. Toimenpiteiden toteuttaminen edellyttää sitoutumista ja rohkeutta, riittävää resursointia, toimijoiden välistä yhteistyötä sekä suhteellisen tasapainoista globaalia kehitystä poliittisesti ja taloudellisesti. Kestävän matkailun kasvu edistää Suomen kestävästä kasvusta.

---

5 mukaillen UNWTO, 2005.

Suomi menestyy keskittymällä omiin, ympärivuotista matkailua edistäviin teemaliisiin vahvuuksiinsa. Erityisesti kansainvälisillä kohdemarkkinoilla teemakohtainen lähestymistapa tuotekehitykseen ja markkinointiin on osoittautunut tehokkaaksi toimintatavaksi. Suomi tarjoaa omaperäisiä ja uteliaisuutta herättäviä matkailupalveluita ulkomaisille ja kotimaisille matkailijoille.

Matkailun kestäväällä kasvulla ja uudistumisella on merkittävä rooli palveluliiketoiminnassa ja sitä kautta Suomen tulevaisuuden kilpailukyvyn varmistamisessa. Vision toteutumiseksi Suomen matkailun kehittämistavoitteiksi on asetettu kestävän matkailun edistäminen, matkailualan digitalisointi, saavutettavuuden varmistaminen ja toimintaympäristön sujuvuuden kehittäminen.

Matkailukysynnän ja matkailutyöllisyyden kehitys ovat Suomen matkailualan kehittämisen keskeisimpiä määrällisiä mittareita, joiden avulla seurataan matkailun vaikuttavuutta Suomen yhteiskuntaan. Muut määrälliset mittarit tukevat kysynnän ja työllisyyden toteutumista. Kysynnän ja työllisyyden positiivinen kehitys edellyttää kestäviä, laadukkaita ja turvallisia matkailupalveluita, jotka ovat tarjolla ympärivuotisesti ja helposti ostettavissa. Matkailukysynnän ja -työllisyyden kehityksen seuraaminen on perusteltua niin kansallisella kuin maakuntatasollakin, sillä matkailulla on paljon kerrannaisvaikutuksia muille toimialoille. Matkailun kestävän kasvun mahdollistaa aiempaa vahvempi yhteistyö toimialojen välillä. Matkailuyritysten liikevaihdon kasvun ja työllisyyden myötä liikevaihto lisääntyy ja työpaikkoja syntyy välillisten ja johdettujen eli kerrannaisvaikutusten kautta esimerkiksi IT-palveluissa, päivittäistavarakaupassa, rakennusalalla, siivous- ja puhtaanapito- sekä kiinteistöhuoltoalalla ja turvallisuusalalla.

Tavoitteet perustuvat olemassa olevaan seurantatietoon ja eri tutkimuslaitosten arvioihin matkailun kehityksestä. Kansainvälisiltä kohdemarkkinoilta odotetaan noin neljän prosentin vuosikasvua yöpymisissä ja noin viiden prosentin kasvua matkailuviennissä. Ulkomaisen kysynnän viiden prosentin vuosikasvu tarkoittaa kysynnän kasvuvauhdin tuplaamista. Tavoitteen saavuttaminen on mahdollista, siitä on osoituksena vuosien 2017–2018 aikana toteutunut kasvu. Kunnianhimoisen tavoitteen saavuttaminen edellyttää kunnianhimoisia suunnitelmia ja vastuullista resursointia. Kansainvälisillä markkinoilla menestyminen edellyttää vahvaa valtion tukea, verkostoja, sparrausta ja ovien avaamista. Matkailuviennin kasvupotentiaali on kotimaisen matkailukysynnän kasvua suurempi. Tämän takia matkailuyritysten kansainvälistymisen tukemisen priorisointi on perusteltua.

Kotimaanmatkailun kysynnän kasvuodotuksena on arviolta prosentin vuosittainen kasvu, yöpymisten osalta vuosikasvun arvioidaan olevan noin 2 prosenttia. Kotimaanmatkailun kehittämisen yleisenä tavoitteena on kotimaisen ja ulkomaisen matkustustaseen välisen eron kaventaminen. Kotimaanmatkailun osalta kasvutavoitteet ovat maltillisia, joskin ilmastohuolen seurauksena suosiotaan kasvattanut lähimatkailutrendi ja maata pitkin matkustaminen voivat mahdollisesti lisätä kotimaanmatkailun suosiota. Suomessa ilmiö on jo nähtävillä kasvuna kotimaan junaliikenteessä. Kotimaanmatkailua voidaan edistää tuotekehityksellä ja markkinoinnilla.

Matkailustrategia on päivitetty tilanteessa, jossa keskustelu matkailun kestävyiden arvioinnista on keskeistä. Kestävyiden arviointiin on kehitetty mittareita alueellisesti, Suomessa ja kansainvälisesti. Strategiassa esitettyihin mittareihin on saatavilla nykytilannetta kuvaava lähtötieto kansallisella tasolla. Mittarien historiatieto ja varmuus tiedontuotannosta myös tulevaisuudessa mahdollistavat strategian mittarien kehityksen ja seurannan jatkuvuuden. Mittareita, määrällisiä ja laadullisia, täydennetään erityisesti kestävä matkailun, matkailun digitalisoinnin sekä ammatillisesti hoidettujen museoiden ja maailmanperintökohteiden käyntimäärien ja talousvaikutusten osalta sitä mukaa, kun strategiaan kirjatut toimenpiteet tiedolla johtamisen osalta etenevät.

## Suomen kohdemarkkinoista

Tuotteiden ja viestinnän suuntaaminen oikeille kohderyhmille on ensiarvoisen tärkeää, kun kilpailu matkailijoiden huomiosta käy entistä kovemmaksi. Suomen tulee antaa matkailijoille syytä vierailta juuri Suomessa, houkutella ensikertalaisia tulemaan toistamiseen ja kasvattaa matkailijoiden viipymää. Suomen vetovoimatekijät perustuvat luontoon ja yhä enemmän myös suomalaisen elämäntavan ja kulttuurin kokemiseen. Visit Finlandin selvityksen mukaan potentiaalisimpia kohderyhmiä Suomen kansainvälisillä päämarkkinoilla (Saksa, Iso-Britannia, Kiina, Japani) on kuusi: aktiiviset seikkailijat, luonnon ihmeiden metsästäjät, luontonautiskelijat,

citybreikkaajat, aitouden etsijät ja suomalaisen luksuksen etsijät. Kaikkia näitä matkailijaryhmiä yhdistää halu kokea ja saada elämyksiä luonnon äärellä.<sup>6</sup>

Matkailustrategian päivityksen aikana vuonna 2019 Suomeen suuntautuvan matkailun edistämistoimenpiteet on kohdistettu potentiaalia omaaville uusille markkinoille (Intia ja Arabiemiraatit), kasvua jo nyt tuoville kasvaville markkinoille (Kiina, Japani) ja kysynnän tasaisuutta ylläpitäville vakiintuneille markkinoille (Saksa, Iso-Britannia, Venäjä, Alankomaat, Belgia, Sveitsi, Ranska, Italia, Espanja, Yhdysvallat, Etelä-Korea). Kohdemarkkinat on määritetty Visit Finlandin ja suuralueiden yhteistyönä.

Suomeen suuntautuvan matkailun kohdemarkkinoiden valinta ja kohdemarkkinoille kohdistettujen resurssien tehokas käyttö vaikuttavat kestävä kasvun tavoitteen saavuttamiseen. Jatkossa kansainvälisen matkailukysynnän kestävä kasvu varmistetaan panostamalla tasapainoiseen markkinaportfolioon, joka kokonaisuutena edistää Suomen matkailustrategian vision toteutumista. Tasapainoinen markkinaportfolio sisältää kansainväliset markkinavalinnat sekä lähimarkkinoiden (Pohjoismaat, Itämeri) yhteismarkkinointimahdollisuudet. Panostuksen kohdennus tehdään aiempaa vahvemmin odotettavissa olevan hyötysuhteen perusteella. Hyötysuhdetta eli markkinointipanostusten suhdetta kohdemarkkinoilta tulevaan matkailukysyntään ja kohdemarkkinoiden tarkoituksenmukaisuutta Suomen matkailustrategian vision edistämiseksi arvioidaan säännöllisesti Visit Finlandin ja suuralueiden yhteistyönä. Kohdemarkkinoiden tarkoituksenmukaisuudella viitataan esimerkiksi kohdemarkkinoiden kiinnostukseen kestävä matkailua kohtaan tai rahankäyttöön Suomessa. Kohdemarkkinoiden pitkäjänteisemmän valinnan rinnalla ylläpidetään valmiutta reagoida ajankohtaisiin teemoihin, ilmiöihin ja otsikoihin sosiaalisessa mediassa, ja näin ylläpitää ja uusintaa omaperäisyyttä ja uteliaisuutta herättävää mielikuvaa Suomesta maailmalla.

Kotimaanmatkailun nousevan arvostuksen ja matkailijoiden ilmasto- ja ympäristötietoisuuden kasvun arvioidaan lisäävän Suomessa tapahtuvan kotimaanmatkailun houkuttelevuutta. Kotimaanmatkailijat tuottavat myös tulevaisuudessa suurimman osan Suomen matkailukysynnästä, joskin kysynnän arvioidaan kehittyvän tilastokehitystä noudattaen maltillisesti. Yksi syy tähän on kotimaan matkailumarkkinan lukumäärällinen pienuus suhteessa ulkomaiseen markkinapotentiaaliin.

---

6 Visit Finland kohderyhmätutkimus, 2017.

Suomalaisten ulkomaanmatkailusta Suomeen jäävä kysynnän osuus tilastoidaan osana kotimaan matkailukysyntää. Siten suomalaisten ulkomaanmatkailu ja kiinnostus esimerkiksi aurinkolomiin hiihtolomakaudella edistää myös kotimaanmatkailun kysynnän kehittymistä. Vuonna 2017 suomalaisten ulkomaanmatkailusta Suomeen jäävä kysynnän osuus oli 2,1 miljardia (20 %) kotimaisesta matkailukysynnästä. Kotimaanmatkailun kohderyhmiä ei ole määritetty, mutta asia on nostettu selvitettäväksi toimenpiteeksi strategiassa (toimenpide 5). Matkailustrategiassa ei käsitellä Suomesta ulkomaille suuntautuvan matkailun kohderyhmiä. Jokainen valtio vastaa oman maansa markkinoinnista muissa maissa ja siten myös kohderyhmä-potentiaalin selvittämisestä.

## Suomen valinnat vision toteutumiseksi ja määrällisten mittareiden tavoittamiseksi

- Matkailua kehitetään taloudellisesti, ympäristöllisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti vastuullisilla valinnoilla, jotka varmistavat kestävä kasvun ja ohjaavat minimoimaan negatiivisia vaikutuksia.
- Matkailualan vaikuttavuuden seuranta, arviointia ja viestintää tehostetaan.
- Business Finlandin resursointi nostetaan pohjoismaisella tasolla kilpailukykyiseksi Suomeen suuntautuvan matkailun kehittämiseksi.
- Suomeen suuntautuvaa matkailua kehitetään kansallisella tasolla Visit Finlandin suuralueyhteistyömallilla. Matkailumarkkinointia ja tuotekehitystä toteutetaan neljällä suuralueella: pääkaupunkiseutu, Järvi-Suomi, rannikko ja saaristo sekä Lappi.
- Matkailun kehittämisessä panostetaan kansainvälisen matkailukysynnän kasvun rinnalla kotimaanmatkailun kilpailukykyyn edistämiseen.
- Suomesta tehdään älykäs matkakohde, joka tarjoaa sujuvimman ostopolon haaveilusta matkalle.
- Suomi menestyy keskittymällä omiin, ympärivuotista matkailua edistäviin teemallisiin vahvuuksiinsa.
- Suomen matkailukohteiden saavutettavuutta edistetään raide-, tie-, meri- ja lentoliikennettä sekä matkaketjuja kehittämällä paikallis- ja matkailuliikenteen tarpeet huomioiden.

- Kansallispuistojen, retkeilyalueiden ja maailmanperintökohteiden sekä Metsähallituksen matkailullisesti tärkeiden muiden kohteiden (esim. historiakohteet), samoin kuin museokohteiden ja kansallisesti arvokkaiden kulttuuriympäristöjen uudistumisesta ja kehittämisen riittävästä rahoituksesta huolehditaan.
- Osaavan työvoiman saatavuutta matkailualalla edistetään.



## 5 Toimenpiteiden rahoitus ja toimijoiden roolit

### Toimenpiteiden rahoitus

Toimenpiteiden toteuttamiseksi tarvitaan sekä julkista (kansallinen ja EU) että yksityistä rahoitusta. Julkisella rahoituksella edistetään erityisesti matkailualan uudistamista ja kansainvälistymistä. Julkisen rahoituksen myöntämisessä korostetaan vahvasti yksityisen rahoituksen osuutta kokonaisrahoituksessa. Matkailuyritykset rahoittavat oman liiketoimintansa kehittämis- ja markkinointitoimenpiteet pääsääntöisesti itse. Julkinen rahoitus tukee toiminnan kehittämistä ainoastaan osittain. Lisäpanostuksia matkailun rahoitukseen tarvitaan esimerkiksi alan kestävyuden ja digitalisoinnin edistämiseksi.

Osa toimenpiteistä vaatii toimintatapojen muutosta, yritysten riskinottohalukkuutta ja uutta asennetta matkailun kehittämiseen. Olemassa olevia henkilö- ja rahoitusresursseja tulee kohdentaa aiempaa vahvemmin. Matkailualalla tarvitaan nykyistä avoimempaa yhteistyötä. Matkailuyritysten ja alan muiden toimijoiden kehittämishankkeita tulee tukea aiempaa vahvemmin matkailustrategioihin kirjattuja linjauksia toimeenpanevina. Hankkeiden toteuttamisessa tulee hakea tehokkuutta ja synergioita alueiden ja toimijoiden välillä huomattavasti aiempaa tehokkaammin. Suosituksena on, että jo hanketta suunniteltaessa luodaan hankekonsortioita, jotka mahdollistavat hankkeissa muodostuneiden hyvien käytäntöjen siirtymisen jo hankkeen aikana mahdollisimman monelle alueelle. Matkailuhankkeiden yhteensovittamista tukevan kansallisen sparrausryhmän perustamista on syytä selvittää ja tarvittaessa edistää.

## Toimijoiden roolit

Toimenpiteiden kohdalla on esitetty kullekin toimenpiteelle toimeenpanosta vastaava tai toimeenpanoa koordinoiva taho, joka yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa edistää toimenpiteen toteutumista. Joissakin toimenpiteissä toimeenpanoon osallistuvat tahot vaihtelevat esimerkiksi alueiden sisäisen tai toimenpiteen organisoinnin mukaisesti. Esimerkiksi Visit Finlandin koordinoitavastuulla olevan suuralueyhteistyön (toimenpide 27) alueelliset yhteistyötahot vaihtelevat alueesta riippuen. Samoin kansainvälisen yhteistyön (toimenpide 28) osallistujat vaihtelevat yhteistyön muodosta ja työryhmien mandaatista johtuen.

Suosituksena esitetään, että alueellisten matkailustrategioiden päivityksessä otetaan huomioon alueellisten erityispiirteiden rinnalla kansallisen matkailustrategian teemat ja päivityssykli.

Alla kuvattujen toimijoiden lisäksi matkailustrategian toimeenpanoon voi osallistua muitakin toimijoita. Toimijoiden tehtäväkuvaus tuo esille keskeisimmät tehtävät matkailualan kehittämisen näkökulmasta.

**Julkisen sektorin** (valtio, Metsähallitus, ELY-keskukset, maakunnan liitot, kunnat) pääroolina on mm.

- luoda matkailun kestävää kasvua tukeva, ennakoitava ja kilpailukykyinen toimintaympäristö
  - edistää toimintaympäristöä kehittävää lainsäädäntöä
  - varmistaa tasapuoliset kilpailuedellytykset toimijoille
  - kehittää viranomaisvalvontaa ”valvojasta valmentajaksi” -otteella
- tarjota tarkoituksenmukaisia yritysten sekä muiden toimijoiden kehittämispalveluja ja rahoitusinstrumentteja
- investoida matkailualueiden, kansallispuistojen sekä muiden luonto- ja myös kulttuurikohteiden infrastruktuuriin mm. liikenne- ja tietoliikenneyhteyksiin, vesi- ja viemärijärjestelmiin, teihin, jätehuoltoon, energiatehokkuuden edistämiseen, reitteihin sekä muuhun palveluvarustukseen
- edistää Suomen kaupallisen maakuvan vahvistamista
- tukea tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa
- edistää kasvun takaamiseksi pitkäjänteistä ja systemaattista kehittämis-yhteistyötä eri tasoilla.

**Business Finlandin** tehtävänä on lain<sup>7</sup> mukaan auttaa elinkeinoja uudistumaan ja kehittymään teknologian ja innovaatioiden keinoin, edistää kansainvälistä verkottumista, lisätä vientiä ja Suomeen suuntautuvia ulkomaisia investointeja sekä Suomeen suuntautuvaa matkailua.

Business Finland mm.

- edistää innovaatioiden, uuden teknologian sekä liiketoiminnan kehittämistä
- edistää ulkomaisten investointien kohdistamista Suomeen
- edistää tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa sekä sen tulosten laaja-alaista hyödyntämistä elinkeinoelämässä
- vastaa audiovisuaalisen alan tuotantokannustimen rahoituksesta.

Visit Finlandin tehtäviä osana Business Finlandia ovat erityisesti:

- Suomen kaupallinen maakuva-markkinointi valituilla kohdemarkkinoilla
  - imago- ja tuotemarkkinointi suoraan kuluttajille, B2B-suhteiden avaaminen ja ylläpito, muut B2B-toimenpiteet, PR- ja mediatyö.
- tarjota matkailukohteille ja -yrityksille mahdollisuuksia tuotteittensa markkinointiin ja myynninedistämiseen esim. luomalla verkostoja matkailuyritysten ja kansainvälisten myyntikanavien välille
- ohjata, koordinoida ja sparrata tuotetarjonnan kehittämistä kysyntää vastaavaksi
- toteuttaa selvityksiä ja markkinatutkimuksia ja analysoida tutkimustietoa matkailutoimijoiden käyttöön
- toimia hyvässä ja aktiivisessa yhteistyössä yritysten, alueorganisaatioiden ja muiden suuralueyhteistyössä mukana olevien toimijoiden kanssa
- ohjata ja neuvoa markkinointi- ja kehityshankkeita yhteistyössä alueorganisaatioiden ja kehittämisorganisaatioiden kanssa
- varmistaa Visit Finland -ulkomaanedustajien toimintaressurit.

---

<sup>7</sup> Laki Innovaatorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä (1146/2017)

**Matkailun alueorganisaatioiden** rooli matkailun kehittäjänä omalla alueellaan on vahva. Suomessa on noin 70 matkailun alueorganisaatiota, joiden toimintatavat ja alueellinen kattavuus (esim. kaupunki, kunta, maakunta) vaihtelevat. Toimintaympäristön muutoksessa alueorganisaatioiden tehtävät ovat viime vuosina myös muuttuneet markkinointitoimenpiteitä laajemmiksi. Alueorganisaatiot toimivat digitaalisuuden sparraajina, palveluiden laadun tarkkailijoina ja alueellisten kehittämisstrategioiden toimeenpanijoina. Alueorganisaatioiden muuttuvaan rooliin on haettava uusia toimintamalleja. Alueorganisaatioiden tarkempi rooli määritellään suuralue- ja matkailukeskustason strategioissa.

Alueorganisaatioiden roolina ovat mm.

- toimia toimialueensa matkailutoimijoiden yhteistyöfoorumina, tiedon välittäjänä ja matkailuneuvojana
- koordinoida ja koota yhteistyössä yrittäjien kanssa alueen matkailutarjontaa suuremmiksi myyntikelpoisiksi tuotekokonaisuuksiksi
- organisoida alueen matkailun yhteismarkkinointia ja varmistaa matkailun palveluketjun katkeamattomuus
- koordinoida, jopa johtaa alueen matkailun kokonaiskehittämistä
- toimia linkkinä Visit Finlandin ja yrittäjien välillä.

**Alueellisten kehittämisryhmien** roolina on mm.

- vastata alueella toimivien yritysten liiketoimintaa ja kehittämistä tukevien palveluiden (esim. yritysneuvonta) kehittämisestä
- edistää uusien investointien houkuttelua alueelle
- toimia osaltaan matkailuhankkeiden hallinnoijina ja varmistaa hallinnoitavien hankkeiden kehitystavoitteiden vastaavuus alueen matkailuelinkeinon ja matkailun alueorganisaation tarpeisiin.

**Tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden** roolina on mm.

- vastata matkailun koulutuksesta ja omalta osaltaan tutkinto- ja täydennyskoulutuksen avulla osaamisen kehittämistä muuttuvassa ja kehittyvässä osaamistarpeessa
- osallistua aktiivisesti oman alueensa matkailuelinkeinon täydennys- ja uudelleenkoulutuksen toteuttamiseen
- vastata laadukkaasti tutkimustiedon tuotannosta matkailun kestävästä kasvun ja uudistumisen edistämiseksi sekä edistää tutkimustiedon levittämistä tiedon jalkauttajana ja matkailun kehittäjänä
- toimia osaltaan alueen tutkimus- ja kehittämishankkeissa asiantuntijana ja hallinnoijana sekä varmistaa hallinnoitavien hankkeiden kehitystavoitteiden vastaavuus alueen matkailuelinkeinon ja matkailun alueorganisaation tarpeisiin
- huomioida kansalliset strategiset matkailun tavoitteet.

**Matkailuyritysten** roolina on mm.

- vastata liiketoimintansa (esim. tuotekehitys, palvelumuotoilu) ja osaamisen kehittämistä ja osallistua liiketoimintaansa kohdistuvien kehittämistoimenpiteiden kustannuksiin
- vastata palveluidensa myynnistä ja markkinoinnista
- osallistua oman alueensa matkailuverkoston toimintaan.

## 6 Toteuman seuranta ja viestintä

Suomen matkailustrategian toteuman seuranta tehdään kokonaisuudessaan ja toimenpiteittäin kahden vuoden välein. Seuranta perustuu vastuutahojen raportointiin toimenpiteiden etenemisestä. Määrällisiä tavoitteita seurataan vuosittain. Toteutumista seuraa poikkihallinnollinen valtionhallinnon edustajista koostuva MiniMatka-työryhmä, jonka toimintaa koordinoi työ- ja elinkeinoministeriö. Matkailustrategiaa päivitetään ja toteuman seuranta kehitetään tarvittaessa.

Matkailustrategiajulkaisu ja sen tiivistelmä ovat saatavilla sähköisenä versiona työ- ja elinkeinoministeriön verkkosivuilla. Matkailustrategian sisältöä ja toteutusta esitellään matkailuun liittyvissä työryhmissä ja muissa tilaisuuksissa.

Strategian toteutumisesta ja päivityksistä tiedotetaan työ- ja elinkeinoministeriön vuosittaisessa matkailupoliittisessa seminaarissa. MiniMatka-työryhmän asiantuntijat viestivät matkailustrategian osa-alueiden etenemisestä.

## 7 Toimenpiteet kestävän kasvun ja uudistumisen aikaansaamiseksi vuosille 2019–2023

### 7.1 Kestävyydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti

Suomen matkailun kehittyminen ja kasvu perustuvat erityisiin luonnonolosuhteisiin sekä kulttuurisiin elämyksiin ja niiden ympärille rakennettavaan liiketoimintaan. Luonnon, kulttuuriperinnön, taide- ja kulttuuritarjonnan sekä paikallisen elämäntavan kestävä huomiointi matkailupalveluissa edellyttää matkailun vaikutusten vahvaa hallintaa ja resursseista huolehtimista kulttuurisesti, sosiaalisesti, ympäristöllisesti ja taloudellisesti. Muutos kohti vastuullista matkailuelinkeinoa on pitkäjänteinen ja haastava prosessi. Kuluttajien valinnoilla on ratkaiseva vaikutus siihen, millaisia matkailupalveluja yritykset tarjoavat. Matkailualueiden ja -yritysten tulee aktiivisesti ohjata matkailijoita kohti vastuullisia valintoja. Koko matkailualaa, matkailualueita, -yrityksiä ja matkailijoita tulee rohkaista vastuullisiin valintoihin koulutuksen, viestinnän ja markkinoinnin avulla. Tutkimus- ja koulutusorganisaatiot ovat keskeisessä roolissa kestävyiden, vastuullisuuden ja turvallisuuden huomioinnin kehittämisessä; alan kehittämis- ja innovaatiotoiminta perustuu tutkimustietoon.

Suomen matkailualan kestävyiden lisäämisessä keskeisenä toimenpiteenä on Visit Finlandin luoman Sustainable Travel Finland -merkin jalkauttaminen ja toiminnan vakiinnuttaminen matkailuyrityksiin ja -alueille. Merkki kannustaa matkailuyrityksiä ja -alueita huomioimaan ympäristöllisen, kulttuurisen, sosiaalisen ja taloudellisen kestävyiden omassa toiminnassaan, tuotekehityksessä ja markkinoinnissa. Kestävien valintojen tulisi olla yrityksen liiketoiminnan näkökulmasta kannattava. Yrityksen vastuulliset toimintatavat houkuttelevat myös työntekijöitä: yritys, joka jakaa työntekijöiden

kanssa samat kestävä arvot, on vetovoimainen työnantaja alalla, jossa työntekijöistä on pulaa.

Matkailualan vastuullisia valintoja tukevat jatkuva laadun kehittäminen asiakas keskiössä sekä matkailupalveluiden turvallisuuden ja esteettömyyden kehittäminen. Turvallisuus tulee huomioida asiakkaalle tarjottavassa palvelussa sen koko ketjun osalta, kiinnittäen huomiota kuluttajaturvallisuuslain edellyttämään turvallisten olosuhderajojen määrittämiseen ja toiminnan ohjaamiseen niiden pohjalta. Turvallisesti toteutettu palvelu on matkailuyrityksille kustannustehokas, eikä sen toteuttaminen myöskään kuormita paikallisia pelastusalan, paikallishallinnon tai terveydenhuollon resursseja tapaturmilla tai onnettomuuksilla. Yhteiskunnan vakaus ja turvallisuus ovat merkittäviä kilpailutekijöitä matkailuelinkeinolle; vettä voi juoda, liikenne toimii, terveydenhuolto on korkeatasoista ja matkailijalle tärkeitä palveluja on tarjolla. Muuttuvat ilmasto-olosuhteet, alustatalouden yleistyminen, globalisaatio ja kansainvälisten matkailijoiden lisääntynyt omatoimimatkailu vaikuttavat osaltaan turvallisuuteen.

Matkailuyritykset kykenevät tavoittamaan uusia kohderyhmiä sekä vastaamaan asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin kehittämällä laadukkaita ja esteettömiä palveluja. Esteettömiä ja saavutettavia matkailupalveluja tarvitseva henkilö tarvitsee tietoa kohteen esteettömyydestä ja saavutettavuudesta, jotta hän voi arvioida, onko kohde hänelle soveltuva. Tämä edellyttää, että myös verkkosivustot ovat kaikkien saavutettavissa ja palvelevat kaikkia asiakasryhmiä (Design for All) ihmisen toimintakyvystä riippumatta. Matkailijan tulisi halutessaan voida matkustaa kohteeseen mahdollisimman omatoimisesti, mikä luo perustaa yhdenvertaiselle matkailulle. Esteettömyys viestii palvelun laadusta, yrityksen arvoista ja tavasta toimia sekä toimii yhtenä matkailuyrityksen vetovoimatekijänä.

Suomen matkailun vahvuudet tehdään asiakkaalle näkyväksi kokoamalla tuotteistettuja, helposti ostettavia ja houkuttelevia matkailupalveluja valittuihin teemoihin liittyen. Kunkin teeman toteuttamiseksi luodaan tarkemmat toimintasuunnitelmat. Kehittämällä valittuihin teemoihin liittyviä tuotteita monipuolistamme tarjontaamme ja annamme matkailijoille syyn tulla Suomeen ympärivuotisesti. Teemat tarjoavat vahvan kasvupotentiaalin ympärivuotiseen matkailuun monipuolisesti eri puolilla Suomea ja myös kaupunkikohteiden ulkopuolella. Matkailun ympärivuotisuuden lisääminen parantaa toimialan kannattavuutta. Sen myötä ala pystyy paremmin houkuttelemaan investointeja ja helpottamaan työvoiman



kohtaantohaasteita. Matkailun ympärivuotisuuden kehittämällä on myönteisiä vaikutuksia muille toimialoille, alueille ja paikallisväestölle. Matkailu mm. työllistää paikallisia ja edistää alueen kestävästä kehitystä.

### **7.1.1 Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja**

#### **1. Otetaan käyttöön Sustainable Travel Finland -merkki kansallisesti.**

Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset

#### **2. Toteutetaan kestävä matkailun koulutuskokonaisuuksia matkailuyrityksille ja -alueille.**

Mm. seuraavista aiheista: asiakkaiden ympäristötietoisuuden kasvu, ilmastonmuutos ja hiilijalanjäljen pienentäminen, energia- ja vesitehokkuus, jätehuolto, hävikin minimointi ja kierrätyksen edistäminen, matkailupalveluiden turvallisuusjohtaminen ja turvallisuutta koskevat määräykset, suomalaisen kulttuuriperinnön vastuullinen tuotteistaminen sekä sosiaalisesti, kulttuurisesti ja taloudellisesti kestävä matkailu.

Vastuu: tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueelliset kehittämissyhtiöt, Tukes, alueorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot

#### **3. Viestitään kestävästä valinnoista asiakkaille osana markkinointiviestintää ja tehdään Sustainable Travel Finland -merkki tunnetuksi kotimaassa sekä valituilla kansainvälisillä markkinoilla ja jakelukanavissa. Opastetaan matkailijoita käyttämään kestäviä palveluita sekä toimimaan ympäristön, paikalliset yhteisöt sekä paikallisen kulttuurin huomioivalla tavalla.**

Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset

#### **4. Panostetaan kotimaan matkailumarkkinointiin kotimaanmatkailun kasvattamiseksi.**

Vastuu: TEM, alueorganisaatiot, yritykset, Suoma ry

#### **5. Selvitetään kotimaanmatkailun kohderyhmät ja kehitetään kohderyhmille suunnattua ympärivuotista matkailutarjontaa.**

Vastuu: TEM, alueorganisaatiot, yritykset

**6. Kehitetään matkailupalveluiden ja verkkosivujen esteettömyyttä sekä niistä viestimistä.**

Vastuu: TEM, alueorganisaatiot, yritykset

**7. Kehitetään laatua ja vieraanvaraisuusosaamista laatujärjestelmien ja Visit Finlandin kansainvälistymis-, tuote- ja teemakriteerien avulla.**

Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueelliset kehittämissyhtiöt

## **7.1.2 Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi**

Suomeen suuntautuvaa matkailua edistetään Visit Finlandin johdolla teemapohjaisen tuotekehityksen ja markkinoinnin kautta. Valitut teemat tukevat toisiaan ja teemapohjaisuutta edistetään myös teemojen välisen yhteistyön avulla. Teemat tukevat sesonkien tasaamista ja pidentämistä sekä yhteistyön muodostumista alueellisesti, suuralueittain ja aiempaa vahvemmin myös suuralueiden kesken, esimerkiksi matkailureittien avulla. Lisäksi innovaatioiden etsiminen rajapinnoilla olevien toimialojen kanssa, hyödyntäen alueellisia ja valtakunnallisia innovaatio-ohjelmia ja -ympäristöjä, tuo uutta lisäarvoa tuotetarjontaan. Teemat tukevat myös kotimaanmatkailijalle suunnattua tuotteiden ja markkinoinnin kehittämistä. Mainittujen teemojen rinnalla tunnistetaan uusia nousevia kohderyhmiä ja niche-teemoja, joihin liittyen rohkaistaan yritysverkostoja tekemään uusia avauksia ja kokeiluja.

### **8. a. Luontomatkailu**

Luonto ympäristönä mahdollistaa monipuoliset aktiviteetit (ml. pyöräily, kalastus ja metsästys) niin maalla, vedessä kuin ilmassa ympärivuotisesti. Luonnon kestävyuden varmistaminen ja ennakointi on huomioitava kaikessa tekemisessä, tuotekehityksessä ja viestinnässä. Kestävän luontomatkailun (ml. erämatkailu) kehittäminen ja kansallispuistojen hyödyntäminen ovat keskiössä kansainvälisen matkailukysynnän kasvattamiseksi. Kansallispuistojen ja muiden valtion luontoalueiden palveluita tuoteistetaan matkailun tarpeiden näkökulmasta ja yhteistyötä alueita hyödyntävien matkailuyritysten kanssa vahvistetaan. Sustainable Travel Finland -merkki ohjaa matkailuyrityksiä pohtimaan omia valintojaan kestävänsä kehityksen kannalta ja toimimaan niiden

mukaisesti. Luontomatkailutuotteiden jakelu- ja myyntikanavissa suositaan niitä yrityksiä, jotka ovat profiloituneet myymään kestäviä matkailutuotteita. Tuotekehityksellä ja markkinoinnilla pyritään luontomatkailijoiden viipymän pidentämiseen.

Vastuu: Visit Finland, Metsähallitus, YM, MMM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot

## **b. Kulttuurimatkailu**

Suomalainen kulttuurielämä, museo- ja kulttuuriperintökohteet, luovat alat (mm. musiikki, festivaalit, av- ja elokuva-ala, arkkitehtuuri, design) ja kulttuuriympäristöt luovat monimuotoisen perustan kestäväen ja ympärivuotisen kulttuurimatkailun vahvistamiselle eri puolilla Suomea, myös kasvukeskusten ulkopuolella. Suomen kulttuurimatkailumaakuvaa vahvistetaan panostamalla alueiden kulttuuriin vahvuuksiin perustuvan vastuullisen matkailun kehittämiseen ja teemallisten eurooppalaisten kulttuurireittien rakentamiseen. Suomen kulttuurisen tunnettuuden kasvattaminen vaatii pitkäjänteistä maabrändin ja yhtenäisen viestin rakentamista, tukea tuotteistamiseen, kohteiden kunnostamiseen ja hoitoon sekä verkostomaisen yhteistyön vahvistamista kulttuurimatkailutoimijoiden ja kulttuuri-, matkailu-, tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden kesken. Suomi erottautuu omaperäisyydellään ja kulttuuriympäristöillään perinteisten kulttuurimaiden (esim. Italia, Ranska) tarjonnasta.

Vastuu: Visit Finland, Metsähallitus, OKM, YM, MMM, TEM, Museovirasto, kulttuuri-, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot

## **c. Luksusmatkailu**

Siinä missä luksus oli ennen harvojen saavutettavissa, on luksuksen asiakassegmentti nykyään laajempi ja nk. uusi, aineeton luksus istuu hyvin suomalaisen matkailutarjontakenttään. Suomi on kuuluisa puhtaasta ilmastaan, turvallisuudestaan ja onnellisuudestaan. Luonnonilmiömme, ainutlaatuiset elämyksemme ja erityiset majoitusmuodot puhuttelevat sekä meille uutta kansainvälistä kohderyhmää, että uusia markkinoita. Tavoitteena on vahvistaa toimijaverkostoja koko maan kattaviksi, monipuolistaa kesäkauden palvelutarjoamaa ja kasvattaa Suomen tunnettuutta luksusmatkailukohteena.

Asiakaskokemusten rooli luksusmatkailukohteiden ja -tuotteiden maineelle tulee tunnistaa ja asiakkaan elämystä vahvistaa kehittämällä vieraanvaraisuuteen perustuvaa palvelukulttuuria mm. koulutuksen avulla. Vastuu: Visit Finland, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot

#### **d. Terveys- ja hyvinvointimatkailu**

Suomella on erinomaiset edellytykset tarjota korkeatasoista terveydenhoitoa sekä luonnosta ja kulttuurista ammentavia hyvinvointilomia. Suomen tunnettuuden kasvattaminen terveys- ja hyvinvointimatkailun kohdemaana edellyttää pitkäjänteistä maabrändin ja yhtenäisen viestin rakentamista. Myös teeman ympärille rakentuvan palveluekosysteemin ja selkeästi tuoteistettujen palvelupakettien kehittäminen sekä palveluketjun toimivuuden varmistaminen ovat olennainen osa suomalaisen terveys- ja hyvinvointimatkailun edistämistä.

Vastuu: Visit Finland, TEM, YM, MMM, Metsähallitus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot

#### **e. Koulutusmatkailu**

Suomen vahvasta koulutusbrändistä huolimatta koulutusmatkailun taloudellista potentiaalia ei ole vielä täysimittaisesti hyödynnetty. Tavoitteena on nostaa markkinoinnissa esille erityisesti suomalaisen koulutuksen erityispiirteitä, kuten ilmiöpohjainen ja ratkaisuperusteinen pedagogiikka, luonnossa tekeminen, leikkisä oppiminen ja henkilökohtaiset oppimispolut, sekä tunnistaa uusia osaamisalueita, esim. kestävä kehitys, kiertotalous ja englanti vieraana kielenä. Uusia koulutusmatkailutuotteita on syntynyt viime vuosina runsaasti. Koulutusmatkailutuotteille on tärkeää luoda selkeät laatu-kriteerit sekä kannustaa uusia koulutusmatkailutuotteita tarjoavia toimijoita hyödyntämään tuotekehitys- ja kansainvälistymisvalmennuksia.

Vastuu: Visit Finland, OKM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot

## **f. Urheilu- ja liikuntamatkailu**

Suomen tunnettuutta urheilu- ja liikuntamatkailukohteena tulee lisätä markkinoinnin ja tuotekehityksen keinoin. Tiivis yhteistyö urheiluopistojen, hiihtokeskusten, lajiliittojen ja alueellisten matkailuorganisaatioiden kesken korostuu entisestään, ja ammattimaisen harjoittelun rinnalle on mahdollista luoda vapaa-ajan matkustajia houkuttelevia palveluita. Urheilumatkailutuotteiden avulla voidaan kehittää matkailun ympärivuotisuutta monilla alueilla. Liikunnan merkitystä matkailun vetovoimatekijänä tulee nostaa esiin.

Vastuu: Visit Finland, OKM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot

## **g. Ruokamatkailu**

Ruoka toimii poikkileikkaavana sisältönä eri teemojen ja alueiden matkailutarjonnassa, mutta myös yhä vahvemmin omana kasvavana matkailun teemanaan. Suomessa on mahdollisuuksia nostaa kiinnostusta nojautuen vahvasti puhtaasta luonnosta saatavaan ruokaan ja siihen perustuviin elämyksiin, suomalaista elämäntapaa kuvastaviin ruokakulttuurin erityispiirteisiin sekä innovatiiviseen ja erilaiseen ravintolakulttuuriin. Kiinnostuksen nostamiseen tarvitaan vahvaa viestintää, uusien ruokamatkailutuotteiden tuotteistusta ja paketointia sekä toimijoiden yhteistyötä ja osaamisen lisäämistä. Tarvitaan myös ravintola-alan integroimista tiiviimmin tuotekehitykseen ja markkinointiin. Ruokaviennin ja ruokamatkailun yhteistyö tuottaa hyötyä molemmille osapuolille, ja sen vahvistamista sekä aluetasolla että kohdemarkkinoilla tapahtuvassa toiminnassa on syytä jatkaa.

Vastuu: Visit Finland, MMM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot

## **h. Tapahtumat ja kongressit**

Suomea markkinoidaan ja Suomen imagoa vahvistetaan kansainvälisesti vakaana, luotettavana ja toimivana kohteena suur tapahtumille, kongresseille ja yritystapahtumille. Markkinoinnissa painotetaan Suomen vahvuuksia, joita ovat pitkä kokemus ja luotettava maine kansainvälisten tapahtumien järjestäjänä, erinomaiset liikenneyhteydet, kestävyuden huomioiminen, palveluntuottajien ja infrastruktuurin sekä kohteiden monipuolisuus ja

palvelun korkea laatu sekä turvallisuus. Kongressi- ja tapahtumatoimialan taloudellinen vaikuttavuus on merkittävä. Kongressit tarjoavat mahdollisuuksia nopeaan tiedonjakamiseen, suomalaisen tieteen ja osaamisen esittelyyn ja markkinointiin sekä vientiin. Kongressien ja yritystapahtumien kestävyden osalta Suomi toimii suunnannäyttäjänä, ja kestäväan kehitykseen sekä vastuullisuuteen panostetaan jatkossakin aktiivisesti.

Vastuu: Visit Finland, OKM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot

### **i. Kiertomatkat**

Kiertomatkat ovat Suomeen suuntautuvan kesämatkailun suosituin matkailumuoto. Suurin osa ulkomaalaisista matkailijoista tutustuu maahamme useampia kohteita kiertäen, eli kiertomatkat muodostavat perustan kaikkien matkailualueiden kesätarjonnalle. Kiertomatkat tarjoavat myös yhteistyömahdollisuuksia Pohjoismaiden ja lähialueiden (mm. Baltia) kanssa. Reittiehdotusten ja reittien varrella olevien palveluiden paketoiminen selkeäksi, myytäväksi kokonaisuudeksi sähköisiä kanavia hyödyntäen tarjoaa valtavasti mahdollisuuksia matkailutoimijoille. Eri teemojen (mm. kulttuuri, ruoka, hyvinvointi, leirintämatkailu) hyödyntäminen kehittämistyössä on keskeinen osa kiertomatkailun edistämistä. Myös uusien kiertomatkailutuotteiden ja -teemojen kehittämisessä esimerkiksi vähäpäästöisen liikuttamisen pohjalta on kasvupotentiaalia.

Vastuu: Visit Finland, MMM, YM, OKM, TEM, Metsähallitus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot, matkailutieyhdistykset

### **j. Perhematkailu**

Perhematkailu on yksi suosituimmista matkailumuodoista maailmalla. Perheystävälliset tuotteet, olivat ne sitten huvipuistoja tai lapsiperheille soveltuvia aktiviteetteja melonnasta ja vaeltamisesta lasketteluun muodostavat vetovoimaisen pohjan ympärivuotiselle matkailutarjonnalle. Tavoitteena on Suomen tunnettuuden kasvattaminen perhematkailukohteena myös naapurimaiden ulkopuolella, palvelupakettien monipuolistaminen ja muiden teemojen (mm. ruoka, aktiviteetit, kulttuuri) parempi huomioiminen palvelukokonaisuuksissa.

Vastuu: Visit Finland, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset, alueorganisaatiot, Metsähallitus

## 7.2 Matkailualan digitalisointi

Digitalisaation vaikutus matkailuyritysten liiketoimintaan kasvaa nopeasti. Digikanavien globaali kehitys tulee muokkaamaan merkittävästi matkailualaa, joka on historiansa suurimman haasteen ja toisaalta mahdollisuuden edessä globalisaatiokehityksen, digitaalisuuden ja sen tuoman globaalin alustatalouden myötä. Tämä antaa suomalaisille matkakohteille ja palveluille mahdollisuuden kilpailla aidosti lukuisten kansainvälisten toimijoiden kanssa. Digitalisaation ymmärrys ja osaamisen kehittäminen ovat välttämätön osa matkailualan digitaalista uudistusta. Riittävän osaamisen avulla yritysten on entistä helpompi saada palvelunsa kansainvälisesti näkyväksi kohtuullisen helpoilla teknisillä ratkaisuilla. Toisaalta kilpailu kansainvälisestä asiakkaista kasvaa koko ajan, jolloin näkyvyyteen on panostettava merkittävästi nykyistä enemmän. Suomen matkailupalveluiden tarjonta on välttämätöntä saada koottua kansalliseksi tietovarannoksi (sis. online-inventaari), jota on helppo jakaa useissa matkailijat tavoittavissa ja kauppaa konvertoivissa myyntikanavissa. Matkailupalveluita tarjoaville toimijoille tietovaranto myös helpottaa eri kanavien ja alustojen hallintaa. Tietovaranto on matkailuelinkeinon yhteinen keino parantaa Suomen matkailupalveluiden näkyvyyttä, mikä edellyttää kaikkien toimijoiden sitoutumista.

Matkailupalveluiden digitaalinen ostettavuus ja löydettävyyys eivät kuitenkaan yksinomaan riitä, vaan digitaalisten ratkaisujen käyttöä myös matkailutuotteissa ja -palveluissa tulee kehittää. Myös yritysten sisäiseen tuotantoprosessiin ja tuotannonohjaukseen eri toimintojen välillä digitalisaatio voi tuoda merkittäviä parannuksia. Digitaalinen saavutettavuus edellyttää eri tahojen digiosaamisen kehittämistä, toimialan läsnäoloa verkossa ja palveluiden toimivuutta. On tärkeää, että digitaaliset kanavat ja digitaalisuutta hyödyntävät matkailupalvelut huomioivat esteettömyyden. Osana digitaalisten palveluiden kehittämistä tulee edistää tiedon avoimuutta ja paikkatiedon saatavuutta avointen rajapintojen kautta. Liikkumisen palveluista saatavilla olevan datan lisäksi tarvitaan myös dataa matkailun palveluista. Sähköinen matkustajailmoitus tukisi osaltaan digitalisaation edistymistä. Matkailun kehittämisen ja markkinoinnin toimenpiteet suunnataan aiempaa useammin suoraan loppukuluttajalle ja kysyntäkehityksessä ryhmämatkailijasta yksilömatkailijaan tulee huomioida tarkoituksenmukaisten jakelukanavien valinnassa.

Visit Finlandin koordinoimana, yhteistyössä matkailualan kanssa vuosittain päivitettävä matkailun digitiekartta näyttää toimialan yhteisen tekemisen suunnan, erittelee eri toimijoiden roolit ja esittelee digikehittämisen toimenpiteet, joiden avulla suomalaisen matkailualan digitaalinen osaaminen ja palvelut nostetaan

kilpailijamaiden rinnalle. Matkailualan digitalisointi edistää matkailupalveluiden löydettävyyttä, ostettavuutta ja elämyksellisyyttä. Matkailun digitielikartan toimeenpano tukee matkailustrategian toimeenpanoa.

## 7.2.1 Matkailutuotteiden ja -palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen

9. Perustetaan matkailupalveluiden kansallinen tietovaranto rajapintojen hyödynnettäväksi.

Vastuu: Visit Finland, Business Finland, alueorganisaatiot, yritykset

10. Lisätään digitaalisten ratkaisujen käyttöä matkailutuotteissa ja -palveluissa edistämällä tietojen päivitettävyyttä, palvelun yhdenvertaisuutta eri kohderyhmille ja kustannustehokkuuden parantumista. Ratkaisut tukevat elämyksellisyyttä ja toisaalta myös auttavat kertomaan esimerkiksi tuotteen tai palvelun ympäristövaikutuksista.

Vastuu: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Metsähallitus

11. Kehitetään luontomatkailun digitaalisia viestintäpalveluita Luontoon.fi ja Retkikartta.fi teknisesti ja sisällöllisesti sekä tuotetaan aineistoja matkailuelinkeinon markkinointi- ja viestintäkäyttöön.

Vastuu: Metsähallitus

## 7.2.2 Matkailualan digiosaamisen kehittäminen

12. Vahvistetaan matkailuyritysten, alueorganisaatioiden ja DMO-toimijoiden osaamisen vahvistumista Digipilotista syntyneen oimintamallin mukaisesti levittämällä hyvät käytännöt kansalliseksi toimintatavaksi.

Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset

13. Lisätään matkailuyrityksille suunnattuja koulutuksia digiosaamisen vahvistamiseksi.

Vastuu: tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueelliset kehittämissyhtiöt, edunvalvontaorganisaatiot



- 14. Kannustetaan matkailuyrityksiä innovatiivisiin traveltech-aloitteisiin, matkailupalveluiden avoimia rajapintoja hyödyntäviin (API) -toteutuksiin sekä hackathoneihin Suomessa ja kansainvälisesti. Jatketaan Digipilotti-toimintaa uusien digitaalisten ekosysteemien inspiroimiseksi.**  
Vastuu: Business Finland

## 7.3 Matkailupalveluiden kasvua tukeva saavutettavuus

Hyvät liikenneyhteydet (raide-, tie-, meri- ja lentoyhteydet) ovat Suomen matkailulle välttämättömiä. Suomen rataverkko ei ole kaikilta osiltaan ajanmukainen. Hiihdioksidipäästöjen vähentämisen johdosta sähköistetyt rautatieverkon merkitys matkailussa tulee korostumaan, samoin kuin henkilöliikenteen palveluiden kehittäminen. Yksityisauton käyttö kotimaanmatkoilla on yleistä, koska monet matkailukohteet ovat saavutettavissa sujuvasti vain omalla autolla. Lisäksi koulujen loma-aikoina erityisesti keskusten ulkopuolisten matkailukohteiden saavutettavuus on julkisilla kulkuvälineillä heikko. Tieverkon (ml. alempiasteinen tieverkko) kunnan parantaminen ja korjausvelan purkamisen jatkaminen ovat keskeisiä toimia myös matkailun näkökulmasta, mukaan lukien tieturvallisuusasiat. Hoitoluokitusten merkitys on erityisen tärkeä talvimatkailukohteille. Matkailua ja lentoliikennettä kehitetään viranomaisten ja elinkeinoelämän yhteistyössä yhteistä tilannekuvaa ylläpitämällä, pitkäjännitteisellä suunnittelulla sekä parantamalla toimintaedellytyksiä kestävästi ja kasvuhakuisesti. Päästökompensaatioiden mahdollistaminen asiakkaille lisää todennäköisesti yritysten kilpailukykyä. Hyvät lentoyhteydet niin ulkomaille kuin maan sisällä ovat tärkeitä.

Matka on osa elämystä, ja se tulee pyrkiä tuotteistamaan niin, että matkailija arvostaa ympäristön kannalta vähiten haittaavia aiheuttavia tapoja liikkua nopeimman liikkumismuodon sijasta. Saariston ja luontokohteiden matkailullinen hyödyntäminen vaatii julkisten ja yksityisten yhteyksien aiempaa parempaa toimivuutta. Kansallispuistojen sekä retkeilyalueiden reittien ylläpidon sekä retkeily- ja kelkkareittien perustamisen rahoittaminen on tärkeää matkailuyritysten menestymiselle. Matkailullisesti tärkeät reitistöt tarvitsevat toimivaa infrastruktuuria ja opasteita. Reittien laadun ja turvallisuuden varmistamisessa eri toimijoiden yhteistyöllä on suuri merkitys. Saavutettavuuden keskeinen ulottuvuus on myös tietoyhteiskunnan tarpeisiin

vastaavat kiinteät ja langattomat verkot, joita ilman digitalisaation tarjoamia mahdollisuuksia ei voida hyödyntää.

Matkailun huomioonottamista liikennepalveluiden kehittämisessä on vahvistettava. Matkailu tuo liikenteelle taloudellista hyötyä ja lisää kannattavuutta. Parhaat tulokset ja säästöt liikenteen kehittämisessä saadaan paikallis- ja matkailuliikenteen tarpeiden tehokkaalla yhteensovittamisella. Liikenneyhteyksien toimivuus on osa matkaa ja samalla matkailijan kokemusta matkansa laadusta. Matkustaminen on houkuttelevaa, kun liikenne ja liikennemuotojen liityntäyhteydet toimivat sujuvasti. Raide-, tie-, meri- ja lentoliityntäliikenteen tulisi toimia yhteen mahdollisimman saumattomasti sujuvien matkaketjujen varmistamiseksi. Yhtä tärkeää on tiedon saavutettavuuden saumattomuus, eli miten matkailija helposti löytää tietoa vaihtoehtoisista liikennepalveluista, reiteistä, aikatauluista ja hinnoista. Toimiva opastus pääteiltä matkailukohteisiin sekä pysäköintimahdollisuuksien huomioiminen ovat keskeinen osa liikkumisen sujuvuutta. Myös laadukkaiden leirintäaluepalveluiden saatavuus mm. satamien ja rajanylityspaikkojen läheisyydessä liittyy kiinteästi matkustamisen sujuvuuteen.

Liikenne palveluna -toiminnan omaksumista tulee vahvistaa. Liikennesektorin lakiuudistus mahdollistaa liikennepalveluiden joustavamman tarjoamisen ja eri liikennemuotojen kokoamisen matkailijalle helpoksi matkaketjuksi. Tuloksena on lipun hankkimisen ja matkan suunnittelun helpottuminen matkustajalle.

### **7.3.1 Saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen**

**15. Edistetään uusien, erityisesti suorien lentoyhteyksien saamista koko maassa mm. yhteistyön ja markkinoinnin keinoin.**

Vastuu: maakuntien liitot, kunnat, alueorganisaatiot, Finavia, Visit Finland

**16. Edistetään kilpailun mahdollisten rajoitteiden poistamista lentoliikennesopimusten ja sääntelyn avulla.**

Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto

- 17. Valtakunnallisessa liikennejärjestelmäsuunnitelman valmistelussa ja sen toimeenpanossa alueiden saavutettavuutta tarkastellaan kokonaisuutena kansalaisten ja elinkeinoelämän liikkumistarpeet huomioiden.**  
Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, Väylävirasto, ELY-keskukset, kunnat
- 18. Varmistetaan matkailullisesti tärkeiden reitistöjen (ulkoilureitit, ladut, luontopolut, moottorikelkkaväylät) ja niitä tukevan infrastruktuurin toimivuus ja reittien turvallinen opastus. Huomioidaan reittien turvallisuus reittien koko elinkaaren ajan (esim. ylläpitovastuut, monikäyttö, sivullisille aiheutuvat haitat).**  
Vastuu: YM, MMM, LVM, Metsähallitus, kunnat, alueorganisaatiot, yritykset, pelastuslaitos
- 19. Pyritään mahdollistamaan koko Suomessa tarkoituksenmukaisten, kohtuuhintaisten, nykyajan ja tulevaisuuden tietoyhteiskunnan tarpeisiin vastaavien laajakaistayhteyksien toteutuminen.**  
Vastuu: LVM, MMM, kunnat, maakuntien liitot, ELY-keskukset
- 20. Toteutetaan kestävää luontomatkailua tukeva valtakunnallinen moottorikelkkaväylästä sekä pysyvä rahoitus- ja hallinnointijärjestelmä sen ylläpitoon.**  
Vastuu: YM, MMM, maakuntien liitot, kunnat, ELY-keskukset

### **7.3.2 Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen**

- 21. Seurataan Suomen liikennesektorin lakiuudistuksen toimivuutta ja soveltamista. Huolehditaan erityisesti siitä, että julkisen sektorin järjestämät liikennepalvelut voidaan helposti liittää osaksi matkaketjuja.**  
Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, ELY-keskukset, maakuntien liitot, kunnat, yritykset
- 22. Tuetaan matkaketjukokeilujen vakiintumista pysyviksi toiminnoiksi kiinnittäen huomiota pilottikokeiluiden tulosten yleistämisen mahdollisuuksiin.**  
Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, ELY-keskukset, maakuntien liitot, kunnat, yritykset

### **23. Kootaan ja jaetaan parhaita käytänteitä liikenne palveluna -toteutuksista matkailussa.**

Vastuu: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, ELY-keskukset, kunnat, yritykset

## **7.4 Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen**

Matkailutoimijoiden yhteistyö ja tiivis verkostoituminen mahdollistavat erityisesti kansainvälisen huomion kääntämisen uudeksi kasvuksi ja työpaikoiksi Suomessa. Kunnianhimoisten tavoitteiden saavuttaminen matkailun edistämisessä sekä matkailullisen ja kaupallisen maakuvan kehittämisessä edellyttää vastuullista resursointia. Alan kilpailukyvyyn edistäminen ja matkailun kehittämistä koskevien toimien yhteensovittaminen edellyttää poikkihallinnollisen yhteistyön tiivistämistä.

Matkailun globaalien ja kansallisten kasvun myötä tiedolla johtamisen merkitys on noussut. Tiedolla johtaminen kytkee tutkimustiedon paitsi poliittiseen päätöksentekoon myös matkailualueiden ja -yritysten strategiseen johtamiseen. Esimerkiksi markkinointipanostuksia tulisi ohjata aiempaa vahvemmin tietoon perustuen, samoin kuin arvioida panosten vaikuttavuutta. Matkailualan kehitystä tukevaan tutkimukseen, innovaatiotoimintaan ja ennakkointiin tarvitaan vahvaa panostusta. Matkailuala koostuu monista eri tieteenaloista, minkä takia myös matkailututkimus on luonteeltaan monitieteistä. Elinkeinojen näkökulmasta tutkimuksen tulee vastata matkailuyritysten tiedontarpeisiin sekä edistää ideoiden kaupallistamista. Kattavaa mittaristoa tarvitaan nopeasti matkailun kestävyden arviointiin ja digitaalisen markkinoinnin vaikuttavuuden seurantaan. Matkailun vaikuttavuuden mittaamista kokonaisuutena tulee kehittää ja kansainvälisiä mittausmalleja (esim. kestävyys matkailun satelliittitilinpäädössä) soveltaa aiempaa tehokkaammin.

Kilpailukykyinen toimintaympäristö ja kannattava yritystoiminta ovat koko Suomen etu. Matkailuyrittämistä koskeva lainsäädäntö on pirstaloitunut ja monitahoinen, koska alaa koskevat eri hallinnonalojen säädökset ja toimenpiteet. Lainsäädännön tulee tukea yrittäjyyttä ja työntekemisen monia muotoja ja mahdollisuuksia. Suomen matkailullisen kilpailukyvyyn ylläpitämiseksi kulutukseen kohdistuva verotus tulee pitää eurooppalaisittain kilpailukykyisellä tasolla. Viranomaisten

toimintatapoja tulee kehittää siten, että Suomessa toimivat ulkomaalaiset yrittäjät saavat aiempaa paremmin neuvontaa Suomessa yrittäjänä toimimiseen esim. matkailupalveluiden turvallisuuden lisäämiseksi. Myös viranomaisvalvontaa voidaan tehostaa. Alueidenkäytön suunnittelussa ja maankäyttö- ja rakennuslain kokonaisuudistuksessa on keskeistä huomioida matkailun tarpeet ja turvata sen toimintaedellytykset.

Jakamis- ja alustatalouden kasvun myötä yksityishenkilöiden tarjoamat majoitus- ja muut palvelut ovat lisääntyneet. Jakamistalous on monessa tilanteessa muuttunut kohti ammattimaista, alustoilla tapahtuvaa liiketoimintaa. Alustatalouden toimintamallit haastavat säädösympäristöä esimerkiksi markkinoillepääsyn vaatimusten, verotuksen, työn ja kuluttajansuojan osalta. Omatoimimatkoilijat hyödyntävät matkailupalveluja ja -resursseja itsenäisesti ohjattujen palveluiden asemesta, usein jopa ilman kontakteja paikallisiin palveluntarjoajiin. Tällöin kuluttajaturvallisuuslain edellyttämä turvallisuuden kannalta tarpeellinen perehdytys ja neuvonta voivat jäädä vajavaiseksi. Myös lain edellyttämä palveluntarjoajan velvollisuus arvioida kuluttajan kykyjä ja ominaisuuksia toimia turvallisesti voi jäädä puutteelliseksi. Jakamis- ja alustatalouden vaikutuksia matkailualalle seurataan aktiivisesti ja tarvittaviin toimenpiteisiin ryhdytään alan toimijoiden yhtäläisen kohtelun varmistamiseksi.

Matkailuinvestointeihin panostaminen ja ulkomaisten investointien houkuttelu ovat keskeistä kilpailukyvyyn kehittämässä. Matkailuinvestoinneilla lisätään Suomen kiinnostavuutta, sekä parannetaan matkailupalveluiden tarjontaa ja infrastruktuuria. Lisäksi matkailuyritysten toimintaedellytyksiä voidaan parantaa edistämällä matkailualueiden infrastruktuuriin (esim. liikenneyhteydet, energiatehokkuus) tehtäviä investointeja, mikä ei vääristä yritysten välistä kilpailua.

Suomessa kesämatkailupalveluja tarjoavien yritysten sesonki on lyhyt, ja se ajoittuu osittain väärään aikaan. Eurooppalaisten parhaat lomakuukaudet ovat heinäkuu ja etenkin elokuu. Koulut alkavat Suomessa elokuun puolivälissä, jolloin käytännössä useat kesämatkailukohteet joutuvat sulkemaan ovensa. Ulkomaalaiset asiakkaat eivät yksin riitä siihen, että yritysten olisi kannattavaa toimia. Koulujen kesälomien siirrolla kaksi viikkoa eteenpäin on merkittävää taloudellista vaikutusta alalle. Seuraavaksi keskustelussa tulisi syventää siirron vaikutuksia koulumaailmalle kansantaloudellisten vaikutusten rinnalla.

Haasteet osaavan työvoiman löytämisessä ovat nousseet yhä useamman matkailuyrityksen kasvun esteeksi. Rekrytointiongelmien taustalla vaikuttavat mm. työnhakijoiden osaamisvajeet, vaikeus löytää avoimia työpaikkoja, kannustinloukkuongelmat, toimialan heikko kannattavuus, epäsäännöllinen ja sesonkiluonteinen työ sekä asunnon löytämiseen liittyvät ongelmat. On keskeistä vahvistaa ja monipuolistaa koulutusta, kehittää tutkimustietoon pohjaten työmarkkinoiden dynamiikkaa, tukea ammatillista ja alueellista liikkuvuutta sekä osaavan matkailutyövoiman riittävää saantia oikeaan aikaan oikeassa paikassa. Tärkeää on huomioida myös laajemmin työntekijöiden ja heidän perheidensä hyvinvointi ja palvelut. Yritysten osaa- mistarpeisiin vastataan parhaiten lyhytkestoisilla, joustavilla ja työelämälähtöisillä koulutuksilla. Työntekijöiden koulutukseen ja perehdytykseen tulee kiinnittää erityistä huomiota. Kansainvälisen työvoiman rekrytointia ja työllistymistä edistetään kehittämällä rekrytointiprosesseja, kannustamalla yrityksiä kansainvälisten osaajien rekrytointiin ja tarjoamalla Suomeen tulleille opiskelijoille urapolkumahdollisuuksia opintojen alusta asti. Matkailuyrityksille tarjotaan koulutusta monikulttuurisen työyhteisön johtamiseen.

### 7.4.1 Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen

#### 24. Valmistellaan ja käynnistetään matkailun poikkihallinnollinen strateginen ohjelma.

Vastuu: TEM, ministeriöt

#### 25. Nostetaan Business Finlandille / Visit Finlandille matkailun edistämiseksi osoitettu rahoitus valtion ja matkailuyritysten yhteistyönä kilpailukykyiseksi kilpailijamaiden matkailun edistämisbudjettien kanssa.

Vastuu: TEM

#### 26. Asetetaan MiniMatka-työryhmä poikkihallinnolliseksi korkean tason työryhmäksi, jossa ovat edustettuna keskeiset sidosryhmät ml. edunvalvontaorganisaatiot. Työryhmän tehtävänä on laaja-alainen matkailun kehittäminen ja toimien yhteensovittaminen.

Vastuu: TEM

- 27. Markkinoidaan Suomea kansainvälisillä markkinoilla Visit Finlandin suuralueyhteistyömallilla yhtenäisempien viestien aikaansaamiseksi ja kokonaispanostuksen lisäämiseksi. Suuralueita on neljä: Lappi, Järvi-Suomi, rannikko ja saaristo sekä pääkaupunkiseutu.**  
Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset
- 28. Osallistutaan aktiivisesti EU-, Pohjois- ja OECD-maiden sekä Itämeren, Barentsin ja arktisen alueen väliseen matkailuyhteistyöhön matkailustrategian tavoitteiden ja sisältöjen edistämiseksi ja matkailun sujuvoittamiseksi.**  
Vastuu: ministeriöt, Visit Finland, maakuntien liitot, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueorganisaatiot, yritykset, edunvalvontaorganisaatiot
- 29. Kannustetaan matkailualaa hyödyntämään kansainvälistymisessä Business Finlandin koko palvelutarjonta (verkostoituminen, rahoitus), jonka kehittämisessä huomioidaan matkailualan kansainvälistymisen tarpeet.**  
Vastuu: Business Finland, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot
- 30. Tehostetaan kansainvälistä matkailumarkkinointia lisäämällä Team Finland -yhteistyötä.**  
Vastuu: Visit Finland, Business Finland, UM, TEM ja muut Team Finland -toimijat

## **7.4.2 Tiedolla johtamiseen panostaminen**

- 31. Toteutetaan matkailutoimialan digitaalinen tiedolla johtamisen tietopalvelu (alusta, analytiikka, tiedon jakaminen) kansallisella tasolla.**  
Vastuu: TEM, Business Finland

**32. Kehitetään matkailun määrällistä ja laadullista tilastointia, datan kokoamista sekä matkailun vaikutusten mittaamista ja seurantaa sekä kansallisella että maakuntatasolla.**

Mm. seuraavissa teemoissa: luontomatkailun kestävyysseuranta, ympäristövaikutusten arviointi, seuranta ja ennakointi, matkailuinvestointien kehityksen seuranta, matkailupalveluiden onnettomuustilanteiden ja turvallisuuden omavalvontakäytäntöjen seuranta sekä Big Data -aineistojen (mm. matkapuhelinoperaattorien paikannustieto) hyödyntäminen matkailutilastoissa.

Vastuu: TEM, Business Finland, Visit Finland, Tilastokeskus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueelliset kehittämissyhtiöt, Metsähallitus, Tukes

**33. Selvitetään ulkomaalaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä Suomessa.**

Vastuu: TEM, Visit Finland, Tilastokeskus

**34. Mitataan matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia.**

Vastuu: TEM

**35. Kehitetään matkailualan hiilijalanjäljen laskentaa kansallisella tasolla.**

Vastuu: ministeriöt, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot

**36. Kehitetään matkailun vastuullisuuden mittaamista, seurantaa ja arviointia kansallisella tasolla huomioiden erityisesti Agenda 2030 -tavoitteet.**

Vastuu: ministeriöt, Business Finland, Visit Finland, Tilastokeskus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, Metsähallitus

### **7.4.3 Matkailun kestävä kasvua tukeva lainsäädäntö, maankäyttö sekä toimintakulttuuri**

**37. Toteutetaan lainsäädäntöä valmisteltaessa yritysvaikutusten arviointi, jossa huomioidaan erikokoiset matkailuyritykset ja näiden tasapuolinen kohtelu myös suhteessa jakamis- ja alustatalouden toimijoihin.**

Vastuu: ministeriöt



- 38. Kehitetään viranomaisvalvonnan uusia toimintatapoja valmentavalla työotteella ”valvojasta valmentajaksi”.**

Vastuu: kunnat, ELY-keskukset, AVI, Tukes, Ruokavirasto

- 39. Kehitetään eri tasoilla tehtävää kaavoitusta ja muuta alueidenkäytön suunnittelua siten, että myös matkailuelinkeinon tarpeet tulevat huomioiduksi (mm. elinkeinon yhteensovitus, prosessien sujuvoittaminen), vaikutetaan maankäyttö- ja rakennuslain kokonaisuudistukseen.**

Vastuu: YM, Metsähallitus, maakuntien liitot, ELY-keskukset, kunnat

- 40. Toteutetaan matkailualaan kohdistuviin jakamis- ja alustatalouden vaikutuksiin tarvittavina toimenpiteinä mm. ammattimaisen ja ei-ammattimaisen toiminnan määrittely ja kuluttaja-/asiakasturvallisuuden lisääminen esim. palveluntarjoajille suunnatun ohjeistuksen, koulutuksen ja tiedotuksen keinoin.**

Vastuu: ministeriöt, Tukes

- 41. Jatketaan audiovisuaalisen alan tuotantokannustimen myöntämistä.**

Vastuu: TEM, Business Finland

- 42. Edistetään investointeja matkailualalla; houkutellaan ulkomaisia investointeja, investoidaan majoituskapasiteetin lisäksi matkailutuotteiden sisältöön ja yritysten liiketoiminnan kehittämiseen.**

Vastuu: Business Finland, ELY-keskukset, alueelliset kehittämissyhtiöt

- 43. Selvitetään koulujen kesälomien siirron yhteiskunnallisia vaikutuksia koulumaailmaan kansantalouden vaikuttavuuden rinnalla sekä käynnistetään tulosten perusteella tarvittavat toimenpiteet.**

Vastuu: TEM, OKM

#### **7.4.4 Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen**

- 44. Parannetaan alan imagoa, arvostusta ja houkuttelevuutta ympärivuotisen osaavan työvoiman turvaamiseksi hallinnonalojen yhteistyönä.**

Vastuu: TEM, OKM, OPH, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot, TE-toimistot, yritykset

- 45. Edistetään kansainvälisen työvoiman rekrytointia ja työllistymistä matkailualalle.**

Vastuu: TEM, TE-toimistot

- 46. Vahvistetaan ja monipuolistetaan joustavat mahdollisuudet osaamisen kehittämiseksi työelämälähtöisesti tutkinto- ja osatutkintokoulutuksessa kaikilla koulutusasteilla, oppisopimuskoulutuksessa ja täydennyskoulutuksessa.**

Vastuu: OKM, OPH, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, TE-toimistot, edunvalvontaorganisaatiot

## Liite 1. Matkailun määritelmä ja matkailuklusterin kuvaus

Matkailu on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa. Matkailuksi luetaan myös mm. päiväkävijöiden koti- ja työpaikkakunnan ulkopuolelle suuntautuvat matkat. Matkailun keskeisimpiä toimialoja ovat majoitus- ja ravitsemispalvelut, henkilöliikennepalvelut, matkatoimisto- ja matkanjärjestäjäpalvelut, kulttuuripalvelut (kuten tapahtumat, museot, historialliset nähtävyydet, eläintarhojen ja luonnonpuistojen toiminta), sekä urheilu- ja virkistyspalvelut (kuten hiihtokeskustelu ja hivi- ja teemapuistojen toiminta ja kylpylät).

Matkailuun suoraan liitännäisiä elinkeinoja ovat mm. kiinteistö- ja laitehuolto, turvallisuusala, päivittäistavarakauppa, erikoiskauppa, rakentamisen ja rakennuttamisen palvelut, ICT-palvelut, elintarvikkeiden tuotanto ja jalostus sekä jätehuolto. Matkailulla on vaikutusta myös kuntien perustehtäviin, kuten sairaanhoitoon, pelastustoimeen, rakennusvalvontaan, kaavoitukseen sekä kunnan tuottamiin yhdyskuntateknisiin palveluihin. Lisäksi matkailuelinkeino luo kysyntää muun muassa viestintäalalle ja toimistopalveluihin (esim. kirjanpito ja tilintarkastus). Matkailualan yrittäjyys maa- ja metsätalouden ohella antaa mahdollisuuden lisätulojen ansaitsemiseen etenkin maaseutualueilla.



Kuvio 7. Suomen matkailuklusteri. Lähde: Työ- ja elinkeinoministeriö

## Liite 2. Matkailustrategian päivitysprosessi

Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025 valmisteltiin vuoden 2014 aikana laajalla ja osallistavalla prosessilla. Tiekartan päivittäminen tuli ajankohtaiseksi, kun sitä oli toteutettu noin neljän vuoden ajan. Syksyllä 2018 toteutettiin tiekartan toteuman seuranta, jossa tarkasteltiin tiekartan toimenpiteiden toteutumista. Neljässä vuodessa osa tiekartan toimenpiteistä oli saatu valmiiksi ja toimintaympäristössä oli tapahtunut monia muutoksia, joiden valossa myös tiekartta ja sen toimenpiteet vaativat päivitystä.

Vuoden 2019 päivitysprosessissa tiekartan sisältö ja toimenpiteet päivitettiin paremmin nykyistä tilannetta vastaavaksi. Sisältöä tiivistettiin, jäseneltiin ja selkeytettiin. Päivitysprosessissa Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartan nimi vaihdettiin takaisin Suomen matkailustrategiaksi. Jatkossa tiekartalla viitataan aiempaan, vuosien 2015–2025 matkailustrategiaan ja strategialla päivitettyyn tiekarttaan.

Päivitystä varten koottiin laajasti eri sidosryhmien näkemyksiä. Sidosryhmäkuulemisia järjestettiin matkailualan edunvalvontaorganisaatioiden (PAM, MaRa, SMAL, Palta, MTK) kanssa. Lisäksi päivitysprosessia esiteltiin lukuisissa sidosryhmätilaisuuksissa. Näkemyksiä tiekartan päivittämiseksi koottiin esimerkiksi Visit Finlandin henkilöstöltä, johtoryhmältä, alueellisten asiantuntijoiden verkostolta sekä matkailun suuralueiden (rannikko ja saaristo, pääkaupunkiseutu, Lappi ja Järvi-Suomi) edustajilta. Lisäksi taustatyössä huomioitiin matkailualan tuoreet tutkimukset ja selvitykset. Tämän työskentelyn pohjalta laadittiin luonnos Suomen matkailustrategiasta, jota oli mahdollista kommentoida avoimella kommentointikierroksella.

Saapuneet kommentit, yhteensä yli 500 kommenttia, käytiin läpi. Kommenttien muutosehdotukset arvioitiin ja tarpeen tullen niistä keskusteltiin asiaankuuluvien vastuutahojen kanssa. Saadun palautteen perusteella matkailustrategiaa tiivistettiin, toimenpiteitä muokattiin ja vastuutahoja selkeytettiin. Poikkihallinnollinen matkailun asiantuntijaryhmä MiniMatka kommentoi strategialuonnosta.

Matkailustrategia käsiteltiin työ- ja elinkeinoministeriön virkamiesjohtoryhmässä.

## Liite 3. Matkailustrategian määrällisten mittarien selitteet ja lähteet

**Matkailukysyntä** kuvaa matkailupalveluiden ja -tuotteiden ostamiseen käytettyä rahamäärää vuoden aikana. Matkailukysynnän kolme osatekijää ovat ulkomainen matkailukysyntä, suomalaisten vapaa-ajan matkailukysyntä sekä suomalaisten muu matkailukysyntä, joka sisältää työmatkakorvaukset ja omien mökkien laskennallisen käytön. Matkailun kokonaiskysyntä sisältää suomalaisten ja ulkomaisten matkailijoiden kulutusmenot Suomessa. Lähde: Matkailutilinpito.

**Matkailuvienti** eli ulkomainen matkailukysyntä kuvaa kansainvälisten matkailijoiden matkailupalveluiden ja -tuotteiden ostamiseen käyttämää rahamäärää Suomessa vuoden aikana. Lähde: Matkailutilinpito.

**Kotimainen matkailukysyntä** kuvaa suomalaisten matkailijoiden matkailupalveluiden ja -tuotteiden ostamiseen Suomessa käytettyä rahamäärää vuoden aikana. Lähde: Matkailutilinpito.

**Matkailun suora arvonlisä BKT:sta** tarkoittaa matkailun aikaansaaman arvonlisäyksen eli jalostusarvon osuutta Suomen bruttokansantuotteesta. Matkailun arvonlisäys on Matkailutilinpidon lukujen valossa pysytellyt 2,5 prosentin BKT-osuuden tuntumassa vuodesta 2015 lähtien. Lähde: Matkailutilinpito.

**Matkailuklusterin yritysten liikevaihto** kuvaa matkailuklusteriin kuuluvien majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmalveluiden, henkilöliikenteen sekä vuokraus- ja leasingtoimintaa harjoittavien yritysten liikevaihtoa. Matkailuklusteriin kuuluvia toimialoja ovat majoitustoiminta, ravitsemistoiminta, rautateiden henkilöliikenne, tieliikenteen henkilökuljetus, vesiliikenteen henkilökuljetus, lentoliikenteen henkilökuljetus, liikennevälineiden vuokraus, matkatoimisto- ja matkanjärjestäjäpalvelut, kulttuuripalvelut sekä urheilu- ja virkistystoiminta. Matkailun ydinklusteriin lasketaan majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmalvelut. Lähde: Matkailun toimialaraportti ja Matkailutilinpito.

**Matkailun aikaansaama työllisyys** kuvaa matkailualan työllisyysvaikutuksia. Matkailutoimialojen työllisyysvaikutusten mittarina toimii työllisten lukumäärä sekä kullakin toimialalla tehdyt työtunnit. Lähde: Matkailutilinpito.

**Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet** tarkoittavat tilastoinnin pariin kuuluvia yöpymisiä majoitusliikkeissä, joissa on vähintään 20 vuodepaikkaa tai sähköpistokkeella varustettua matkailuvaunupaikkaa sekä retkeilymajat. Lähde: Tilastokeskus Majoitustilasto.

**Suomen markkinaosuus ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin** kuvaa Suomen osuutta ulkomaisten matkailijoiden rekisteröidyistä yöpymisvuorokausista Pohjoismaissa. Lähde: Tilastokeskus Majoitustilasto ja muiden Pohjoismaiden tuottamat vastaavat tilastot. Tiedon kokoa Visit Finland.

**Majoitusmyynti** on majoitusliikkeiden ilmoittama majoituksen myyntitulo (alv. mukaan lukien). Lähde: Tilastokeskus Majoitustilasto.

**Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset kokonaistulovaikutukset** tarkoittavat kävijöiden rahankäytöstä lähialueelle syntyviä välittömiä ja välillisiä tulovaihtokutuksia/vuosi. Menetelmässä tarkastellaan vaikutuksia paitsi kaikkien kävijöiden osalta, myös erikseen niiden kävijöiden osalta, joille selvityksen kohteena oleva alue oli matkan pääsyy. Lähde: Metsähallitus.

**Metsähallituksen suojelualueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärä** kuvaa vuotuisia käyntimääriä Metsähallituksen suojelu- ja retkeilyalueilla sekä luontokeskuksissa. Lähde: Metsähallitus.

**Suomen sijoitus ulkomaisten yöpymisten sesonkiluonteisuudessa suhteessa muihin Pohjoismaihin** ilmaistaan laskemalla kunkin maan Gini-kertoimet ja asettamalla Pohjoismaat tuloksen mukaiseen järjestykseen pienimmän Gini-kertoimen saaneen valtion sijoittuessa ensimmäiseksi. Gini-kerrointa käytetään yleensä kuvaamaan tuloeroja. Yöpymistilastojen osalta Gini-kerrointa voidaan käyttää ilmentämään matkailun sesonkivaihtelua. Mitä suuremman arvoin Gini-kerroin saa, sitä epätasaisemmin matkailijayöpymiset jakaantuvat alueelle vuoden aikana. Gini-kertoimen suurin mahdollinen arvo on yksi. Tällöin yöpymiset osuvat vain yhdelle kuukaudelle koko vuoden aikana. Pienin mahdollinen Gini-kertoimen arvo on 0, jolloin yöpymisten määrä on täysin sama joka kuukausi. Vuonna 2015 Suomen Gini-kerroin koko maan tasolla oli 0,16 eli noin puolet muiden Pohjoismaiden ginikertoimesta. Siten Suomi sijoittuu ensimmäiselle sijalle suhteessa muihin Pohjoismaihin. Tavoitteena on pitää tämä sijoitus. On huomioitava, että alueellisesti vaihtelu on suurta. Lähde: Visit Finland.

## Liite 4. Matkailustrategian 2019–2028 ympäristövaikutusten arviointiselostus (SOVA)

Matkailustrategian teemana on ”Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun”. Tähtäimessä ovat siis yhteistyön lisääminen sekä matkailun kasvu ja uudistuminen kestävästi. Matkailu perustuu liikkumiseen, mistä aiheutuvat sen keskeisimmät ympäristövaikutukset. Maailman matkailujärjestö UNWTO on arvioinut, että kokonaisuudessaan matkailusta aiheutuu noin 5 prosenttia globaaleista hiilidioksidipäästöistä. Päästöt syntyvät pääasiasta liikkumisesta (75 %) ja majoituksesta (20 %).<sup>8</sup> Liikkumisen ympäristövaikutuksia voidaan kuitenkin minimoida monin eri tavoin, kuten kehittämällä matkaketjuja, hyödyntämällä uusia teknologioita ja biopolttoaineita sekä panostamalla yhteisliikkumisen muotoihin. Matkailukohteissa voidaan huomioida ympäristö mm. käyttämällä mahdollisuuksien mukaan lähellä tuotettua ruokaa ja raaka-aineita sekä uusiutuvaa energiaa, minimoimalla hävikkiä, hyödyntämällä kiertotaloutta sekä pyrkimällä säästöihin mm. energian- ja vedenkulutuksessa.

Matkailustrategiaa koskee SOVA-lain (Laki viranomaisten suunnitelmien ja ohjelmien ympäristövaikutusten arvioinnista, 200/2005) kolmannen pykälän mukainen yleinen velvollisuus selvittää ympäristövaikutukset. Suunnitelmasta tai ohjelmasta vastaavan viranomaisen on huolehdittava siitä, että suunnitelman tai ohjelman ympäristövaikutukset selvitetään ja arvioidaan riittävässä määrin valmistelun kuluessa, jos suunnitelman tai ohjelman toteuttamisella saattaa olla merkittäviä ympäristövaikutuksia.

Tässä ympäristövaikutusten arvioinnissa ympäristövaikutus ymmärretään laajasti, kuten SOVA-lain toisessa pykälässä on määritelty. Ympäristövaikutuksella tarkoitetaan tässä matkailustrategian välitöntä ja välillistä vaikutusta 1) ihmisten terveyteen, elinoloihin ja viihtyvyyteen; 2) maaperään, vesiin, ilmaan, ilmastoon, kasvilisuuteen, eliöihin ja luonnon monimuotoisuuteen; 3) yhdyskuntarakenteeseen,

---

8 UNWTO, 2017.



rakennettuun ympäristöön, maisemaan, kaupunkikuvaan ja kulttuuriperintöön; 4) luonnonvarojen hyödyntämiseen sekä 5) 1–4 kohdissa mainittujen tekijöiden keskinäisiin vuorovaikutussuhteisiin.

Matkailustrategian päivityksessä ympäristönäkökohdat osana kestävästä kehitystä otettiin huomioon koko prosessin ajan läpäisevänä periaatteena. Arviointiselostus strategian ympäristövaikutuksista laadittiin valmistelun loppuvaiheessa strategiaan määriteltyjen toimenpidekokonaisuuksien pohjalta. Matkailustrategiaa toteutettaessa ympäristönäkökohtien jatkuva huomioon ottaminen osana kestävästä kasvun edistämistä on keskeistä.

Matkailustrategian teemat ja toimenpiteet on jäsennetty neljään kokonaisuuteen, joita ovat:

- 1. Kestävyydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti**
- 2. Matkailualan digitalisointi**
- 3. Matkailun kasvua tukeva saavutettavuus**
- 4. Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen**

Toimenpiteiden ympäristövaikutukset arvioitiin neljän kokonaisuuden kautta. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että toimenpiteet vaikuttavat toteutuessaan myönteisesti ihmisten elinoloihin ja viihtyvyyteen. Useat toimenpiteet lisäävät toteutuessaan ihmisten mahdollisuuksia elää ja toimia kestävästi. Monet toimenpiteistä keskittyvät toimintatapojen, yhteistyön ja rakenteiden kehittämiseen, tiedon lisäämiseen ja hyödyntämiseen sekä kokemusten vaihtoon, jolloin ne eivät aiheuta suoria ympäristövaikutuksia, mutta edistävät välillisesti ihmisten elinoloja ja hyvinvointia, kestävästä toimimista luonnossa ja kulttuuriympäristössä sekä inhimillisen ja sosiaalisen pääoman kasvua.

### **1. Kestävyydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti**

Kestävyydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti -luvussa käsiteltäviä asiakokonaisuuksia ovat 1) matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja sekä 2) kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi. Vastuullisuuden ulottuvuuksiksi tunnistetaan kulttuurinen, sosiaalinen, ympäristöllinen ja taloudellinen vastuullisuus. Vastuullisuus nähdään sekä matkailualan että matkailijoiden yhteiseksi asiaksi.

Luvun toimenpiteet parantavat sekä suoraan että välillisesti ihmisten viihtyvyyttä, tietoisuutta ympäristöasioista ja valmiuksia ympäristövastuulliseen toimintaan. Lisäksi toimenpiteet lisäävät luonnon- ja kulttuuriympäristöjen sekä -perinnön ja paikallisten yhteisöjen huomioonottamista toiminnassa. Sustainable Travel Finland -merkin jalkauttamiseen tähtäävä toimenpide levittää vastuullista toimintatapaa laajasti matkailualalle. Toimenpiteillä tähdätään myös teemamatkailun kehittämiseen, millä on myönteisiä vaikutuksia sesonkien tasaamiseen, kokoaikaisten ympärivuotisten työpaikkojen syntyyn ja paikallistalouksien elinvoimaan. Tämä puolestaan vaikuttaa myönteisesti matkailun kestävyysolosuhteisiin. Kansallispuistoja ja muita luontokohteita hyödyntävässä toiminnassa on huolehdittava siitä, että alueen luontoarvot säilyvät matkailupoliittisia toimenpiteitä toteutettaessa. Jotta luonnonsuojelualueverkostoon kohdistuva matkailu voisi lisääntyä merkittävästi ilman, että se uhkaa alueiden kestävyttä, tulee luonnonsuojelualueverkoston hoidon ja ylläpidon rahoituksen sekä hoidon, käytön suunnittelun ja alueiden kestävyden seurannan olla riittävällä tasolla.

## **2. Matkailualan digitalisointi**

Matkailualan digitalisointia käsittelevässä luvussa keskeisiä asioita ovat 1) matkailutuotteiden ja palveluiden digitalisointi ja digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen sekä 2) matkailualan digiosaamisen kehittäminen. Luvun toimenpiteet kytkeytyvät vahvasti teknologian hyödyntämiseen, toimintatapojen muutokseen sekä yhteistyön ja osaamisen lisäämiseen. Ne vaikuttavat monin tavoin myönteisesti inhimilliseen ja sosiaaliseen pääomaan.

Lähtökohtaisesti sähköiset palvelut vähentävät liikkumisen tarvetta sekä liikenteen päästöjä, kun asioita voi hoitaa sähköisesti verkossa. Elämysten tuottaminen tekoälyä ja virtuaalista todellisuutta hyödyntämällä mahdollistaa elämysten saamisen ilman tarvetta liikkua paikasta toiseen. Toisaalta matkailutuotteiden ja -palveluiden helpompi saatavuus ja ostettavuus verkossa sekä markkinointitoimenpiteet tähtäävät matkailun kasvuun, mikä lisää matkailusta aiheutuvia ympäristövaikutuksia.

## **3. Matkailun kasvua tukeva saavutettavuus**

Matkailun kasvua tukeva saavutettavuus -luvussa käsiteltäviä asioita ovat 1) saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen sekä 2) liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen. Matkustaminen tuottaa vääjäämättä päästöjä,

mutta matkailijoiden mahdollisuudet päästökompensatioihin ovat lisääntyneet. Asukkaiden, yrittäjien ja matkailijoiden liikkumismahdollisuuksien kehittäminen vaikuttaa myönteisesti ihmisten elinoloihin. Sujuvien matkaketjujen kehittäminen mahdollistaa julkisen liikenteen aiempaa laajemman hyödyntämisen yksityisautoilun rinnalla.

Teiden hoito ja kunnostus vaikuttavat myönteisesti liikenneturvallisuuteen ja matka-aikoihin, ja siten myös ihmisten elinoloihin ja terveyteen. Tietoliikenneyhteyksien kehittäminen mahdollistaa asioiden hoitamista sähköisesti, mikä vähentää liikkumisen tarvetta. Valtakunnallisen liikennejärjestelmäsuunnitelman valmistelussa huomioidaan eri liikkumismuodot ja myös matkailun tarpeet, mikä vahvistaa kokonaisvaltaista suunnitelmallisuutta liikkumisen järjestämisessä. Matkailureitistöjen ja niitä tukevan infrastruktuurin toimivuus parantaa turvallisuutta, mikä vaikuttaa myönteisesti ihmisten terveyteen ja viihtyvyyteen.

#### **4. Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen**

Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen -luvussa käsitellään 1) matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistamista, 2) tiedolla johtamiseen panostamista, 3) matkailun kasvua tukevaa lainsäädäntöä, maankäyttöä sekä toimintakulttuuria ja 4) osaavan työvoiman saatavuuden varmistamista. Lukuun liittyvät toimenpiteet mm. lisäävät yhteistyötä, tiedon tuottamista ja sen hyödyntämistä.

Ihmisten keskinäinen verkostoituminen ja yhdessä tekeminen lisäävät sosiaalista pääomaa ja vaikuttavat välillisesti elinoloihin ja viihtyvyyteen. Tiedon tuottaminen ja sen hyödyntäminen mahdollistavat aiempaa paremmin matkailun vaikutusten mittaamista ja huomioimisen kehittämistyössä. Alueidenkäyttöön ja kaavoitukseen liittyvällä toimenpiteellä edistetään maankäytön kehittämistä siten, että matkailuelinkeinon tarpeet tulevat huomioituksi. Sen kautta luodaan edellytyksiä elinkeinon kehittymiselle ja työpaikkojen syntymiselle, mitkä vaikuttavat myönteisesti ihmisten toimeentuloon ja hyvinvointiin. Kaavoituksella voidaan varmistaa myös elinkeinon yhteensovittaminen sekä luonto- ja kulttuuriarvojen huomioonottaminen ja säilyminen. Osaavan työvoiman saatavuuteen tähtäävillä toimilla edistetään ihmisten toimeentuloa ja hyvinvointia. Osaamisen kehittämisen toimenpiteellä lisätään inhimillistä pääomaa.

# Liite 5. Matkailustrategian 2019–2028 työllisyys- ja sukupuolivaikutusten arviointiselostus

Matkailulla on Suomessa merkittävä vaikutus kansantalouteen ja työllisyyteen. Vuonna 2017 matkailun suora bruttokansantuoteosuus oli 2,6 prosenttia ja ala työllisti yli 140 000 henkilöä. Lisäksi vuokratyövoiman käyttö on yleistä; hotelli- ja ravintola-alalla tehtiin vuokratyötä arviolta 6000 henkilötyövuotta. Matkailu työllistää paljon nuoria, joiden osuus työntekijöistä on 30 prosenttia. Matkailun merkitystä kasvattaa alan paikkasidonnaisuus; matkailutoimialojen työpaikkoja ja paikallisesti tehtyä kehittämistyötä ei voida pääosiltaan siirtää muihin maihin eikä muille paikkakunnille. Matkailualan työllisyysmahdollisuudet tukevat alueiden elinvoimaa. Matkailun merkitys korostuu paikallisesti erityisesti maaseutu- ja saaristoalueilla sijaitsevien matkailukeskusten yhteydessä. Matkailu voi tarjota supistuvien alojen (esim. julkiset ja yksityiset palvelut; pankit, kauppa, hallinto) tilalle työ- ja yrittäjyysmahdollisuuksia. Matkailu tulee pysymään työvoimavaltaisena myös teknologian käytön ja palveluiden saavutettavuuden lisääntyessä.

Haasteet osaavan työvoiman löytämisessä ovat nousseet yhä useamman matkailuyrityksen kasvun esteeksi. Rekrytointiongelmien taustalla vaikuttavat mm. työnhaikijoiden osaamisvajeet, avointen työpaikkojen löytämisen vaikeus, kannustinloukuongelmat, toimialan heikko kannattavuus, epäsäännöllinen ja sesonkiluonteinen työ ja asumiseen liittyvät ongelmat. On keskeistä vahvistaa ja monipuolistaa koulutusta, kehittää tutkimustietoon pohjaten työmarkkinoiden dynamiikkaa, ammatillista ja alueellista liikkuvuutta ja osaavan matkailutyövoiman riittävää saantia oikeaan aikaan oikeassa paikassa. Keskeistä on huomioida myös laajemmin työntekijöiden ja heidän perheidensä hyvinvointi ja palvelut.

Suomessa vallitsevaa jakautumista miesten ja naisten aloihin on tärkeää purkaa yksilön näkökulman lisäksi myös siksi, että perinteiset sukupuolen mukaiset ammatinvalinnat eivät usein vastaa alueiden työvoiman tarvetta. Vuonna 2016 palvelualojen opiskelijoista 56 prosenttia oli naisia ja 44 prosenttia miehiä. Palveluala mielletäänkin nk. tasa-alaksi, jolla nais- ja miesopiskelijoiden määrä jakautuu voimakkaasti segregoituneita aloja tasaisemmin. Palvelualojen eri opintoaloja tarkasteltaessa

kuitenkin huomataan, että matkailualan opinnoissa naisia on 80 prosenttia prosenttia ja hotelli- ja ravintola-alan opinnoissa naisten osuus on 67 prosenttia.<sup>9</sup> Matkailuala mielletäänkin usein etenkin naisia ja nuoria työllistäväksi alaksi, erityisesti majoitus- ja ravitsemisalalan tehtävissä. Tilastokeskuksen Työvoimatutkimuksesta käy ilmi, että majoitus- ja ravitsemistoiminnan parissa työskentelevistä naisten osuus on miehiä huomattavasti suurempi. Vuosina 2016-2018 toimialalla on työskennellyt noin puolet enemmän naisia kuin miehiä. Sukupuolten moninaisuuden näkökulmasta on otettava huomioon, että tilastot huomioivat sukupuolen moninaisuuden vain rajallisesti, mistä johtuen saatavilla oleva tilastotieto rajoittuu naisten ja miesten välisen jakauman tarkasteluun.

### Työlliset ja palkansaajat sekä työllisten ja palkansaajien tehdyt työtunnit, 15–74 -vuotiaat muuttujina Toimiala 2008, Tiedot, Sukupuoli ja Vuosi.

Lähde: Tilastokeskus, Työvoimatutkimus 2018

Majoitus- ja ravitsemistoiminta (55-56)	2016	2017	2018
Työlliset, 1000 henkilöä			
Yhteensä	85	85	86
Miehet	27	26	28
Naiset	58	59	58

Tässä arvioinnissa työllisyys- ja sukupuolivaikutuksella tarkoitetaan matkailustrategian välitöntä ja välillistä vaikutusta 1) matkailualan työvoiman kysyntään; 2) matkailualan työvoiman tarjontaan; 3) työvoiman kysyntään ja tarjontaan muilla aloilla 4) sukupuolten tasa-arvon toteutumiseen sekä 5) 1–4 kohdissa mainittujen tekijöiden keskinäisiin vuorovaikutussuhteisiin. Koska sukupuolivaikutusten arviointiin ei ole yhtä vakiintunutta mallia, on matkailustrategian sukupuolivaikutusten arviointi toteutettu työllisyyden kautta tarkasteltuna. Valinta tukee työ- ja elinkeinoministeriön tehtäviä. On kuitenkin mahdollista, että sukupuoli saattaa kytkeytyä muihinkin vaikutuksiin tai esiintyä itsekseen. Mallin vakiintumattomuudesta johtuen matkailustrategian työllisyys- ja sukupuolivaikutusten arvioinnissa on määritelty myös sukupuoli perinteistä syntymässä määriteltyä sukupuolta (esim. nainen) laajemmin, joskin esimerkiksi Tilastokeskuksen Työvoimatutkimuksen tilastot kootaan juridisen

9 Keski-Petäjä & Witting, 2018: Alle viidennes opiskelijoista opinnoissa joissa tasaisesti naisia ja miehiä – koulutusalojen eriytyminen jatkuu.

sukupuolen perusteella. Tässä arvioinnissa sukupuolten moninaisuus huomioidaan viitaten sukupuoli-identiteettiin, eli henkilön omaan kokemukseen sukupuolestaan sekä tavastaan ilmaista sukupuoltaan.<sup>10</sup>

Matkailustrategian päivitykseen sisällytetään työllisyys- ja sukupuolivaikutusten arviointi, sillä matkailutyöllisyys liittyy alan kilpailukykyyn ja vetovoimaisuuteen sekä ihmisten sukupuolesta riippumattomiin tasa-arvoisiin mahdollisuuksiin edistää hyvinvointiaan osaamisen kehittämisen, työn, yritystoiminnan ja yhteisöihin kuulumisen kautta. Arviointi laadittiin valmistelun loppuvaiheessa strategiaan määriteltyjen toimenpidekokonaisuuksien pohjalta. Matkailustrategiaa ja sen toimenpiteitä toteutettaessa työllisyys- ja sukupuolivaikutusten huomioon ottaminen on keskeistä esimerkiksi tiettyjen kohderyhmien (mm. seksuaalivähemmistöt) kohdalla. Sukupuolten tasapuolinen osallistuminen päätöksentekoon ja kehittämistyöhön ovat asioita, joihin tulee kiinnittää huomiota tasa-arvon toteutumiseksi.

Matkailustrategian teemat ja toimenpiteet on jäsennetty neljään kokonaisuuteen, joita ovat:

- 1. Kestävyydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti**
- 2. Matkailualan digitalisointi**
- 3. Matkailun kasvua tukeva saavutettavuus**
- 4. Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen**

Toimenpiteiden työllisyys- ja sukupuolivaikutukset arvioitiin neljän kokonaisuuden kautta. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että useat toimenpiteet vaikuttavat toteutessaan myönteisesti alan työllisyyteen ja yritysten kilpailukykyyn. Toimenpiteet vaikuttavat suoraan matkailutyöllisyyteen, työvoiman kysyntään ja tarjontaan. Monet toimenpiteistä keskittyvät toimintatapojen, yhteistyön ja rakenteiden kehittämiseen, tiedon lisäämiseen ja hyödyntämiseen sekä kokemusten vaihtoon, ja näin edistävät matkailualan työvoiman saatavuutta sukupuolesta riippumatta välillisesti.

## **1. Kestävyydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti**

Luvussa käsiteltäviä asiakokonaisuuksia ovat 1) matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja sekä 2) kehitetään

---

<sup>10</sup> Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2019.

matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi. Vastuullisuuden ulottuvuuksiksi tunnistetaan kulttuurinen, sosiaalinen, ympäristöllinen ja taloudellinen vastuullisuus. Vastuullisuus nähdään sekä matkailualan että matkailijoiden yhteiseksi asiaksi.

Luvun toimenpiteet, kuten matkailualan vastuullisen edistämiseksi toteutettavat investoinnit ja vastuullisesta toiminnasta viestiminen lisäävät osaltaan sekä suoraan että välillisesti matkailukysyntää ja siten toimialan työllistävyyttä. Toimenpiteillä tähdätään myös teemamatkailun kehittämiseen, millä on myönteisiä vaikutuksia sesonkien tasaamiseen, ja siten kokoaikaisten ympärivuotisten työpaikkojen syntymiseen. Luvun toimenpiteet hyödyttävät työllistävyyden näkökulmasta kaikkia sukupuolia.

## **2. Matkailualan digitalisointi**

Matkailualan digitalisointi -luvussa käsitellään digitalisaation vaikutuksia matkailuyritysten liiketoimintaan, matkailupalveluiden ja -tuotteiden digitalisointia, digitaalisen matkailumarkkinoinnin terävöittämistä sekä matkailualan digiosaamisen kehittämistä. Digitalisaatio tarjoaa matkailuyrityksille mahdollisuuksia kehittää liiketoimintaansa ja näkyvyyttään kansainvälisillä markkinoilla, mutta muutos edellyttää yrityksiltä uudistumista ja osaamisen kehittämistä. Luvun toimenpiteet matkailupalveluiden digitalisoimiseksi ja alan digiosaamisen kehittämiseksi voivat näkyä työllisyystarpeina matkailuyrityksissä, joissa digitaalisen näkyvyyden tai tuotteiden ja palveluiden digitaalisen ostettavuuden osalta on vielä kehitettävää. Alan digitalisoinnilla työllisyysvaikutukset voivat lisäksi ulottua esimerkiksi ICT-alan yrityksiin. Matkailualan yritysten näkyvyys kansainvälisillä markkinoilla välittyy ulkomailta Suomeen kohdistuvana matkailukysyntänä, jolla puolestaan voi olla työllisyysvaikutuksia. Erilaisten alustojen ja sosiaalisen median kanavien hyödyntäminen osana yrityksen liiketoimintaa voi näkyä positiivisina työllisyysvaikutuksina etenkin nuorille, jotka ovat alustojen ja kanavien tottuneita käyttäjiä. Luvun toimenpiteet hyödyttävät työllistävyyden näkökulmasta kaikkia sukupuolia.

## **3. Matkailun kasvua tukeva saavutettavuus**

Matkailun kasvua tukeva saavutettavuus -luvussa käsiteltäviä asioita ovat 1) saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioon ottaen sekä 2) liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen. Liikkumismahdollisuuksien kehittäminen

vaikuttaa myönteisesti työvoiman saatavuuteen ja liikkuvuuteen, joskin vaikutus tyypillisesti arvioidaan pieneksi. Luvun toimenpiteillä on potentiaalisia työllisyysvaihtokuituksia mm. henkilöliikennesektorille sekä erilaisia liikkumispalveluita asiakkaille yhdisteleville uudenlaisille liikenneoperaattoreille. Toimivat tietoliikenneyhteydet mahdollistavat etätöiden tekemisen, joka helpottaa työn ja muun elämän yhteensovittamista, joskin sen yhteys työvoiman saatavuuteen on heikko. Luvun toimenpiteet hyödyttävät työllistävyyden näkökulmasta kaikkia sukupuolia, joskin miesten osuus esimerkiksi henkilöliikenteen kuljetustehtävissä on naisten osuutta suurempi.<sup>11</sup>

#### 4. Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen -luvussa käsiteltäviä asiakokonaisuuksia ovat 1) matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen, 2) tiedolla johtaminen, 3) matkailualan lainsäädäntö, maankäyttö ja toimintakulttuuri sekä 4) osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen. Luvun toimenpiteistä etenkin tiedolla johtamiseen panostaminen, uudet investoinnit ja osaavan työvoiman saatavuuden varmistamiseksi toteutettavat toimenpiteet voivat näkyä suorina ja välillisinä työllisyysvaikutuksina.

Alan imagon ja houkuttelevuuden parantaminen sekä matkailualan työnantajakuovan kehittäminen voivat lisätä työvoiman kiinnostusta ja tarjontaa alaa kohtaan. Paikkasidonnaisena toimialana matkailu vahvistaa tasapainoista aluerakennetta, joka näkyy myös työllisyysvaikutuksina. Matkailualan työpaikkoja ja paikallisesti tehtyä kehittämistyötä ei voida siirtää muille paikkakunnille tai muihin maihin. Matkailualan vahvistuminen voi kasvattaa kokonaistyöllisyyttä taantuvilla, korkean työttömyyden alueilla, sekä kaupungeissa ja kasvukeskuksissa. Huomioitavaa kuitenkin on, että työvoiman kysynnän kohdistuessa alueille joissa tarjonta on jo valmiiksi niukkaa, on työvoima mahdollisesti pois joltain toiselta alalta.

Ulkomaisen työvoiman rekrytointiprosessien kehittäminen ja yritysten kannustaminen kansainvälisten osaajien rekrytointiin edesauttavat ratkaisujen löytymistä matkailualan työvoimapulaan kotimaisen työvoiman rekrytointitoimenpiteiden ohella. Työvoiman kysynnän kohdistuminen äidinkielenään muuta kuin suomea tai ruotsia puhuviin voi vahvistaa keskimääräistä heikommassa työmarkkina-asemassa olevan

<sup>11</sup> Tilastokeskus, Työvoimatutkimus 2018.



ulkomaalaisväestön työllisyyttä, ja siten potentiaalisesti kokonaistyöllisyyttä. Alan kansainvälistyminen ns. sisältäpäin (kansainvälinen henkilökunta/työyhteisö) voi myös osaltaan lisätä matkailualan houkuttelevuutta ja työvoiman tarjontaa. Joustaviin ja monipuolisiin koulutusmahdollisuuksiin ja henkilöstön osaamisen kehittämiseen panostaminen lisännevät alan työvoiman tarjontaa. Lyhytkestoiset täsmä- tai muuntokoulutukset lisäävät työllistävyyttä ja voivat osaltaan esimerkiksi poistaa pitkäaikaistyöttömyyttä. Osaamisen ja koulutuksen edistämiseen sekä osaavan työvoiman saatavuuden parantamiseen tähtäävät toimenpiteet hyödyttävät kaikkia sukupuolia.

## LÄHTEET

- Keski-Petäjä, Miina; Witting Mika, 2018. Alle viidennes opiskelijoista opinnoissa joissa tasaisesti naisia ja miehiä – koulutusalojen eriytyminen jatkuu. Tilastokeskus, Tieto & Trendit, 29.11.2018.  
<http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2018/alle-viidennes-opiskelijoista-opinnoissa-joissa-tasaisesti-naisia-ja-miehia-koulutusalojen-eriytyminen-jatkuu/>
- Laki Innovaatiorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä (1146/2017) <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2017/20171146>
- Matkailun toimialaraportti, 2019. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2019:3.  
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-390-0>
- OECD Tourism Trends and Policies, 2018. <https://doi.org/10.1787/tour-2018-en>
- TEM, 2018. Koulujen kesälomien siirron vaikutukset matkailuelinkeinolle. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 13/2018. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-305-4>
- TEM, 2019. Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista, 2019. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2019:34. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-430-3>
- Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2019. <https://thl.fi/fi/web/sukupuolten-tasa-arvo/sukupuoli>
- Tilastokeskus, Suomalaisen matkailu 2018. <https://tilastokeskus.fi/til/smat/2018/index.html>
- Tilastokeskus, Työvoimatutkimus 2018. <https://www.tilastokeskus.fi/til/tyti/index.html>
- UNWTO World Tourism Organization, 2005. Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers.  
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408214>
- UNWTO World Tourism Organization, 2017. FAQ - Climate Change and Tourism.  
<http://sdt.unwto.org/content/faq-climate-change-and-tourism>
- Visit Finland, Kohderyhmätutkimus, 2017. <https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2017/2017-segmentation-cross-country-summary.pdf>
- Visit Finland, Matkailijatutkimus, 2018. <https://www.businessfinland.fi/contentassets/f3b843d2ffe-643669b359ae52317738d/visit-finland-matkailijatutkimus-2018.pdf>
- Visit Finland, Matkailutilinpito, 2019. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2016-2017.  
[https://www.businessfinland.fi/contentassets/4b07e15186484a69b62e991ed85a6c45/matkailutilinpito\\_2016-2017.pdf](https://www.businessfinland.fi/contentassets/4b07e15186484a69b62e991ed85a6c45/matkailutilinpito_2016-2017.pdf)



# Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun

## Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023

Matkailulla on Suomessa merkittävä vaikutus kansantalouteen ja työllisyyteen. Lisäksi matkailu on tasapainoista aluerakennetta vahvistava elinkeino. Kasvupotentiaalin hyödyntäminen edellyttää matkailualan toimijoiden poikkihallinnollista ja tavoitteellista yhteistyötä. ”Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” on Suomen valtakunnallinen matkailustrategia vuosille 2019–2028. Strategiassa korostetaan yhteistyön merkitystä Suomen matkailun kestäväen kasvun ja uudistumisen saavuttamisessa.

Matkailustrategia on päivitetty työ- ja elinkeinoministeriön koordinoimana. Ministeriö vastaa Suomen matkailupolitiikan painotuksista ja koordinoi kehittämistyötä yhdessä muiden ministeriöiden ja alan toimijoiden kanssa. Matkailustrategiaa toteutetaan usean toimijan yhteistyönä.

Matkailustrategian taustalla on Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025. Päivitys pohjautuu keskusteluihin eri sidosryhmien kanssa ja luonnoksen avoimella kommentointikierroksella saatuihin kommentteihin. Lisäksi huomioitiin matkailualan tuoret tutkimukset ja selvitykset. Poikkihallinnollisella matkailun asiantuntijaryhmällä, MiniMatkalla, oli keskeinen rooli päivityksen edistämisessä.

Verkojulkaisu  
ISSN 1797-3562  
ISBN 978-952-327-472-3

Sähköinen versio: [julkaisut.valtioneuvosto.fi](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi)  
Julkaisumyynti: [julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi](https://julkaisutilaukset.valtioneuvosto.fi)