

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja • Yritykset • 2022:51

Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun

Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2022:51

Yhdessä enemmän – kestäväää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun

Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023

Työ- ja elinkeinoministeriö

Työ- ja elinkeinoministeriö Helsinki 2022

Julkaisujen jakelu

Distribution av publikationer

**Valtioneuvoston
julkaisuarkisto Valto**

Publikations-
arkivet Valto

julkaisut.valtioneuvosto.fi

Julkaisumyynti

Beställningar av publikationer

**Valtioneuvoston
verkkokirjakauppa**

Statsrådets
nätbokhandel

vnjulkaisumyynti.fi

Työ- ja elinkeinoministeriö

This publication is copyrighted. You may download, display and print it for Your own personal use. Commercial use is prohibited.

ISBN pdf: 978-952-327-772-4

ISSN pdf: 1797-3562

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2022

Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2022:51		Teema	Yritykset
Julkaisija	Työ- ja elinkeinoministeriö		
Yhteisötekijä	Työ- ja elinkeinoministeriö		
Kieli	suomi	Sivumäärä	65

Tiivistelmä

Matkailu on Suomelle suuren potentiaalin omaava palveluala ja kasvava vientiala. Vuonna 2019 palveluiden vientituloista matkailuvienti muodosti yli 17 prosenttia, matkailun kokonaiskysyntä oli yli 16 miljardia euroa ja sen suora osuus BKT:sta 2,7 prosenttia. Matkailu työllisti yli 154 000 henkilöä. Lisäksi matkailulla on merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia. Koronarajoitukset ja Venäjän hyökkäys Ukrainaan heikensivät alan toimintaedellytyksiä merkittävästi.

”Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” on Suomen matkailustrategia vuosille 2022–2028. Visiona on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Matkailualan kestävä kasvun ja uudistumisen mahdollistamiseksi on tunnistettu neljä painopistettä: kestävä kehityksen mukaisen toiminnan vahvistaminen, digitaaliseen muutokseen vastaaminen, saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden sekä kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen. Yhteistyön merkitys on vahva, mikä näkyy strategian nimessäkin.

Matkailustrategia ja toimenpiteet on päivitetty keväällä 2022 vastaamaan muuttuneeseen toimintaympäristöön. Matkailufoorumilla oli keskeinen rooli päivityksen edistämisessä. Strategia toimii matkailualan toimijoiden yhteisenä ohjenuorana kehittämistyössä. Toimenpiteitä toteutetaan laajan toimijajoukon yhteistyönä.

Asiasanat matkailu, yritykset, elinkeinot, työllisyys, alueet, yhteistyö

ISBN PDF 978-952-327-772-4 **ISSN PDF** 1797-3562

Julkaisun osoite <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-772-4>

Tillsammans blir det mer – hållbar tillväxt och förnyelse inom turismen i Finland Finlands turismstrategi 2022–2028 och åtgärder 2022–2023

Arbets- och näringsministeriets publikationer 2022:51		Tema	Företag
Utgivare	Arbets- och näringsministeriet		
Utarbetad av	Arbets- och näringsministeriet		
Språk	finska	Sidantal	65

Referat

Turismen är för Finland en servicebransch med stor potential och en växande exportbransch. Av exportinkomsterna för tjänster för 2019 utgjorde turismexporten över 17 procent, den totala efterfrågan inom turismen var över 16 miljarder euro och dess direkta andel av BNP 2,7 procent. Turismen sysselsatte över 154 000 personer. Turismen har också betydande regionalekonomiska effekter. Covid-19-restriktionerna och Rysslands invasion av Ukraina försämrade betydligt branschens verksamhetsförutsättningar.

”Tillsammans blir det mer – hållbar tillväxt och förnyelse inom turismen i Finland” är Finlands turismstrategi för 2022–2028. Visionen är att vara det turistmål i Norden som växer på det hållbaraste sättet. För att möjliggöra hållbar tillväxt och förnyelse inom turismen har man identifierat fyra prioriteringar: att stärka verksamheten i enlighet med principerna för hållbar utveckling, att svara på den digitala omvälvningen, att utveckla tillgängligheten med hänsyn till turismens behov och att säkerställa en verksamhetsmiljö som stöder konkurrenskraften. Samarbetets betydelse är stor, vilket också syns i namnet på strategin.

Turismstrategin och åtgärderna har uppdaterats våren 2022 för att svara på de krav som följer av den förändrade verksamhetsmiljön. Högnivåarbetsgruppen för turism hade en central roll i arbetet med uppdateringen. Strategin är ett gemensamt rättesnöre för aktörerna inom turismen i arbetet med att utveckla turismen. Åtgärderna genomförs i samarbete av en stor grupp av aktörer.

Nyckelord turism, företag, näringsgrenar, sysselsättning, regioner, samarbete

ISBN PDF 978-952-327-772-4 **ISSN PDF** 1797-3562

URN-adress <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-772-4>

Achieving more together – sustainable growth and renewal in Finnish tourism Finland’s tourism strategy for 2022–2028 and action plan for 2022–2023

Publications of the Ministry of Economic Affairs and Employment 2022:51	Subject	Enterprises
Publisher	Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland	
Group author	Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland	
Language	Pages	65

Abstract

Tourism is a service sector with great potential for Finland, and a growing export sector. In 2019, tourism exports accounted for more than 17% of the export income generated by services. The total demand for tourism was approximately EUR 16 billion, and its direct share of GDP was 2.7%. While tourism employed more than 154,000 people it has significant regional economic impacts. COVID-19 restrictions and Russia’s invasion of Ukraine significantly weakened the operating conditions of the sector.

“Achieving more together – sustainable growth and renewal in Finnish tourism” is Finland’s national tourism strategy for 2022–2028. It envisions Finland as the most sustainably growing tourist destination in the Nordic countries. 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 needs of the tourism sector, and ensuring an operating environment that supports competitiveness. Cooperation plays a major role, as the name of the strategy indicates.

The tourism strategy and measures were updated in spring 2022 in response to the changes in the operating environment. The High-Level Working Group on Tourism played a key role in promoting the update. The tourism strategy serves as a joint guideline for tourism operators in developing the tourism sector and measures will be taken in collaboration by a wide range of actors.

Keywords tourism, enterprises, means of livelihood, employment, regions, cooperation

ISBN PDF 978-952-327-772-4 **ISSN PDF** 1797-3562

URN address <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-772-4>

Sisältö

1	Johdanto	7
2	Neljä hyvää syytä panostaa matkailuun	9
2.1	Matkailu on suuren kasvupotentiaalin omaava palveluala, jolla on paljon kerrannaisvaikutuksia muille aloille	9
2.2	Matkailu on kasvava vientitoimiala	12
2.3	Matkailu on merkittävä työllistäjä	13
2.4	Matkailu on alueellisesti merkittävä elinkeino Suomessa	14
3	Matkailun tulevaisuuden näkymiä	16
4	Tavoitteet vuosille 2022–2028	22
4.1	Suomen matkailuala kasvaa merkittävästi vuoteen 2028	23
4.2	Suomen kohdemarkkinoista	27
4.3	Suomen valinnat vision toteutumiseksi ja määrällisten mittareiden tavoittamiseksi	28
5	Toimenpiteiden rahoitus ja toimijoiden roolit	30
5.1	Toimenpiteiden rahoitus	30
5.2	Toimijoiden roolit	31
6	Toteuman seuranta ja viestintä	35
7	Toimenpiteet vuosille 2022–2023	36
7.1	Matkailuliiketoiminnan kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti	36
7.1.1	Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja	37
7.1.2	Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi	38
7.2	Matkailualan digitaalinen kehittäminen	40
7.3	Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus	42
7.4	Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen	44
7.4.1	Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen	46
7.4.2	Suomen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen	47
7.4.3	Matkailualan tki-toiminnan vahvistaminen	48
7.4.4	Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen	49
	Liitteet	50
	Lähteet	63

1 Johdanto

”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” on Suomen valtakunnallinen matkailustrategia vuosille 2022–2028. Strategiassa asetetaan matkailun kehittämiseksi tavoitteet vuoteen 2028 sekä toimenpiteet vuosille 2022–2023. Toimenpiteitä tarkennettiin vuosien 2019–2021 toteuman seurannan sekä muuttuneen toimintaympäristön, ml. koronapandemia ja Venäjän hyökkäys Ukrainaan, johdosta kevään 2022 aikana. Päivityksessä matkailustrategian visio, missio, määrälliset tavoitteet ja strategian keskeiset teemat säilytettiin pääosin ennallaan. Päivitystyö keskittyi tulevaisuuden näkömien ja toimenpiteiden saattamiseen uutta tilannetta vastaavaksi.

Matkailustrategian tehtävänä on toimia matkailun kehittämistyön yhteisenä ohjenuorana. Matkailustrategiaan on kirjattu, mitä toimenpiteitä matkailun kestävä kasvun ja uudistumisen edistämiseksi tulisi seuraavien vuosien aikana tehdä. Läpileikkaavana teemana strategiassa on yhteistyö, joka on edellytys matkailun kestävä kasvun ja uudistumisen saavuttamisessa. Matkailustrategia tukee pääministeri Sanna Marinin hallituksen ohjelmaa.

Toimenpiteitä toteutetaan laajan toimijajoukon yhteistyönä, minkä johdosta toimenpiteiden kirjo on laaja. Matkailustrategiassa ei esitetä toimenpiteitä eri alueille tai alueille, vaan kehitetään matkailua alueet yhdessä huomioiden. Matkailustrategiaa toteutetaan valtiontalouden kehyspäästösten 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 on laadittu työ- ja elinkeinoministeriön koordinoimana. Ministeriö vastaa Suomen matkailupolitiikan painotuksista ja koordinoi kehittämistyötä yhdessä muiden ministeriöiden ja alan toimijoiden kanssa. Suomen matkailupolitiikka ja siten myös matkailustrategia kohdentuu Suomen elinkeinoelämän ja työllisyyden edistämiseen matkailun avulla. Työ- ja elinkeinoministeriö vastaa Suomeen suuntautuvan matkailun ja kotimaanmatkailun kehittämisestä. Lisäksi ministeriö edistää suomalaisten ulkomaanmatkailun mahdollistavien matkailuyritysten toimintaympäristön sujuvuutta osana suomalaisen yritystoiminnan kehittämistä. Kaikki kolme matkailun ulottuvuutta on huomioitu matkailustrategiassa, joskin Suomeen suuntautuvan matkailun edistäminen on priorisoitu. Matkailuviennin kasvupotentiaali on kotimaisen matkailukysynnän kasvupotentiaalia

suurempi. Lisäksi palveluviennin kehityksessä ja matkailuyritysten kansainvälistymisessä tarvitaan nykyisessä tilanteessa julkista tukea aiempaa vahvemmin.

Osaan matkailustrategian toimenpiteistä on esitetty toimenpidekohtainen tavoite. Tavoitteen asettaminen tukee matkailustrategian toteutumisen seurantaa. Jos nyt pilotoitavasta mallista on hyviä kokemuksia seuraavassa toteuman seurannassa, voidaan mallia suosittelua jatkettavan ja laajennettavan jatkossa. Toimenpidekohtaisia tavoitteita ei kaikissa tapauksissa ole laadittu yksinomaan matkailustrategian toteutumista tai toimenpiteiden aikajännettä varten, minkä takia tavoitevuodet vaihtelevat.

2 Neljä hyvää syytä panostaa matkailuun

2.1 Matkailu on suuren kasvupotentiaalin omaava palveluala, jolla on paljon kerrannaisvaikutuksia muille aloille

Matkailulla on Suomessa merkittävä vaikutus kansantalouteen ja työllisyyteen. Matkailun suora bruttokansantuoteosuus oli 2,7 prosenttia vuonna 2019. Matkailun kokonaiskysyntä oli yli 16 miljardia euroa vuonna 2019 (kuvio 1) ja matkailuyritysten liikevaihto lähes 21 miljardia euroa. Vuonna 2020 koronapandemia tiputti bruttokansantuoteosuuden 1,7 prosenttiin kokonaiskysynnän jäädessä 9,7 miljardiin. Matkailuyritysten liikevaihto laski reiluun 13 miljardiin vuonna 2020. Vuoden 2021 kehitysarvioiden mukaan kokonaiskysyntä elpyi 11,2 miljardiin euroon kotimaanmatkailun kasvun ansiosta.

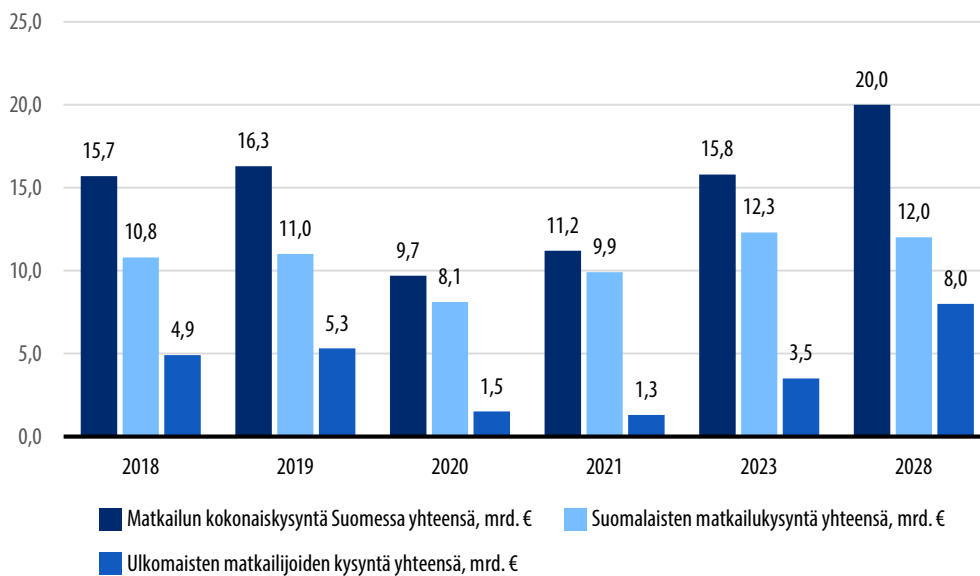
Matkailun kasvupotentiaali on suuri; matkailu kasvoi ennen koronaa 5 prosentin vuosivauhtia maailmanlaajuisesti. Vuonna 2020 matkailu väheni globaalisti 73 prosentilla historiallisen alhaiselle tasolle. Vuonna 2021 kasvua tuli vain 4 prosenttia edellisvuodesta. Globaalisti matkailun odotetaan palautuvan pandemiaa edeltävälle tasolle aikaisintaan vuonna 2024. Matkailu aikaansaa moninaisia kerrannaisvaikutuksia muille elinkeinoille, kuten rakennusteollisuudelle, elintarviketeollisuudelle, tekstiiliteollisuudelle ja finanssi- palveluille. Yksi matkailueuro tuo arviolta 61 senttiä lisäarvoa muille toimialoille. Matkailun jalostusarvo on myös korkea.

Suomessa matkailutuloa voidaan kasvattaa tuottamalla korkeakatteisia lisäarvopalveluita kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille. Kasvua odotetaan syntyvän myös matkailun ja muiden alojen (esim. liikunta- ja hyvinvointipalvelut, elintarvikeala ja ICT) rajapinnassa tapahtuvan innovaatiotoiminnan tuloksena. Venäjän hyökkäyksen Ukrainaan odotetaan hidastavan matkailun palautumista pandemian vaikutuksista ainakin Venäjän ja Aasian osalta. Pidemmällä aikajaksolla suomalaisella matkailuliiketoiminnalla on hyvät kasvumahdollisuudet erityisesti kansainvälisessä matkailussa. Vuosina 2018–2019 matkailuvienti kasvoi 7 prosentin vuosivauhtia. Huippuvuonna 2019 matkailuvienti kattoi kolmanneksen (33 %) matkailun kokonaiskysynnästä.

Kotimaisen kysynnän osuus matkailun kokonaiskysynnästä oli ennen koronaa noin 70 prosenttia sisältäen sekä suomalaisten kysynnän kotimaassa, että ulkomaanmatkailusta Suomeen jäävän osuuden. Koronapandemian johdosta vuonna 2021 kotimaisen kysynnän osuus nousi lähes 90 prosenttiin. Kotimaisesta matkailukysynnästä valtaosa on

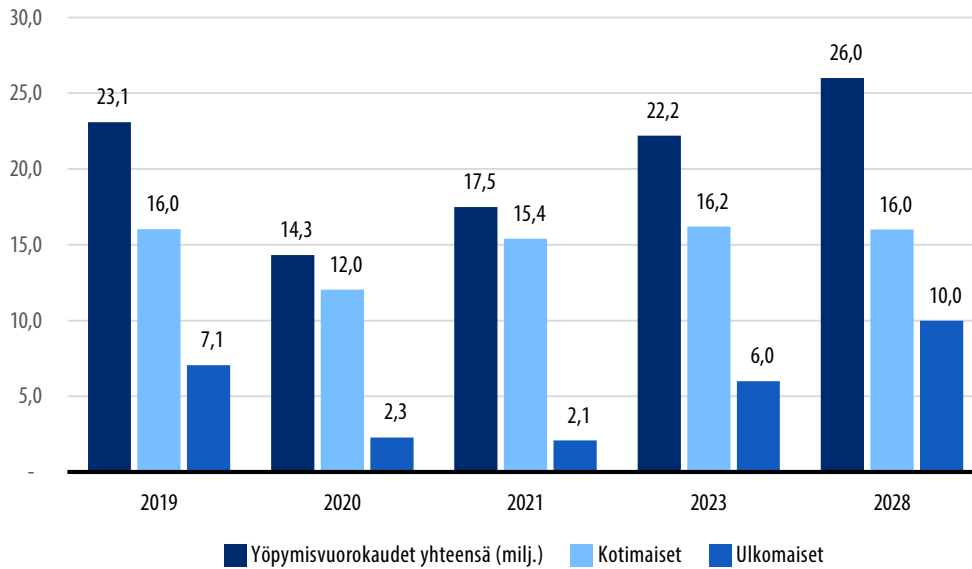
kotimaanmatkailusta aiheutuvaa. Vuonna 2019 kotimaanmatkailun osuus Suomen matkailun kokonaiskysynnästä oli 53 prosenttia ja arviolta 84 prosenttia vuonna 2021.

Kuvio 1. Matkailukysyntä Suomessa 2018–2021 ja tavoitteet vuosille 2023 ja 2028. Lähde: Visit Finland, Matkailutilinpito 2019–2020 ja matkailukysynnän arviot 2021.



Rekisteröityjen majoitusvuorokausien määrä Suomessa oli vuonna 2019 korkeimmillaan niin kotimaisten kuin ulkomaisten matkailijoiden osalta, ja koronapandemian alettua, maaliskuusta 2020 alkaen rekisteröityjen yöpymisten määrä romahti. Kotimainen heinäkuun kysyntäpiikki jäi tuolloin vielä alle pandemiaa edeltävän tason, mutta ylitti sen jo selkeästi vuonna 2021. Ulkomaiset yöpymiset alkoivat palautua vuoden 2021 toisella vuosipuoliskolla. Suomen majoitusliikkeissä kirjattiin vuonna 2019 kaikkiaan yli 23 miljoonaa yöpymisvuorokautta, joista noin 16 miljoonaa oli kotimaisten ja runsaat 7 miljoonaa ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä (kuvio 2). Vuonna 2021 kotimaisia yöpymisiä kirjattiin yli 15 miljoonaa ja ulkomaisia runsaat 2 miljoonaa. Kotimaisten yöpymisten määrä jäi koko vuoden osalta 4 prosenttia alle pandemiaa edeltäneen vuoden 2019 tason, ja ulkomaiset yöpymiset olivat 70 prosenttia alemmalla tasolla. Yöpymisten kokonaismäärä alitti pandemiaa edeltäneen tason 24 prosentilla.

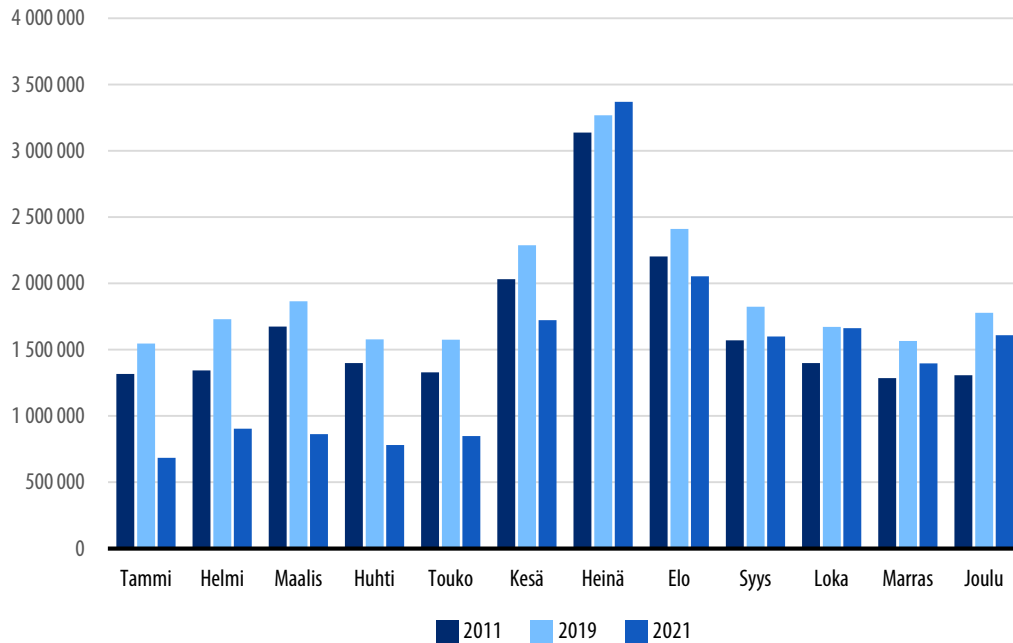
Kuvio 2. Rekisteröityjen majoitusvuorokausien kehitys vuosina 2019–2021 sekä tavoitteet vuosille 2023 ja 2028. Lähde: Tilastokeskus, majoitustilasto.



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 kehitetään myös muun muassa tilastointitapoja alustataloudessa toteutuvan lyhytaikaisen majoituksen tarjonnan ja kysynnän seuraamiseksi. Eurostat on tuottanut ensimmäiset tulokset kansainvälisillä alustoilla tehdyistä varauksista vuodelta 2019.

Pääosa kaikesta Suomessa tapahtuvasta matkailusta liittyy vapaa-ajan viettoon. Vapaa-ajan matkailu jakautuu alueellisesti tasaisemmin kaupunkeihin, maaseutu- ja saaristo-alueille. Matkailun vuosittainen rytmi jakautuu eri vuodenaikojen kesken, ja vastaavasti sesonkeja on useampi kuin yksi (kuvio 3). Työmatkustaminen keskittyy pääosin tärkeimpiin taloudellisiin keskuksiin sekä yliopisto- ja korkeakoulupaikkakunnille, mutta sillä on huomattavaa merkitystä ja potentiaalia myös suurten keskusten ulkopuolella. Etätyön lisääntyminen myös muuttaa osittain työmatkustamisen luonnetta: vapaa-ajan matkailun ja työmatkustamisen yhdistäminen onnistuu aiempaa helpommin, ja työskentelyn ohessa on mahdollista viipyä pidempiä aikoja syrjäisemmissäkin matkakohteissa.

Kuvio 3. Rekisteröityjen majoitusvuorokausien kuukausittainen vaihtelu Suomessa vuosina 2011, 2019 ja 2021. Lähde: Tilastokeskus, majoitustilasto.



2.2 Matkailu on kasvava vientitoimiala

Matkailuviennin kasvu on selvästi muuta palveluvientiä nopeampaa: vuosina 2018–2019 vuotuinen kasvuvauhti oli keskimäärin 7 prosenttia. Vuonna 2019 matkailuviennin osuus Suomessa oli 17 prosenttia palveluiden vientituloista. Vuonna 2020 koronapandemia pudotti matkailuviennin osuuden 6 prosenttiin. Vuonna 2020 matkailun osuuden palvelujen viennistä arvioidaan olleen ainoastaan 5 prosenttia. 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, ja vii-pymä on pitkä. Maakuntatasolla tarkasteltuna ulkomaisen matkailukysynnän ja matkailu-työllisten osuuden välillä voidaan havaita selkeä korrelaatio.

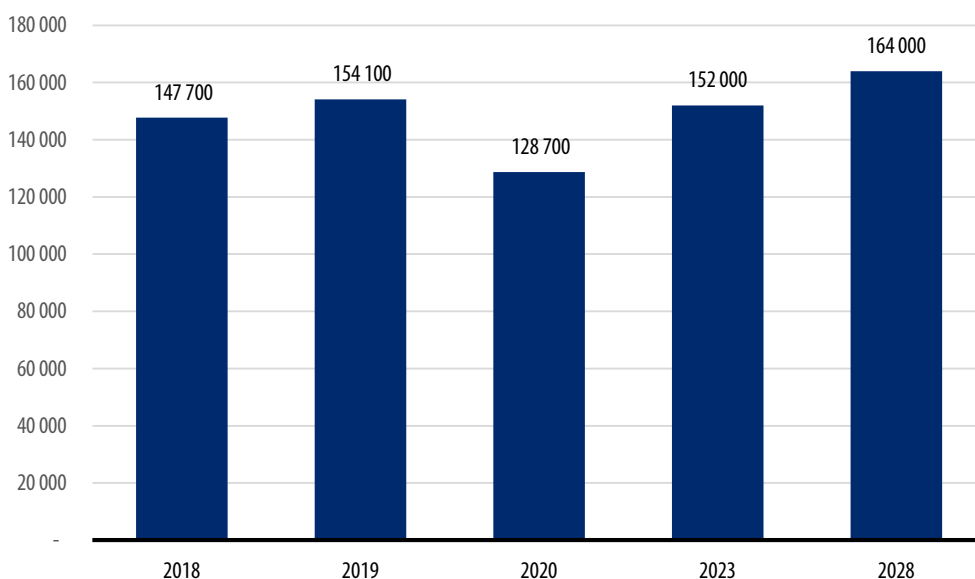
2.3 Matkailu on merkittävä työllistäjä

Matkailu työllisti vuonna 2019 yli 154 000 henkilöä (kuvio 4). Lisäksi vuokratyövoiman käyttö oli yleistä; hotelli- ja ravintola-alalla tehtiin vuokratyötä arviolta 10 000 henkilötyövuotta. Työllisten määrä väheni yli 25 000 henkilöllä (-16 %) 128 700 henkilöön vuonna 2020 pandemian aiheuttamien rajoitusten johdosta. Osaavan työvoiman saatavuus haastoi matkailutoimialaa jo ennen koronapandemiaa ja pandemian aikana haasteet työvoiman saatavuudessa kasvoivat entisestään.

Matkailu työllittää paljon naisia ja nuoria: valtaosa (70 %) alan työllisistä on naisia, lähes kolmannes (30 %) nuoria. Matkailutoimialan laajan klusterin (sis. majoitus-, ravitsemis-, ohjelmalvelu- ja matkanjärjestäjätoiminnan sekä vuokraus- ja henkilöliikennepalvelut) henkilötyövuosista lähes puolet (46 %) syntyi ravitsemistoiminnassa ja reilu kolmannes (34 %) henkilöliikenteessä ja sitä palvelevassa toiminnassa. Ohjelmalvelut ja matkanjärjestäjät muodostivat puolestaan 11 prosenttia, majoitustoiminta vajaa kymmenen prosenttia matkailutoimialojen henkilötyövuosista. Matkailun laajan klusterin työllisyys on kasvanut Suomessa 2010-luvun viimeisinä vuosina.

Matkailutoimialoilla yrityksiä oli vuonna 2019 runsaat 28 000, joista pääosa oli mikroyrityksiä. Vuonna 2020 matkailuyritysten lukumäärä väheni noin 400 yrityksellä, yritysten liikevaihto yli 7 miljardilla eurolla ja yritykset työllistivät lähes 20 000 henkilötyövuotta edellisvuotta vähemmän.

Kuvio 4. Matkailutoimialojen työllisyys 2018–2020 (osa- ja kokoaikaiset yhteensä, henkilöä) ja tavoitteet vuosille 2023 ja 2028. Lähde: Visit Finland, Matkailutilinpito 2019–2020.



2.4 Matkailu on alueellisesti merkittävä elinkeino Suomessa

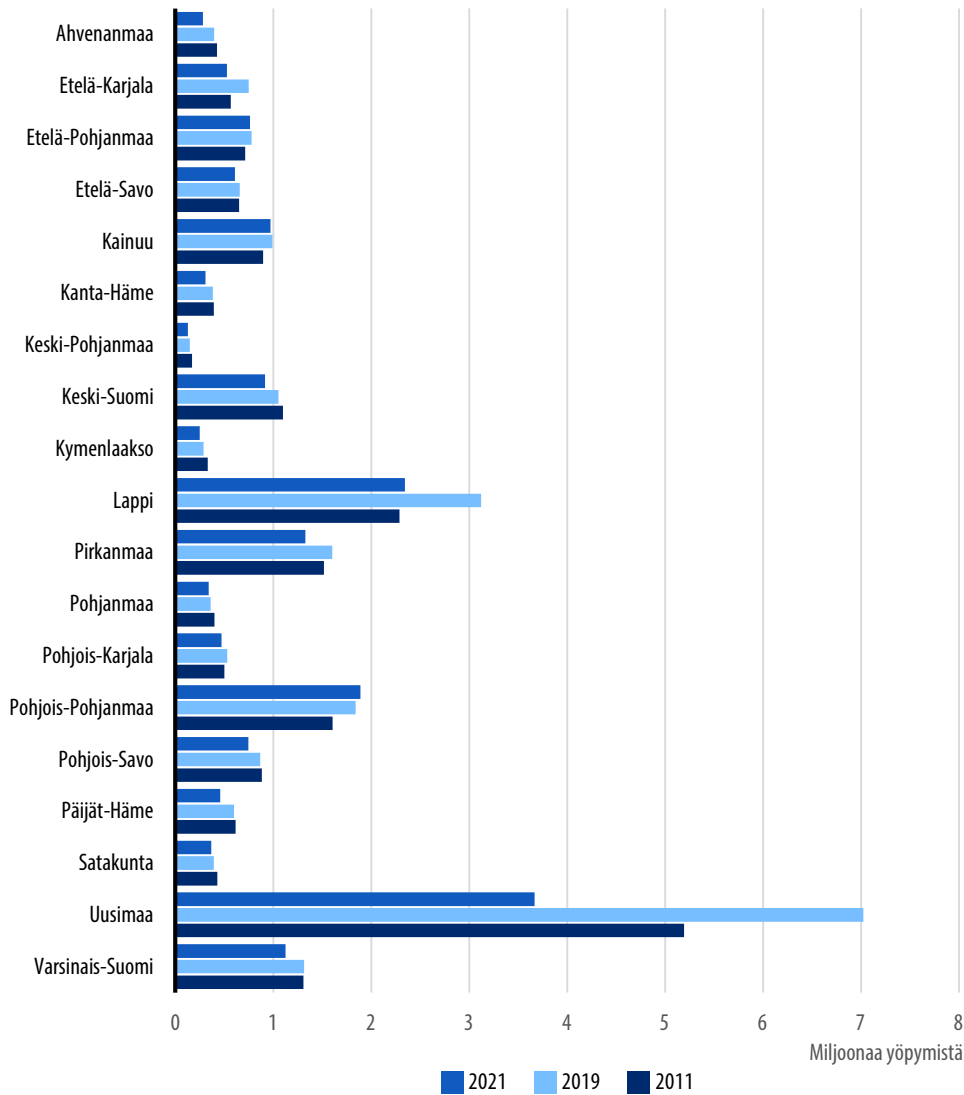
Matkailu vahvistaa tasapainoista aluerakennetta. Matkailun merkitystä kasvattaa alan paikkasidonnaisuus; matkailutoimialojen työpaikkoja ja paikallisesti tehtyä kehittämissuorituksia ei voida pääosiltaan siirtää muihin maihin eikä muille paikkakunnille. Matkailun merkitys korostuu paikallisesti erityisesti maaseutu- ja saaristoalueilla sijaitsevien matkailupalveluiden 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. Elinkeinosektori luo alueille maksulliset matkailupalvelut. Keskimäärin kansallispuistoissa kävijöiden rahankäyttö tuo lähialueelle noin 10 euroa jokaista puiston retkeilypalveluihin ja luontokeskuksiin sijoitettua euroa kohti. Matkailualueilla sijaitsevissa kansallispuistoissa hyötysuhde on vielä tätä korkeampi, keskimäärin 14 euroa.

Matkailun avulla luodaan monipuolisempia ja laadukkaampia palveluita paikallisille asukkaalle, mutta myös perusinfrastruktuuria, jonka pohjalle voidaan kehittää muuta elinkeinotoimintaa. Kulttuuria sekä kulttuuriperinnön ja -ympäristön säilymistä ja kehittymistä tukeva matkailu vahvistaa alueiden omaa kulttuuri-identiteettiä.

Kestävällä matkailulla on aluekehittämistä tukeva vaikutus. Tavoitteena on matkailun alue-taloudellisen vaikutuksen lisäksi yöpymisvuorokausien kasvun jakautuminen paitsi ympärivuotisesti myös tasaisemmin alueiden välillä (kuvio 5). Ulkomaisen matkailun osalta Visit Finlandin suuralueyhteistyömalli edistää tavoitetta. Suomi on jaettu neljään suuralueeseen matkailullisen Suomi-brändin kehittämiseksi. Suuralueita ovat pääkaupunkiseutu, Lappi, Järvi-Suomi sekä rannikko ja saaristo. Jako suuralueisiin luo perustan vahvalle matkailupalveluiden ja -tuotteiden tarjonnalle sekä vetovoimaisten alabrändien rakentumiselle. Yhteistyön tavoitteista, resursseista ja laajuudesta sovitaan suuralueiden kanssa.

Kuvio 5. Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet maakunnittain vuosina 2011, 2019 ja 2021. Lähde: Tilastokeskus, majoitustilasto.



Alueellisesti tarkasteltuna majoitustilastoista erottuvat erityisesti Uudenmaan ja Lapin maakunnat, joissa rekisteröityjen majoitusvuorokausien kasvu on ollut huomattavaa vuodesta 2011 vuoteen 2019. Toisaalta myös koronan vaikutus (vuoden 2019 ja 2021 välinen muutos) on ollut niissä määrällisesti suurinta, sillä merkittävä osa Uudenmaan ja Lapin yöpymisistä on tullut kansainvälisiltä markkinoilta. Luvuissa ei ole mukana esimerkiksi vuokramökkitalastointia, 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 ympäristöllisetkin tekijät vaikuttavat oleellisesti matkailun kehittämiseen ja kehittymiseen.

Viimeisimpinä muutoksina matkailualaa on vavisuttanut vuoden 2020 alkupuolella alkanut globaali koronapandemia, jonka vaikutukset näkyvät edelleen etenkin kansainvälisessä matkailussa, sekä helmikuussa 2022 alkanut Venäjän hyökkäys Ukrainaan. Vuoden 2021 loppupuoliskolla kotimaisen kysynnän ohella myös ulkomailta Suomeen suuntautuva matkailu alkoi palautua vuoden 2019 tasolle, mutta syttynyt sota synnytti uusia epävarmuustekijöitä. Odotukset Suomen matkailun tulevaisuudelle ovat kuitenkin varovaisen positiiviset. Monipuolisen markkinavalikoiman ylläpidon, liiketoiminnan kehittämisen ja innovoinnin sekä tiedolla johtamisen keinoin voidaan vaikuttaa matkailuelinkeinon kykyyn vastata nopeasti muuttuviin tilanteisiin. Kasvaneet haasteet työvoiman saatavuudessa vaikeuttavat Suomen matkailun palautumista ja kasvua tulevaisuudessa.

Pitkällä aikavälillä ilmastonmuutoksella on merkittäviä vaikutuksia etenkin arktisen alueen luontoon, ja ilmastonäkökohdat saattavat vaikuttaa myös yksilöiden matkustusvalintoihin. Uudet, yksilölliset elämykset, aineeton luksus, omasta hyvinvoinnista huolehtiminen, kulttuurit ja autenttisuus sekä kaikkialla läsnä oleva digitaalinen yhteys ovat 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 kansainvälisillä digitaalisilla alustoilla on entistä tärkeämpää. Matkailun tulevaisuuden näkymiin vaikuttavat voimakkaasti muuttuvat globaalit kohderyhmät, matkailun kestävyyspanostaminen, mahdollistavien teknologioiden ja digitalisaation kehitys sekä liikkumisessa tapahtuvat muutokset.

Globaalisti muuttuvat matkailijakohderyhmät

Matkailijamäärät kasvavat tulevaisuudessa ja uudet matkailijaryhmät muuttavat matkailupalveluiden kysyntää. Ryhmämatkailun rinnalla yksittäismatkailijoiden (FIT) ja pienryhmien määrä kasvaa, mikä edellyttää huomiointia tuotekehityksessä ja markkinoinnin kohdentamisessa. Globaalilla tasolla tarkasteltuna ikääntyvä väestö on vaurasta ja keski-luokasta on tulossa suurin yhteiskuntaluokka. Kaupungistuminen lisääntyy ja ihmisten luontosuhde muuttuu. Z- (1990-luvun puolivälin jälkeen ja 2000-luvun alussa syntyneet) ja Y-sukupolvet (1980-luvun alun ja 1990-luvun puolivälin välillä syntyneet) eroavat matkustuttomuksiltaan ja -käyttäytymiseltään vanhemmista ikäluokista muun muassa 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.

Globaalin vaurauden lisääntyessä kysyntä luksustasoista matkailua kohtaan kasvaa. Samalla ylellisyyden merkitys muuttuu: aineellisen omaisuuden ja sosiaalisen aseman ohella sillä tarkoitetaan yhä useammin aineettomia kokemuksia, jotka ovat aitoja, eksklusiivisia ja räätälöityjä. Vierailijat etsivät matkoillaan merkityksellistä ja vaikuttavaa vuorovaikutusta paikallisten ihmisten ja luontoympäristön kanssa. Matkustaminen on myös tärkeä osa itsensä toteuttamista ja oppimista. Koronapandemian jälkeisessä maailmassa terveyttä ja hyvinvointia arvostetaan aiempaa enemmän.

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 vahvistaminen on alan tulevaisuuden ja yhteiskunnallisen hyväksyttävyyden kannalta avainasia. Yhä tiedostavammat ja vastuullisemmat kuluttajat haluavat vaalia sekä ympäristön että sosiaalista hyvinvointia matkustaessaan ja suosivat vastuullisesti toimivia yrityksiä. Matkailutoimijoiden tulee panostaa kestäväen ja vastuullisen matkailun kehittämiseen, joka sisältää ympäristönäkökulmien lisäksi laajasti sosiaaliset, kulttuuriset ja taloudelliset näkökulmat. Luonto on Suomen merkittävin matkailullinen vetovoimatekijä yhdessä kaupunki- ja kulttuurielämysten kanssa. Luonnontilainen, monimuotoinen luonto ja lumiset talvet käyvät yhä harvinaisemmiksi ja siten myös arvostetummiksi maapallolla. Kulttuurielämysten kehittämisen ja kuluttamisen keskiössä on aitouden

ja paikallisuuden vaaliminen. Vaatimus kestävän matkailun kehittämisestä korostaa vähähiilistä ja resurssitehokasta globaalia taloutta esimerkiksi ruoan tuotannon, veden käytön ja jätteiden minimoinnin suhteen. Se tuo painetta matkailun ja liikkumisen päästöjen vähentämiseen sekä paikallisten asukkaiden sosiaalisen ja kulttuurisen hyvinvoinnin huomioimiseen. Myös turvallisuus on osa kestävyyttä.

Huoli ilmaston lämpenemisestä vaikuttaa erityisesti päästöjen vähentämiseen. Maailman matkailujärjestö UNWTO on arvioinut, että vuonna 2005 kokonaisuudessaan matkailusta aiheutui noin 5 prosenttia globaaleista hiilidioksidipäästöistä. Päästöt syntyivät pääasiasta liikkumisesta (75 %) ja majoituksesta (20 %). Vuoteen 2030 mennessä matkailusta aiheutuvan liikkumisen hiilidioksidipäästöjen arvioidaan olevan 25 prosenttia korkeammat kuin vuonna 2016. Matkailusta aiheutuvan liikkumisen osuus ihmisen aiheuttamista globaaleista hiilidioksidipäästöistä olisi tällöin 5,3 prosenttia (vuonna 2016 5 %). Suomeen ja Suomessa matkustamisen kannalta saavutettavuus raide-, lento-, maa- ja vesiyhteyksien on ratkaisevan tärkeää, sillä Suomi sijaitsee Euroopan laidalla, ja välimatkat ovat pitkiä. Tulevaisuudessa kuluttajilla on nykyistä enemmän mahdollisuuksia tehdä kestäviä valintoja liikkumisen suhteen, kun ympäristöystävällisemmät energianlähteet tulevat laajemmin käyttöön. Myös reittien optimointi, suorien yhteyksien suosiminen sekä pidemmät viipymät matkakohteessa mahdollistavat vastuullisempien valintojen tekemisen.

Kasvihuonepäästöjen rajoittaminen, päästökauppa, uusiutuvien polttoaineiden käytön lisääntyminen ja lentopetrolin sekä muiden polttoaineiden hintojen nousu nostavat matkustamisen hintaa ja siten todennäköisesti laskevat kysyntää kauempana ja erityisesti lentomatkan päässä oleviin kohteisiin. Matkustaminen vaihtoehtoisilla kulkutavoilla saattaa lisääntyä. Yksittäistä liikkumismuotoa koskevien päästöjen vähentämisen rinnalla on keskeistä pyrkiä vaikuttamaan toimialan vähähiilisyyteen kokonaisuutena. Matkailun hiilijalanjäljen pienentämiseksi tarvitaan poliittisia päätöksiä ja kansainvälisiä sopimuksia toimialan omien päätösten vahvistamiseksi ja matkailijoiden kulutuskäyttäytymisen muutosten tukemiseksi.

Osaavan työvoiman heikko saatavuus rajoittaa matkailuelinkeinon palautumista ja kasvua niin Suomessa kuin Euroopankin tasolla. Osa matkailualalta pandemian myötä irtisanotusta tai lomautetusta työvoimasta on vaihtanut alaa eikä välttämättä enää palaa matkailun pariin. Myös uusien osaajien saaminen alalle on erityisen haastavaa tilanteessa, jossa tulevaisuuden näkymät ovat epävarmat. Palvelualoista rekrytoinnin vaikeudet koskettavat voimakkaimmin juuri matkailualaa: matkailuyrittäjistä yli 70 prosenttia kertoi kokevansa rekrytoinnin vaikeaksi. Ulkomaista työvoimaa käytetään matkailualalla muita palvelualoja useammin ja sen osuuden nähdään kasvavan entisestään lähivuosina. Työntekijöiden hyvinvoinnin merkitys kasvaa tulevaisuudessa. Kansainvälisillä työmarkkinoilla Suomen kilpailuetuna voidaan nähdä sosiaalinen vastuullisuus työntekijöistä esimerkiksi yleissitovien työehtosopimusten kautta.

Mahdollistavat teknologiat ja digitalisoituminen

Tulevaisuuden digitaalisten palveluiden kehittämisen ydin on asiakaskeskeisyys. Palvelujen tarkoitus on auttaa matkailijoita saavuttamaan haluamansa: ostamaan palveluita, hankkimaan tietoa tai kokemaan elämyksiä. Tulevaisuudessa digipalveluilta odotetaan yhä enemmän yksilöllisyyttä, räätälöitävyyttä, automaatiota ja älykkyyttä. 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. Koronapandemian vauhdittamana yleistynyt etätö on tullut jäädäkseen. Digitalisaatio mahdollistaa paikkariippumattoman työn tekemisen, minkä odotetaan näkyvän muun muassa työmatkustuksen vähenemisenä ja toisaalta yleistyvänä työ- ja vapaa-ajan matkailun yhdistämisenä sekä viiptymän pidentymisenä.

Esimerkiksi tekoäly ja virtuaalitodellisuus, robotiikka ja pelillistäminen luovat paljon uusia mahdollisuuksia matkailupalveluiden kehittämiseksi sekä matkailijoiden ymmärtämiseksi ja analysoimiseksi niistä saatavan datan avulla. 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. Kysyntä- ja tarjontatiedon digitaalinen keruu mahdollistaa matkailupalveluiden ja -organisaatioiden tietoon perustuvan johtamisen. Suurien tietomäärien käsittelyn ja tekoällyn rooli tiedon luomisessa ja analysoinnissa kasvaa jatkuvasti, ja tiedon hallinnan ja hyödyntämisen työkalut kehittyvät ja tehostuvat.

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 vajaakäytössä olevien hyödykkeiden (esim. asunto, kulku-neuvo), mutta myös työn ja palveluiden jakamiseen sähköisten alustojen kautta. Matkailussa jakamistaloutta harjoitetaan majoituksessa, kuljetuksessa, ruokailussa ja oheispalveluissa. Jakamistaloutta perustellaan usein mahdollisuutena ympäristöystävällisten 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 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 terminaalitoimintojen suhteen.

PESTEL-analyysi 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. Kuviossa 6 on analysoitu matkailuyritysten liiketoimintaan vaikuttavia toimintaympäristön ilmiöitä.

Kuvio 6. PESTEL-lähestymistapa matkailun toimintaympäristöön. Lähde: Mukailien Matkailun toimiala-raportti 2019.



4 Tavoitteet vuosille 2022–2028

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.

4.1 Suomen matkailuala kasvaa merkittävästi vuoteen 2028

Taulukko 1. Määrällinen toteuma 2018–2021 ja tavoitteet vuosille 2023 ja 2028.

	2018	2019	2020	2021	2023	2028
Matkailukysyntä (mrd €)	15,7	16,3	9,7*	11,2*	15,8	20
Matkailuvienti (mrd €)	4,9	5,3	1,5*	1,3*	3,5	8
Kotimainen matkailukysyntä (mrd €)	10,8	11	8,1*	9,9*	12,3	12
Matkailun suora arvonlisä BKT:sta (%)	2,7	2,7	1,7*	***	2	3
Matkailuklusterin yritysten liikevaihto (mrd €)	19,5	20,7	13,4	***	18	29
Matkailun aikaansaama työllisyys (osa- ja kokoaikaiset palkansaajat, hlöä) **	147 700	154 100	128 700*	***	152 000	164 000
Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	22,2	23,1	14,3	17,5*	22,2	26
Ulkomaiset rekisteröidyt yöpymisvrkt (milj.)	6,8	7,1	2,3	2,1*	6	10
Kotimaiset rekisteröidyt yöpymisvrkt (milj.)	15,4	16	12	15,4*	16,2	16
Suomen markkinaosuus (%) ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin	14,3	14,3	15,2	11,1	11	16
Majoitusmyynti (milj. €)	1 246	1 389	748	909	1 200	1 643
Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset kokonaistulovaikutukset (milj. €)	289,5	321,9	***	460,4	336	350
Metsähallituksen suojelualueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärä (milj.)	8	8,2	9,1	9,5	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

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. Kestävyyden huomiointi lisää alan kannattavuutta ja laadullista kasvua, alan positiivista vaikutusta yhteiskuntaan ja ohjaa minimoimaan matkailun negatiivisia vaikutuksia. Kestävällä matkailulla tarkoitetaan ympäristöasioiden lisäksi sosiokulttuurista vastuuta ja taloudellista vastuuta¹. 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 huomioimisen 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 huomioinnissa 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 kasvua.

Matkailun kestäväällä kasvulla ja uudistumisella on merkittävä rooli palveluliiketoiminnassa ja sitä kautta Suomen tulevaisuuden kilpailukyyn varmistamisessa. Vision toteutumiseksi Suomen matkailun kehittämistavoitteiksi on asetettu kestävä 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 vaikutusta Suomen yhteiskuntaan. Muut määrälliset mittarit tukevat kysynnän ja työllisyyden

¹ Sosiokulttuurisella vastuulla tarkoitetaan 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. Taloudellisella vastuulla tarkoitetaan mm. paikallisten palveluiden hankkimista, paikallisen väestön työllistämistä, infrastruktuurin kehittämistä, rahavirtojen jäämistä kohteeseen sekä yrityksen toiminnan laillisuutta ja vastuunkantoa mm. verot ja muut viranomaisvelvoitteet, palkat.

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 kestävä 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 päivittäistavarakaupassa, rakennusalalla, siivous- ja puhtaanapito- sekä kiinteistöhuoltoalalla ja turvallisuusalalla.

Koronapandemia on vaikuttanut negatiivisesti matkailualan kehitykseen viimeisten kahden vuoden ajan. Venäjän Ukrainaan suuntaaman hyökkäyksen ja sitä seuranneiden toimenpiteiden (esimerkiksi Venäjän ilmatilan sulkeminen) vaikutusten laajuus ja kesto matkailualan kehitykseen ovat vielä tarkentumatta. Esimerkiksi majoitustilastojen valossa matkailu Suomeen Euroopasta ja Isosta-Britanniasta on vuoden 2021 loppupuoliskolla alkanut elpyä pandemian vaikutuksista, joissakin maakunnissa jopa ylittäen vuonna 2019 vastaavaan aikaan rekisteröityjen yöpymisten määrän. Myös kotimaiset rekisteröidyt yöpymiset ovat elpyneet vuoden 2021 loppupuoliskolla pandemiaa edeltävän tason yläpuolelle.

Tavoitteet vuodelle 2028 on laadittu vuonna 2019 (strategian alkuperäisen version laadintavuosi) perustuen käytössä olleeseen seurantatietoon ja eri tutkimuslaitosten arvioihin matkailun kehityksestä. Tavoitteet ovat yhä tarkoituksenmukaiset. Vuoden 2023 tavoitteita on muuttuneen toimintaympäristön takia ja ajantasaiseen tietoon perustuen osittain muokattu aiemmasta. Matkailun kokonaiskysyntä kehittyi positiivisesti pandemiavuosien supistumisen jälkeen. Kokonaiskysyntää ylläpitää kotimaanmatkailun vahva kysyntä. Kansainvälisen matkailun elpyminen Euroopasta ja Yhdysvalloista jatkuu. Venäläisten matkailijoiden puuttuminen ja Aasian markkinan erittäin hidas palautuminen näkyvät yhä vuonna 2023 matkailukysyntää vuoden 2019 tasosta heikentävänä. Matkailuviennin heikko kehitys hidastaa matkailun kokonaiskysynnän palautumista. Kotimaanmatkailun kysynnän suhteellinen osuus matkailun kokonaiskysynnästä pysyy vuoden 2019 tilannetta korkeampana vielä vuonna 2023. Vuoteen 2028 mennessä matkailuviennin palautuminen ja kasvu kuitenkin pienentävät kotimaanmatkailun osuutta kokonaiskysynnästä. Kokonaisuutena Suomen matkailukysynnän arvioidaan palautuvan vuoden 2019 lukuihin aikaisintaan vuonna 2024.

Vuoden 2024 jälkeen ulkomaisilta kohdemarkkinoilta odotetaan aiemman mukaisesti noin neljän prosentin vuosikasvua yöpymisissä ja noin viiden prosentin kasvua matkailuviennissä. Matkailustrategian tavoitteet kansainvälisiltä kohdemarkkinoilta ovat kunnianhimoiset. Kansainvälisillä markkinoilla menestyminen ja Venäjän Ukrainaan kohdistaman hyökkäyksen takia Venäjän ja Aasian korvaavien markkinoiden löytäminen edellyttää vahvaa valtion tukea, verkostoja, sparrausta ja ovien avaamista. Matkailuviennin

kasvupotentiaali on kotimaanmatkailun kysynnän kasvun mahdollisuuksia suurempi: vuosina 2018–2019 matkailuvienti kasvoi keskimäärin 7 prosentin vuosivauhtia. Erityisesti koronapandemian ja Venäjän Ukrainaan suuntaaman hyökkäyksen takia muuttuneessa toimintaympäristössä matkailuyritysten kansainvälistymisen tukemisen aiempaa vahvempi priorisointi on perusteltua.

Koronapandemian aikana kotimaanmatkailun suhteellinen merkitys Suomen matkailun kokonaiskysynnästä on noussut. Vuonna 2019 kotimaanmatkailun kysyntä kattoi 53 prosenttia Suomen matkailun kokonaiskysynnästä, vuonna 2021 arviolta 84 prosenttia. Kotimaanmatkailun kysynnän arvioidaan supistuvan pandemian aikaisista kasvuluvuista vuoteen 2023. Vuosina 2018–2019 kotimaanmatkailun kysyntä kasvoi kolmen prosentin vuosivauhtia. Saman kasvuvauhdin ennakoitaan jatkuvan vuonna 2022. Inflaatiokehitys, erityisesti polttoaineiden hinta, vaikuttaa kotimaanmatkailun kehitysnäkymiin.

Vuodesta 2023 kotimaanmatkailun arvioidaan kehittyvän pandemiaa edeltänyttä tilastokehitystä noudattaen maltillisesti. 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. Matkailu lähialueille ja kotimaassa voi geopolittisten muutosten lisäksi olla jatkossa aiempaa houkuttelevampaa myös ilmastohuolen seurauksena. Suomalaisten kiinnostusta kotimaanmatkailuun voidaan edistää erityisesti tuotekehityksellä ja markkinoinnilla.

Kotimainen matkailukysyntä sisältää myös suomalaisten ulkomaanmatkailusta Suomeen jäävän kysynnän. Vuonna 2023 suomalaisten ulkomaille suuntautuvan matkailun kotimaahan jäävän kysynnän osuuden arvioidaan olevan noin 2 miljardia euroa, mikä on noin 10 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2019.

Strategiassa esitettyihin mittareihin on saatavilla nykytilannetta kuvaava lähtötieto kansallisella tasolla. Mittarien historiatieto ja varmuus tiedontuotannosta myös tulevaisuudessa mahdollistavat mittarien kehityksen ja seurannan jatkuvuuden. Mittareita, määrällisiä ja laadullisia, täydennetään erityisesti kestävän matkailun, matkailun digitalisoinnin sekä ammattimaisesti hoidettujen museoiden ja maailmanperintökohteiden käyntimäärien ja talousvaikutusten osalta sitä mukaa, kun strategiaan kirjatut toimenpiteet tiedolla johtamisen osalta etenevät.

4.2 Suomen kohdemarkkinoista

Tuotteiden ja viestinnän suuntaaminen oikeille kohderyhmille on ensiarvoisen tärkeää, kun kilpailu matkailijoiden huomiosta käy entistä kovemaksi. Suomen tulee antaa matkailijoille syitä vierailuun juuri Suomessa, houkuttella 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.

Suomeen suuntautuvan matkailun kohdemarkkinoiden valinta ja kohdemarkkinoille kohdistettujen resurssien allokointi perustuu ko. markkinan potentiaalin ja markkinatilanteen arviointiin. Kohdemarkkinat määritetään Visit Finlandin ja suuralueiden yhteistyössä. Arvioinnissa painottuvat matkailun nykyisen volyymin ja kasvuodotusten ohella ko. maasta tulevien matkailijoiden rahankäyttö sekä Suomen suhteellinen kilpailuasema. Matkailijoiden määrän sijasta markkinoilta haetaan enemmän laatua eli kohderyhmiä, jotka käyttävät Suomen vierailunsa aikana keskimääräistä enemmän rahaa matkailutuotteisiin ja palveluihin. Kestävyyden näkökulmasta hyvä saavutettavuus eli suorat yhteydet sekä matkailun ympärivuotisuus ovat tärkeässä roolissa. Markkinavalinnoissa huomioidaan myös suomalaisen matkailuelinkeinon painotukset ja prioriteetit sekä kohdemarkkinoilla olemassa olevat partneriverkostot ja kumppanuudet.

Suomeen suuntautuvan matkailun kohdemarkkinoiden valinta ja kohdemarkkinoille kohdistettujen resurssien tehokas käyttö vaikuttavat kestäväen kasvun tavoitteen saavuttamiseen. Kansainvälisen matkailukysynnän kestävä kasvu varmistetaan panostamalla tasapainoiseen markkinaportfolioon, joka kokonaisuutena edistää Suomen matkailustrategian vision toteutumista. Tasapainoinen markkinaportfolio sisältää kansainväliset markkinavaliinnat (kauko- ja lähimarkkinat) sekä lähimarkkinoiden (Pohjoismaat, Itämeri) yhteismarkkinointimahdollisuudet. Ilmasto- ja ympäristötietoisuuden kasvu voi pidemmällä aikavälillä vaikuttaa Suomeen suuntautuvan matkailun kohderyhmien muuttumiseen ja lähialueiden nostamiseen aiempaa tärkeämmiksi kohdemarkkinoiksi. 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. Kotimaanmatkailun kohderyhmiä on työ- ja elinkeinoministeriön selvityksen mukaan viisi: kaupunkilomailijat, kyläilijät ja mökkeilijät, aktiivilomailijat, nautiskelijat

sekä kulttuurista ja luonnosta nauttivat. 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.

Suomalaisten ulkomaanmatkailusta Suomeen jäävä kysynnän osuus tilastoidaan osana kotimaista matkailukysyntää. Siten suomalaisten ulkomaanmatkailu ja kiinnostus esimerkiksi aurinkolomiin hiihtolomakaudella edistää myös kotimaisen matkailukysynnän kehittymistä. Ennen pandemiaa, vuonna 2019 suomalaisten ulkomaanmatkailusta Suomeen jäävä kysynnän osuus oli 2,3 miljardia, mikä oli 20 prosenttia kotimaisesta matkailukysynnästä ja 14 prosenttia matkailun kokonaiskysynnästä. Arvion mukaan vuonna 2021 suomalaisten ulkomaanmatkailusta Suomeen jäävä kysynnän osuus oli 540 miljoonaa euroa, mikä oli 5 prosenttia kotimaisesta matkailukysynnästä ja 4 prosenttia matkailun kokonaiskysynnästä. Matkailustrategiassa ei käsitellä Suomesta ulkomaille suuntautuvan matkailun kohderyhmiä. Jokainen valtio vastaa oman maansa markkinoinnista muissa maissa ja siten myös kohderyhmäpotentiaalin selvittämisestä.

4.3 Suomen valinnat vision toteutumiseksi ja määrällisten mittareiden tavoittamiseksi

- Matkailua kehitetään taloudellisesti, ympäristöllisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti vastuullisilla valinnoilla, jotka varmistavat kestäväen kasvun ja ohjaavat minimoimaan negatiivisia vaikutuksia.
- Osaavan työvoiman saatavuutta matkailualalla edistetään.
- Matkailualan vaikuttavuuden seuranta, arviointia ja viestintää tehostetaan.
- Business Finlandin resursointia matkailun edistämistyöhön, erityisesti matkailumarkkinointiin, lisätään.
- 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 kilpailukyvyyn edistämiseen.
- Suomesta tehdään älykäs matkakohde, joka tarjoaa sujuvimman ostopolun haaveilusta matkalle.
- Suomi menestyy keskittymällä omiin, ympärivuotista matkailua edistäviin teemallisiin vahvuksiinsa.

- 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.

5 Toimenpiteiden rahoitus ja toimijoiden roolit

5.1 Toimenpiteiden rahoitus

Toimenpiteiden toteuttamiseksi tarvitaan sekä julkista (kansallinen ja EU) että yksityistä rahoitusta. Julkisen rahoituksen merkitystä painotetaan matkailualan uudistamisessa ja kansainvälistymisessä. Yksityisen rahoituksen velvoitetta julkisen rahoituksen myöntämiseksi korostetaan. 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.

Matkailuhankerahoituksen kohdentamisen koordinaatiota edistetään lisäämällä matkailurahoittajien välistä tiedonvaihtoa. Samalla alueella (esimerkiksi maakunta) toimivia rahoitettavia viranomaisia kannustetaan säännöllisesti laatimaan yhteinen tilannekuva alueen matkailuhankkeiden rahoitustarpeista ja sisältöjen priorisoinnista sekä suhteuttamaan näkymä kansallisen tason toimenpiteisiin. Hankkeiden toteuttajia kannustetaan edistämään yhteistyötä sisällöllisesti samankaltaisten hankkeiden kanssa hankkeen toiminta-alueetta laajemmin.

5.2 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 sisäisten tai toimenpiteen organisoinnin mukaisesti.

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 (mm. ministeriöt, Metsähallitus, Tukes, ELY-keskukset, maakunnan liitot, kunnat) pääroolina on mm.

- luoda matkailun kestävää kasvua tukeva, ennakoitava ja kilpailukykyinen toimintaympäristö
 - edistää toimintaympäristöä kehittävää lainsäädäntöä ja lainsäädännön valvontaa
 - varmistaa tasapuoliset kilpailuedellytykset toimijoille
- tarjota tarkoituksenmukaisia yritysten sekä muiden toimijoiden kehittämis- palveluja ja rahoitusinstrumentteja
- investoida matkailualueiden, kansallispuistojen, retkeilyalueiden 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 kehittämissyhteistyötä eri tasoilla.

Business Finlandin tehtävänä on lain² 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.

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 toimintaresurssit.

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.

² Laki Innovaatorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä (1146/2017)

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
- koordinoita ja koota yhteistyössä yrittäjien kanssa alueen matkailutarjontaa suuremmiksi myyntikelpoisiksi tuotekokonaisuuksiksi
- organisoida alueen matkailun yhteismarkkinointia ja varmistaa matkailun palveluketjun katkeamattomuus
- toimia linkkinä Visit Finlandin ja yrittäjien välillä.

Alueellisten kehittämissyhtiöiden roolina on mm.

- vastata alueella toimivien yritysten liiketoimintaa ja kehittämistä tukevien palveluiden (esim. yritysneuvonta) kehittämisestä
- edistää uusien investointien houkuttelua alueelle
- toimia osaltaan matkailuhankkeiden hallinnoijana 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 kehittämisestä muuttuvassa ja kehittyvässä osaamistarpeessa
- osallistua aktiivisesti oman alueensa matkailuelinkeinon täydennys- ja uudelleen koulutuksen toteuttamiseen
- vastata laadukkaan tutkimustiedon tuotannosta matkailun kestäväen kasvun ja uudistumisen edistämiseksi sekä edistää tutkimustiedon levittämistä tiedon jalkauttajana ja matkailun kehittäjänä
- toimia osaltaan alueen tutkimus- ja kehittämishankkeiden asiantuntijana ja hallinnoijina sekä varmistaa hallinnoitavien hankkeiden kehitystavoitteiden vastaavuus
- huomioida kansalliset strategiset matkailun tarpeet ja paikalliset tarpeet.

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.

Monet matkailuyrityksistä kuuluvat matkailuyritysten edunvalvontatyötä tekeviin työnantajajärjestöihin tai muihin edunvalvontaorganisaatioihin. Matkailutyöntekijöitä edustavat omat edunvalvontajärjestöt. Matkailustrategian toimeenpanossa keskeisiä matkailualan edunvalvontajärjestöjä ovat MaRa ry, MTK, Palta ry, PAM ry ja SMAL ry.

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. Matkailustrategian toimeenpanoa edistää ja toteutusta seuraa Matkailufoorumi, 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 ensisijaisesti Matkailufoorumin kokouksissa ja työ- ja elinkeinoministeriön matkailupoliittisessa seminaarissa. Matkailufoorumin jäsenet viestivät matkailustrategian osa-alueiden etenemisestä.

7 Toimenpiteet vuosille 2022–2023

7.1 Matkailuliiketoiminnan kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti

Matkailuyrityksiä ja -alueita, sidosryhmiä sekä matkailijoita rohkaistaan ja sitoutetaan taloudellisesti, sosiaalisesti, kulttuurisesti ja ympäristöllisesti vastuullisiin valintoihin kansallisten ja Euroopan unionin suositusten vapaaehtoisella ja lainsäädännön velvoittavalla toimeenpanolla sekä koulutuksen, viestinnän ja markkinoinnin avulla. Matkailun kestävyden edistämiseksi parannetaan matkailun ympärivuotisuutta ja matkailijoiden viipymää Suomessa ja alueellisesti. Matkailualueet ja -yritykset yhteistyössä alan sidosryhmien kanssa kehittävät ja markkinoivat matkailupalveluja valittuihin teemoihin liittyen kansainvälisille ja kotimaan matkailijoille. Ulkomaisille matkailijoille kohdennetussa tuotekehityksessä ja markkinoinnissa Visit Finland toimii yhteistyökumppanina. Alueiden ja teemojen välisen yhteistyön tuloksena mahdollistuu myös kiertomatkojen laadinta. Useille alueille merkittäviä teemoja ovat luontomatkailu, kulttuurimatkailu, ruokamatkailu ja tapahtumat. Aluekohtaisesti merkittävää kehitystyötä on tehty myös luksusmatkailun (ns. aineeton luksus), terveys- ja hyvinvointimatkailun, koulutusmatkailun sekä urheilu- ja liikuntamatkailun teemoissa.

Matkailupalveluiden tuotekehityksessä kestävä matkailu, mahdollisesti myös uudistava matkailu, ohjaa kehitystyötä. Matkailualan vastuullisia valintoja tukevat jatkuva laadun kehittäminen asiakas keskiössä sekä matkailupalveluiden tuotekehityksessä turvallisuuden, yhdenvertaisuuden ja esteettömyyden vahva painottaminen. Tuotekehityksessä huomioidaan matkakohteen saavutettavuus ja tuotekehityksen avulla tuetaan myös matkaketjujen muodostumista.

Matkailualan tuoman alueelliseen hyvinvoinnin ja työllisyyden kasvu sekä Suomen matkailukysynnän kasvun tavoittelu edellyttävät matkailun vaikutusten vahvaa ja nopeatkin muutokset esille tuovaa hallintaa (mittaaminen, seuranta, arviointi) ja resursseista huolehtimista kulttuurisesti, sosiaalisesti, ympäristöllisesti ja taloudellisesti vastuullisella tavalla. Kansallisten kestävä matkailun indikaattorien tavoitteena on tukea matkailualueiden ja -yritysten kestävä matkailun kehittämissuunnitelmien rakentamista ja seurantaa, mikä on myös yksi Sustainable Travel Finland -ohjelman kriteereistä.

Agenda 2030 -tavoitteiden saavuttamista tukevien ja ilmastonmuutosta hillitsevien toimien tulee olla matkailuyritykselle liiketoiminnallisesti kannattavia. Vastuullisuusviestinnän avulla voidaan ohjata kuluttajia valitsemaan vastuullisesti tuotettuja palveluita.

Yrityksen vastuulliset toimintatavat vaikuttavat myös alan työnantajaimagoon. Yrityksen tai alueen sitoutuminen kestäväan kehityksen mukaiseen toimintaan voi olla edellytys toimenpiteisiin (esimerkiksi markkinointi, tuotekehitys) osallistumiselle. Matkailun vastuullisuuden kehittäminen edellyttää toimialojen ja esimerkiksi ympäristönsuojelun ja matkailuelinkeinon yhteistyön vahvistamista.

Kansallisen tason toimenpiteet saavat vipuvoimaa myös EU-tason yhteistyöprojekteista, joissa kehitetään liiketoimintalähtöisesti matkailuyritysten vastuullisuutta. Esimerkiksi EU:n COSME-rahoitteisessa SUSTOUR-hankkeessa mukana olevien pk-yritysten on mahdollista saada kansainvälisesti tunnustettu vastuullisuussertifikaatti, jota yritys voi hyödyntää myös Sustainable Travel Finland -merkkiä hakiessaan.

7.1.1 Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja

- 1. Edistetään matkailuyritysten vastuullisuus- ja turvallisuusviestintää. Tuodaan esille vastuullisesti toimivien matkailuyritysten rooli ja merkitys Suomelle.**
Vastuu: alueorganisaatiot, yritykset, Visit Finland, edunvalvontaorganisaatiot
- 2. Edistetään Sustainable Travel Finland -merkin kansallista käyttöönottoa matkailuyrityksissä ja -alueilla. Tehdään STF-merkki tunnetuksi kotimaassa ja valituilla kansainvälisillä markkinoilla ja jakelukanavissa osana yritysten, alueiden ja kansallista markkinointiviestintää. Arvioidaan ja kehitetään STF-ohjelmaa.**
Tavoite: Vuoden 2023 loppuun mennessä 300 matkailuyritykselle ja 6 matkailualueelle on myönnetty STF-merkki.
Vastuu: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot
- 3. Edistetään ravitsemisalan yritysten sitoutumista elintarvikealan materiaali-tehokkuuden sitoumukseen 2022–2026.**
Tavoite: Vuoden 2024 loppuun mennessä sitoumukseen liittyneet yritykset edustavat 20 prosenttia MaRa ry:n ravintola-alan jäsenyritysten liikevaihdosta.
Vastuu: TEM, YM, MaRa ry
- 4. Edistetään ravitsemisalan yritysten sitoutumista kertakäyttöisten muovisten juomamukien ja elintarvikepakkausten vähentämisen green deal -sopimuksella. Vähentämiselle asetetaan osana sopimusta määrälliset tavoitteet vuosille 2024–2026.**
Tavoite: marraskuuhun 2023 mennessä sopimukseen sitoutuneet yritykset edustavat 33 prosenttia ravintola-alan (sisältäen kahvilat) liikevaihdosta.
Vastuu: YM, MaRa ry

5. Edistetään asukkaiden ja muiden toimijoiden huomioon ottamista ja paikallisten vahvuuksien tunnistamista matkailun alueellisessa kehittämisessä ml. tuotekehitys ja markkinointi.

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

6. Otetaan käyttöön kansalliset kestävän matkailun indikaattorit osana STF-ohjelman kriteeristöä.

Tavoite: Vuoden 2024 loppuun mennessä 45 prosenttia STF-merkin saaneista yrityksistä ja alueista raportoi indikaattorijärjestelmän mukaisesti.

Vastuu: Visit Finland, yritykset, alueorganisaatiot

7. Kehitetään matkailupalveluiden hiilipäästöjen seuranta ja arviointia osana STF-ohjelmaa ja alueellisia toimenpiteitä. Sitoutetaan STF-merkin saaneet yritykset käyttämään matkailupalveluiden hiilijalanjälkilaskuria.

Tavoite: Vuoden 2024 loppuun mennessä 45 prosenttia STF-merkin saaneista yrityksistä ja alueista on sitoutunut käyttämään laskuria.

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

8. Tiivistetään matkailualan globaalin ilmastojuulistuksen (Glasgow Declaration) allekirjoittaneiden suomalaisten toimijoiden yhteistyötä ilmastojuulistuksen toimeenpanossa ja soveltamisessa Suomen olosuhteisiin. Kannustetaan uusia yrityksiä ja alueita sitoutumaan ilmastojuulistukseen.

Vastuu: Visit Finland, yritykset, alueorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot

7.1.2 Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi

9. Luontomatkailu

Luonto ympäristönä mahdollistaa monipuoliset aktiviteetit (ml. pyöräily, kalastus ja metsästys) ympärivuotisesti. Luonnon kestävyden varmistaminen ja ennakointi korostuvat tuotekehityksessä ja viestinnässä. Kestävän luontomatkailun (ml. erämatkailu) kehittäminen sekä kansallispuistojen ja retkeilyalueiden hyödyntäminen ovat keskiössä erityisesti kansainvälisen matkailukysynnän kasvattamiseksi. Kansallispuistojen, retkeilyalueiden ja muiden valtion luontoalueiden palveluita tuotteistetaan matkailun tarpeiden ja virkistyskäytön kestävyden näkökulmasta ja yhteistyötä alueita hyödyntävien matkailuyritysten kanssa vahvistetaan. Luontomatkailun aktiviteetteja ohjataan matkailualueilla siten, että arvokkaiden luontoalueiden ja kulttuuriperintökohteiden suojeluarvojen säilyminen turvataan. Luontomatkailutuotteiden jakelu- ja myyntikanavissa suositaan niitä yrityksiä, jotka ovat profiloituneet myymään kestäviä matkailutuotteita. Luontoalueiden ja

kulttuuriperintökohteiden näkyvyyttä matkailun viestintä- ja markkinointikanavissa vahvistetaan. Tuotekehityksellä ja markkinoinnilla pyritään luontomatkailijoiden vii-pymän pidentämiseen.

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

10. Kulttuurimatkailu

Suomalainen kulttuurielämä, museo- ja kulttuuriperintökohteet, luovat alat (mm. musiikki ja muut esittävät taiteet, visuaaliset taiteet, käsi- ja taideteollisuus, av- ja elokuva-ala, arkkitehtuuri, muotoilu, festivaalit) ja kulttuuriympäristöt luovat moni-muotoisen perustan kestävän ja ympärivuotisen kulttuurimatkailun vahvistami-selle ympäri Suomea. Kulttuurimatkailun kansainvälistä kasvua ja kulttuurimatkai-lun Suomi-brändiä vahvistetaan panostamalla kansainvälisesti toimivien kohteiden ja organisaatioiden kehitys- ja yhteistyöhön ja osaamisen jakamiseen sekä kehittä-mällä kulttuurin kansainvälistä tunnettuutta osana Suomen maakuvatyötä. Tuot-teistamisessa panostetaan tarjonnan monipuolistamiseen omaperäisiin alueellisiin vahvuuksiin perustuen kotimaan ja kansainvälisille kohderyhmille, palveluiden digi-taliseen löydettävyyteen ja ostettavuuteen sekä digitaalisten kulttuuripalveluiden ja -sisältöjen monipuolisempaan matkailulliseen hyödyntämiseen. Verkostomai-sen yhteistyön ja matkailutarjonnan kehittämisessä hyödynnetään kansainvälisten kulttuuri- ja kulttuuriperintöalan toimien mahdollisuuksia sekä erityisesti Euroopan neuvoston kulttuurireittitoimintaa.

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

11. Ruokamatkailu

Ruoka ja juoma toimii poikkileikkaavana sisältönä eri teemojen ja alueiden matkailutarjonnassa, mutta myös yhä vahvemmin omana kasvavana matkailun tee-manaan. Suomessa on mahdollisuuksia nostaa ruokamatkailun kiinnostusta nojau-tuen puhtaasta luonnosta saatavaan ja lähellä tuotetuista raaka-aineista tuotettuun ruokaan sekä niihen perustuviin elämyksiin, suomalaista elämäntapaa kuvastaviin ruokakulttuurin erityispiirteisiin ja innovatiiviseen ja erilaiseen ravintolakulttuuriin. Kiinnostuksen nostamiseen tarvitaan vahvaa viestintää, uusien ruokamatkailutuot-teiden tuotteistusta ja paketoitua sekä toimijoiden (alkutuotanto, elintarviketeol-lisuus, matkailuelinkeino) osaamisen lisäämistä ja yhteistyötä (mm. tuotekehitys ja markkinointi). Ruokaviennin ja ruokamatkailun yhteistyö tuottaa hyötyä molem-mille osapuolille, ja sen vahvistamista sekä aluetasolla että kohdemarkkinoilla tapahtuvassa toiminnassa on syytä jatkaa.

Vastuu: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Business Finland, MMM, TEM, tut-kimus- ja koulutusorganisaatiot

12. Suurtapahtumat, kongressit ja yritystapahtumat

Suomea markkinoidaan ja Suomen imagoa vahvistetaan yhteiskunnallisesti vakaana, osaavana ja toimivana sekä sisällöllisesti omaleimaisena ja elävänä kohteena viihteen, kulttuurin ja urheilun suur tapahtumille, kansainvälisen politiikan ja diplomatian tapahtumille sekä kongresseille ja yritystapahtumille. Markkinoinnissa painotetaan Suomen vahvuuksia, joita ovat vahva tuotannollinen ja sisällöllinen osaaminen ja luotettava maine kansainvälisten tapahtumien järjestäjänä, erinomaiset liikenneyhteydet, vastuullisuuden monipuoliset ja pitkät perinteet, palveluntuottajien ja infrastruktuurin sekä kohteiden monipuolisuus ja palvelun korkea laatu sekä turvallisuus. Tapahtumateollisuuden toimialan alueellinen ja valtakunnallinen taloudellinen sekä työllinen vaikuttavuus on merkittävä. Toimialan kasvu lisää välittömästi kysyntää sekä työllisyyttä myös majoitus-, ravintola-, liikennöinti- ja elämyspalveluiden aloilla. Suurtapahtumat tuovat Suomeen ja alueille merkittäviä tulovirtoja ja toimivat Suomen näyteikkunana maailmalle, vahvistaen positiivista ja elävää maakuva. Poliitiikan ja diplomatian merkittävät tapahtumat vahvistavat Suomen asemaa maailmalla ja ylläpitävät suhteita kansainvälisissä neuvottelupöydissä. Kansainväliset kongressit ja yritystapahtumat tarjoavat mahdollisuuksia nopeaan tiedon jakamiseen, suomalaisen tieteen ja osaamisen esittelyyn sekä elinkeinoelämän tuotteiden markkinointiin ja vientiin. Suomi toimii suunnannäyttäjänä vastuullisen ja kestävä tapahtumatuotannon toteuttajana, ja kestäväan kehitykseen sekä vastuullisuuteen panostetaan jatkossakin aktiivisesti.

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

7.2 Matkailualan digitaalinen kehittäminen

Matkailuelinkeinon alueelliseen hyvinvointiin ja työllisyyteen tuoma positiivinen vaikutus sekä matkailukysynnän kasvu edellyttävät Suomessa tarjottavien matkailupalveluiden myynnin kasvua. Matkailupalveluiden tehokkaampi myynti mahdollistetaan panostamalla suomalaisten matkailupalveluiden digitaaliseen löydettävyyteen ja ostettavuuteen. Lisäksi kehitetään matkailuyritysten ja -alueiden osaamista matkailijan ostopolun eri vaiheiden (unelmoinnista kokemusten jakamiseen) jakelukanavista ja niiden vaikuttavammasta hyödyntämisestä.

Digitaaliset ratkaisut tukevat esimerkiksi kestävä ja inklusiivisen matkailupalvelutarjonnan näkyvyyttä. Matkailupalveluiden kestävyyttä, esteettömyyttä tai esimerkiksi soveltuvuutta tietyille kohderyhmälle kuvataan digitaalisen alustan (esimerkiksi DataHub) edellyttämällä kriteereillä. Matkailupalvelun kuvauksen kattavuus mahdollistaa palveluiden

esille noston jakelukanavan prioriteettien mukaisesti. Tuote-, myynti- ja data-alustojen rajapintojen avoimuutta tulee lisätä ja hyödyntää paremmin.

Matkailupalveluiden digitaalinen ostettavuus ja löydettävyyys eivät kuitenkaan yksinomaan riitä, vaan digitaalisten ratkaisujen käyttöä myös matkailutuotteissa ja -palveluissa tulee kehittää. Digitaaliset ratkaisut edistävät esimerkiksi tietojen päivitettävyyttä, palvelun yhdenvertaisuutta eri kohderyhmille ja kustannustehokkuuden parantamista. Ratkaisut tukevat elämyksellisyyttä ja toistaalta auttavat kertomaan palvelun ympäristövaikutuksista. Myös yritysten sisäiseen tuotantoprosessiin ja tuotannonohjaukseen eri toimintojen välillä digitalisaatio voi tuoda merkittäviä parannuksia.

Digitalisaation ymmärrys ja osaamisen kehittäminen ovat välttämättömiä matkailualan digitaalisen kehityksen etenemisessä. Visit Finlandin koordinoimana, yhteistyössä matkailualan kanssa säännöllisesti päivitettävän matkailun digitiekartan toimeenpano tukee matkailustrategian toimeenpanoa. Matkailuyritykset ja alalle kohdennettavat toimenpiteet tulisi kytkeä osaksi kansallisen tason laajempaa digitalisaation vahvistamista tavoittelevia ohjelmia, toimenpiteitä ja rahoitusta. Esimerkiksi Tekoäly 4.0 -ohjelma, jossa tavoitellaan laajasti eri alojen pk-yritysten digitalisaation edistämistä, tukee myös matkailualan digitalisaatiota.

13. Edistetään Visit Finland DataHubin laajempaa käyttöönottoa matkailuyrityksissä ja -alueilla sekä Metsähallituksessa. Tehdään DataHub tunnetuksi kotimaan ja valituissa kansainvälisissä jakelukanavissa.

Tavoite: Vuoden 2024 loppuun mennessä 80 prosenttia kansainvälisille markkinoille tähtäävistä matkailuyrityksistä käyttää DataHubia.

Vastuu: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, edunvalvontaorganisaatiot, Suoma ry, Metsähallitus

14. Lisätään matkailuyritysten ja -alueiden osaamista digitaalisten jakelukanavien valintaan ja hyödyntämiseen.

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

15. Lisätään digitaalisten ratkaisujen käyttöä matkailutuotteissa ja -palveluissa sekä digitaalisten ratkaisujen käytön edellyttämää osaamista.

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

16. Kannustetaan matkailuyrityksiä kyberturvallisuuden kehittämiseen jakamalla alueellisesti laadittuja hyviä käytäntöjä ja viemällä ne osaksi omaa toimintaa.

Vastuu: alueorganisaatiot, yritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot

17. Uudistetaan luonnon virkistyskäytön digitaalinen asiakasviestintä ja vahvistetaan sen vuorovaikutteisuutta. Uudistetaan Metsähallituksen tuottamien palvelujen digitaalinen myyntikanava ja vahvistetaan matkailun yrityskumppanien näkyvyyttä digitaalisessa asiakasviestinnässä.

Vastuu: Metsähallitus

7.3 Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus

Saavutettavuutta kehitetään paikallisten asukkaiden, elinkeinojen ja matkailijoiden tarpeet ja esteettömyys huomioiden. Hyvät liikenneyhteydet (raide-, tie-, meri- ja lentoyhteydet) ovat Suomen matkailualalle välttämättömiä. Suomen maantieteellisestä sijainnista johtuen Suomen kattavista lentoyhteyksistä tulee huolehtia jatkossakin.

Matka on osa elämystä, ja se tulee pyrkiä tuotteistamaan niin, että matkailija mahdollisuuden salliessa valitsee ympäristön kannalta vähiten haittaa aiheuttavia tapoja liikkua nopeimpien liikkumismuotojen sijasta. Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen edistää Suomen hiilineutraalisuustavoitteen saavuttamista. Raide-, tie-, meri- ja lentoliikenteen tulee toimia yhteen sujuvina matkaketjuina, jotka tukevat matkailupalvelujen tuotteistamista. Matkailijan tulee sujuvasti löytää tietoa vaihtoehtoisista liikennepalveluista, reiteistä, aikatauluista ja hinnoista. Matkaketjujen kehittymisen edellytyksenä on liikennepalveluiden tietopohjan ja sitä hyödyntävien reittioppaiden kehittäminen (esimerkiksi rajapintojen ja yhteensopivien tietostandardien käyttöönotto). Matkaketjujen kehittäminen edellyttää matkailu- ja liikennetoimijoiden sekä alueiden vuorovaikutuksen ja yhteisen suunnittelutyön tiivistämistä. Toimiva opastus pääteiltä matkailukohteisiin sekä pysäköintimahdollisuuksien huomioiminen ovat keskeinen osa liikkumisen sujuvuutta. Esimerkiksi saariston ja luontokohteiden saavutettavuus vaatii yhteyksien aiempaa parempaa toimivuutta.

Kansallispuistojen ja retkeilyalueiden turvallisten reittien ylläpidon sekä retkeily- ja kelkkareittien perustamisen rahoittaminen on tärkeää matkailuyritysten menestymiselle. Matkailullisesti tärkeät reitistöt tarvitsevat toimivaa laadukasta infrastruktuuria ja opasteita. Reittien turvallisuudessa huomioidaan reittien koko elinkaari; ylläpitovastuut, monikäyttö, sivullisille aiheutuvat haitat. Kansallispuistojen, retkeilyalueiden ja muiden luontoalueiden saavutettavuutta julkisilla liikenneyhteyksillä on tarpeen lisätä ja toimivia paikoitusratkaisuja kehittää ruuhkautumisen välttämiseksi. Matkailuyrittäjiä kannustetaan korvaamaan fossiiliset polttoaineet ilmastoystävällisemmillä ratkaisuilla matkailupalveluissa käytettävissä moottorikelkoissa ja muissa maastoliikennevälineissä.

Saavutettavuuden keskeinen ulottuvuus on matkailukohteiden ja -yritysten digitaalinen saavutettavuus. Matkailualan digitaalisen siirtymän edistämisen edellytyksenä on ajantasaisten laajakaistayhteyksien toteutuminen. Digitalisaation tarjoamia mahdollisuuksia matkailuliiketoiminnassa ei voida hyödyntää ilman tietoyhteiskunnan tarpeisiin vastaavia kiinteitä ja langattomia verkkoja. Euroopan unionin Digitaalisessa kompassissa tavoitteeksi on asetettu Euroopan laajuinen 5G-kattavuus vuoteen 2030 mennessä.

18. Kehitetään tehokkaita ja kestäviä liikenneyhteyksiä ja liikenneinfrastruktuuria palvelemaan kaikkien Suomessa liikkuvien tarpeita – asukkaita, yrittäjiä ja matkailijoita – valtakunnallisen ja alueellisten liikennejärjestelmäsuunnitelmien toimeenpanossa

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

19. Edistetään nopeiden ja turvallisten tietoliikenneyhteyksien toteutumista edistämään myös matkailuelinkeinon digitalisaatiota.

Vastuu: Liikenne- ja viestintävirasto, LVM, MMM, kunnat, maakuntien liitot, ELY-keskukset

20. Edistetään matkaketjujen muodostumista ja digitaalista ostettavuutta erityisesti luontokohteiden, saaristossa ja harvaan asutuilla alueilla sijaitsevien matkakohteiden saavutettavuuden parantamiseksi.

Vastuu: ELY-keskukset, maakuntien liitot, kunnat, yritykset, Matkahuolto, VR

21. Edistetään matkailua palvelevan kaikki liikennemuodot valtakunnallisesti kattavan digitaalisen reittioppaan tietopohjaa.

Vastuu: Liikenne- ja viestintävirasto, Fintraffic, yritykset

22. Edistetään erityisesti suorien lentoyhteyksien toteutumista Suomeen koko maassa mm. yhteistyön ja markkinoinnin keinoin.

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

23. Selvitetään sähköisen lentoliikenteen mahdollisuuksia Suomessa ja lähialueliikenteessä.

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

24. Pilotoidaan sähköisen lentoliikenteen mahdollisuuksia elinkeinoelämän, ml. matkailun, tarpeita vastaavaksi Suomessa ja lähialueliikenteessä.

Vastuu: kunnat, ELY-keskukset, maakuntien liitot, yritykset

25. Toteutetaan valtakunnallinen moottorikelkkävälästä sekä pysyvä rahoitus- ja hallinnointijärjestelmä sen ylläpitoon tukemaan luontomatkailuyrittäjien vastuullista liiketoimintaa.

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

26. Varmistetaan matkailullisesti tärkeiden reitistöjen (ulkoilureitit, ladut, luontopolut, pyöräreitit, moottorikelkkävälät) ja niitä tukevan infrastruktuurin toimivuus, turvallisuus sekä digitaalinen löydettävyys ja saavutettavuus. Kehitetään ruuhkautumista vähentäviä paikoitusratkaisuja reittien lähtöalueilla.

Vastuu: YM, MMM, LVM, Metsähallitus, Liikenne- ja viestintävirasto, Väylävirasto, Pyörämatkailukeskus, Tukes, kunnat, alueorganisaatiot, yritykset, pelastuslaitokset

7.4 Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

Suomen matkailualan kilpailukyky rakentuu yhteistyölle, osaamiselle, tutkimukselle ja innovaatioille. Alan kilpailukyvyyn edistäminen ja matkailun kehittämistä koskevien toimien yhteensovittaminen edellyttää poikkihallinnollista yhteistyötä, erityisesti toimintaympäristön nopeissa muutoksissa, kuten koronapandemian tai Venäjän Ukrainaan tekemän hyökkäyksen kaltaisten tilanteiden vaikutuksiin vastaamisessa.

Suomen matkailumarkkinointia terävöitetään matkailukysynnän kehittymiseksi. Erityisesti kansainvälisen huomion kääntäminen uudeksi kasvuksi ja työpaikoiksi Suomessa edellyttää yhteistyötä ja Suomen matkailullisen maakuuvan vahvistamista. Matkailullisen maakuvatyön ja matkailumarkkinoinnin resursointiin panostetaan valtion sekä matkailuyritysten ja -alueiden yhteistyönä. Maakuvatyössä huomioidaan myös Suomen yhteiskunnan ja matkailupalveluiden turvallisuutta tukevat ominaisuudet. Turvallisuus on osa matkailun kestävyttä. Kohdemarkkinoiden valinnan merkitys korostuu koronapandemian ja Ukrainan sodan vaikutuksesta tapahtuneissa muutoksissa Suomeen suuntautuvassa matkailussa ja suomalaisten ulkomaanmatkailussa. Kotimaanmatkailun markkinointiin ja kehittämiseen panostaminen vahvistavat ympärivuotisuutta sekä tasaisuutta tuovan kotimaanmarkkinan olemassaoloa esimerkiksi kansainvälisen poliittisen tilanteen muuttuessa ja muuttaessa kysyntää.

Matkailualan kehittämis- ja innovaatiotoiminnan tulee aiempaa vahvemmin perustua tutkimustietoon. Matkailualan tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa on tarpeen vahvistaa. Tutkimus- ja kehittämisorganisaatiot ovat keskeisessä roolissa matkailun liiketoiminnallisen kannattavuuden kehittämisessä. Tutkimustietoa tarvitaan esimerkiksi

matkailun kestävyiden edistämiseksi ja hiilineutraalisuusvaatimusten vaikutuksista. Innovaatiotoiminnalla tuetaan myös digitaalisten ratkaisujen käyttöä matkailupalveluissa ja -liiketoiminnassa. Tutkimus- ja koulutusorganisaatiot edistävät alan muutosjoustavuuden (resilienssi) ja ennakointiosaamisen vahvistamista. Päätöksenteossa tulisi aiempaa vahvemmin kiinnittää huomiota tulevaisuustiedon hyödyntämiseen.

Tiedolla johtamisen osaaminen on tärkeä työkalu osaamisen, tuotekehityksen ja liiketoiminnan kehittämisessä. Esimerkiksi markkinointipanostuksia tulisi ohjata aiempaa vahvemmin tietoon perustuen, samoin kuin arvioida markkinointipanosten vaikuttavuutta. Myös työvoiman saatavuuden ja kohtaantohaasteen kehittämiseen tarvitaan tietopohjan vahvistamista.

Tiedolla johtamista tukee erilaisten datojen kuten alueellisen matkailutilinpidon tuotanto. Euroopan unionissa on käynnissä projekti matkailualan tietopohjan vahvistamiseksi ja alan vihreän ja digitaalisen siirtymän edistymisen tueksi. EU Tourism Dashboard on julkinen digitaalinen työkalu, joka kokoaa yhteen määrällistä tietoa matkailuelinkeinosta EU:ssa. Työkalu edistää myös osana Digitaalinen Eurooppa -ohjelmaa laadittavan matkailun data-avaruuden rakentamista. Suomessa tulee hyödyntää matkailun ja kulttuuriperinnön data-avaruudet tiedolla johtamisen ja tki-toiminnan vahvistamisessa sekä datan jakamisen tehostamisessa toimialojen välillä ja uusien palvelujen ja sovellusten kehittämisessä.

Jakamis- ja alustatalouden mahdollistamana yksityishenkilöiden tarjoamat majoitus- ja muut palvelut ovat lisääntyneet. Jakamistalous on monessa tilanteessa muuttunut kohti ammattimaista, alustoilla tapahtuvaa liiketoimintaa. Jakamis- ja alustatalouden vaikutuksia matkailualalle seurataan aktiivisesti ja tarvittaviin toimenpiteisiin ryhdytään alan toimijoiden tasapuolisten kilpailuedellytysten varmistamiseksi.

Haasteet osaavan työvoiman löytämisessä ovat nousseet yhä useamman matkailuyrityksen kasvun esteeksi. On keskeistä vahvistaa monialaista osaamista, tukea ammatillista ja alueellista liikkuvuutta sekä huomioida työntekijöiden ja heidän perheidensä hyvinvointi ja palvelut. Sosiaalisesti vastuullinen yritys kiinnittää huomiota työhyvinvointiin, työviihtyvyyteen ja työssä jaksamiseen. Sosiaalisesti vastuullinen yritystoiminta muodostaa kilpailuedun, joka vaikuttaa myönteisesti yrityksen brändiin ja työnantajakuvaan. Yritysten osaamistarpeisiin vastataan tehokkaasti lyhytkestoisilla, joustavilla ja työelämälähtöisillä koulutuksilla. Kansainvälisen osaavan työvoiman rekrytointia ja työllistymistä edistetään kehittämällä rekrytointiprosesseja, kannustamalla yrityksiä kansainvälisten osaajien rekrytointiin ja tarjoamalla Suomeen tulleille opiskelijoille urapolkumahdollisuuksia opintojen alusta asti. Majoitus-, ravitsemis- ja matkailualan työvoima-tiekartan toimeenpano ja datapohja tukevat matkailustrategian toimeenpanoa. Matkailualan osaavan työvoiman saatavuutta edistetään myös yleisillä (ei toimialakohtaisilla) työvoiman saatavuutta lisäävillä toimenpiteillä, jotka liittyvät muun muassa laajemmin työsuhteiden

laatuun ja työntekijöiden toimeentulon mahdollisuuksiin työn avulla. Osaavan työvoiman saatavuuden ratkaisemisessa korostuu yhteistyö, myös kansainvälisesti, esimerkiksi Pohjoismaiden välillä.

7.4.1 Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen

27. Lisätään matkailurahoittajien välistä tiedonvaihtoa matkailuhankkeiden koordinaation tehostamiseksi.

Vastuu: TEM, MMM, OKM

28. Osallistutaan aktiivisesti kansainväliseen matkailuyhteistyöhön matkailustrategian tavoitteiden ja sisältöjen edistämiseksi.

Vastuu: ministeriöt, Visit Finland, maakuntien liitot, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueorganisaatiot, yritykset, edunvalvontaorganisaatiot, Suoma ry

29. Päivitetään kansallinen matkailun poikkeustilanneviestinnän suunnitelma ajantasalle ja viestitään siitä aktiivisesti matkailualueille ja matkailualalle.

Vastuu: Visit Finland

30. Selvitetään matkailun turvallisuusverkoston toteuttamismahdollisuudet alueatasolla sekä kullekin alueelle sopiva organisoitumisen tapa ja toimintaa käynnistävä taho.

Vastuu: matkailun alueorganisaatiot, yritykset, maakuntien liitot, kunnat, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, Tukes, alueelliset pelastusviranomaiset

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

Vastuu: Business Finland, ELY-keskukset, alueelliset kehittämissyhtiöt, Finnvera

32. Selvitetään koulujen kesälomien siirron yhteiskunnallisia vaikutuksia koulu- ja maailmaan kansantalouden vaikuttavuuden rinnalla sekä käynnistetään tulosten perusteella tarvittavat toimenpiteet.

Vastuu: TEM, OKM

33. Kehitetään eri tasoilla tehtävää kaavoitusta ja muuta alueidenkäytön suunnittelua siten, että myös matkailuelinkeinon tarpeet tulevat huomioiduksi (mm. elinkeinon yhteensovitus, prosessien sujuvoittaminen).

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

- 34. Osallistutaan aktiivisesti lyhytaikaista majoitustoimintaa koskevan Euroopan komission aloitteen valmisteluun ja toteutetaan aloitteen mahdolliset toimet Suomessa.**

Vastuu: TEM, YM, OM

7.4.2 Suomen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen

- 35. Lisätään Business Finlandille / Visit Finlandille matkailun edistämiseen, erityisesti markkinointityöhön, osoitettua rahoitusta.**

Vastuu: TEM, Business Finland

- 36. Vahvistetaan Suomen digitaalista ja perinteistä (mm. matkanjärjestäjä-yhteistyö) matkailumarkkinointia kotimaassa ja Visit Finlandin koordinoimana kansainvälisillä markkinoilla. Seurataan ja kehitetään markkinoinnin vaikuttavuutta.**

Vastuu: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Suoma ry

- 37. Valitaan matkailun kohdemarkkinat ja -ryhmät tietoon perustuen Suomeen suuntautuvassa matkailussa ja suomalaisten matkailussa palveluiden kehittämisen ja markkinoinnin tehostamiseksi.**

Vastuu: Visit Finland (Suomeen suuntautuva matkailu), alueorganisaatiot, yritykset, Suoma ry (100 syytä matkailla Suomessa -kampanja)

- 38. Hyödynnetään Suomen ainutlaatuisia erottautumistekijöitä ja maakuvan vahvuuksia matkailun edistämässä Team Finland -työssä. Kasvatetaan tietoisuutta Suomesta johtavana kestävästä kohdemaana mm. säännöllisellä PR- ja mediatyöllä, innovatiivisella kampanjoinnilla sekä aktiivisella monikanavaisella viestinnällä.**

Vastuu: Business Finland, UM, TEM ja muut Team Finland -toimijat

7.4.3 Matkailualan tki-toiminnan vahvistaminen

- 39. Toimeenpannaan matkailun kansallista tiedolla johtamisen toimintamallia.**
Vastuu: Visit Finland, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueorganisaatiot, yritykset
- 40. Selvitetään ulkomaalaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttämistä Suomessa.**
Tavoite: vuoden 2024 loppuun mennessä on laadittu uusi tutkimusmalli ja toteutettu tutkimus kahteen kertaan.
Vastuu: Visit Finland, Tilastokeskus
- 41. Toimeenpannaan matkailun tki-rahoitusohjelma.**
Tavoite: vuoden 2024 loppuun mennessä Business Finland on myöntänyt rahoitusta 35 yritykselle ja korkeakoululle/tutkimusorganisaatiolle rahoitushaun ehtojen mukaisesti.
Vastuu: Business Finland, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset
- 42. Kannustetaan matkailualaa hyödyntämään kansainvälistymisessä Business Finlandin tki-toiminnan palveluita (ml. EU-rahoitusneuvonta), jonka kehittämisessä huomioidaan matkailualan kansainvälistymisen tarpeet.**
Vastuu: Business Finland, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot
- 43. Viestitään tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden matkailun tki-toiminnan strategisista painopisteistä. Viestinnällä selkeytetään erityisesti korkeakoulujen rooleja ja yhteistyön mahdollisuuksia matkailualan kehittymisen tueksi.**
Vastuu: tutkimus- ja koulutusorganisaatiot
- 44. Kiinnitetään vahvemmin huomiota korkeakoulujen matkailun tki-toiminnan tulosten viestintään tki-hankkeiden toteutuksessa.**
Vastuu: tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, tki-toiminnan rahoittajat mm. Business Finland, maakuntien liitot, ELY-keskukset

7.4.4 Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen

- 45. Edistetään matkailualan osaamistarpeiden ennakointia Osaamisen ennakointi-foorumien ja MaRaMa-alan toimialakohtaisen työvoima-tiekartan avulla.**

Vastuu: OPH, OKM, TEM, edunvalvontaorganisaatiot

- 46. Toimeenpannaan MaRaMa-alan toimialakohtaisessa työvoima-tiekartassa tunnistetut toimenpiteet.**

Vastuu: Työvoima-tiekartassa tunnistetut vastuutahot

- 47. Parannetaan alan imagoa, arvostusta ja houkuttelevuutta sekä työhyvinvointia ympärivuotisen osaavan työvoiman turvaamiseksi.**

Vastuu: yritykset, edunvalvontaorganisaatiot, henkilöstöpalveluyritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, OPH

- 48. Edistetään osaavan kansainvälisen työvoiman rekrytointia ja työllistymistä matkailualalle.**

Vastuu: TEM, TE-toimistot, henkilöstöpalveluyritykset, yritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot

- 49. Vahvistetaan työvoiman osaamisen kehittämistä huomioimalla myös matkailualan tarpeet, alan monialaisuus sekä alan osaamisen uudistumistarve.**

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

Liitteet

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 hiihtokeskusten ja huvi- ja teemapuistojen toiminta ja kylpylät).

Matkailuun suoraan liitännäisiä elinkeinoja ovat mm. kiinteistö- ja laitehuolto, turvallisuus-ala, 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 2019.



Liite 2. Matkailustrategian päivitysprosessi

Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023 laadittiin vuonna 2019. Loppuvuodesta 2021 toteutettiin matkailustrategian toteuman seuranta. Reilussa kahdessa vuodessa toimenpiteet kaikissa matkailustrategian neljässä teemassa olivat edenneet, vaikka toimenpidekohtainen vaihtelu oli suurta. Raportin tulosten perusteella koronapandemia ei ollut hidastanut strategian toimeenpanoa siinä laajuudessa mitä saattoi epäillä. Koronapandemian ja Venäjän Ukrainaan suuntaaman hyökkäyksen vaikutukset aiheuttivat monia muutoksia matkailualan toimintaympäristöön, minkä takia matkailustrategian toimenpiteitä tuli ajantasaistaa.

Suomen matkailustrategian kevyt päivitys toteutettiin keväällä 2022 Matkailufoorumin joulukuun 2021 kokouksessa sovitun mukaisesti. Päivityksessä matkailustrategian visio, missio, määrälliset tavoitteet ja strategian keskeiset teemat säilytettiin pääosin ennallaan. Päivitystyö keskittyi tulevaisuuden näkymien ja toimenpiteiden saattamiseen uutta tilannetta vastaavaksi. Toimenpiteet laadittiin vuosille 2022–2023. Aiemman toimenpideohjelman tavoin osa toimenpiteistä valmistuu kuitenkin vasta myöhemmin.

Päivitystä varten koottiin laajasti eri sidosryhmien näkemyksiä. Matkailufoorumi keskusteli matkailustrategian toimenpiteistä vapaamuotoisessa työpajassa. Lisäksi sidosryhmiä kannustettiin toimittamaan vapaamuotoisia kommentteja työ- ja elinkeinoministeriöön. Keskusteluiden pohjalta laadittiin luonnos Suomen matkailustrategian toimenpiteistä, joita Matkailufoorumin jäsenten ja matkailustrategian aiempien vastuutahojen oli mahdollista kommentoida. Saapuneet kommentit käytiin läpi, ja kommenttien muutosehdotukset arvioitiin ja tarvittaessa niistä keskusteltiin asiaankuuluvien vastuutahojen kanssa. Matkailufoorumi kommentoi matkailustrategian luonnosta kesäkuun 2022 kokouksessaan.

Päivitetty matkailustrategia tuotiin tiedoksi työ- ja elinkeinoministeriön virkamiesjohtoryhmälle.

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. Se sisältää kotimaanmatkailun kysynnän sekä suomalaisten ulkomaanmatkailusta kotimaahan jäävän kysynnän. 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. Vuonna 2020 osuus putosi koronapandemian myötä 1,7 prosenttiin. Lähde: Matkailutilinpito.

Matkailuklusterin yritysten liikevaihto kuvaa matkailuklusteriin kuuluvien majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalveluiden, henkilöliikenteen sekä vuokraus- ja leasingtoimintaa harjoittavien yritysten liikevaihtoa. Matkailuklusteriin kuuluvia toimialoja ovat majoitus-toiminta, ravitsemistoiminta, rautateiden henkilöliikenne, tieliikenteen henkilökuljetus, vesiliikenteen henkilökuljetus, lentoliikenteen henkilökuljetus, liikennevälineiden vuokraus, matkatoimistot ja matkanjärjestäjäpalvelut, kulttuuripalvelut sekä urheilu- ja virkistystoiminta. Matkailun ydinklusteriin lasketaan majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalvelut. 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 retkeilymajoissa. 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 kokoaa Visit Finland.

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

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

Metsähallituksen suojelalueiden, 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 arvon 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 2022–2028 ympäristövaikutusten arviointiselostus (SOVA)

Matkailustrategian teemana on ”Yhdessä enemmän – kestävä 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 vuonna 2005 kokonaisuudessaan matkailusta aiheutui noin 5 prosenttia globaaleista hiilidioksidipäästöistä. Päästöt syntyivät pääasiasta liikkumisesta (75 %) ja majoituksesta (20 %).³ Vuoteen 2030 mennessä matkailusta aiheutuvan liikkumisen hiilidioksidipäästöjen arvioidaan olevan 25 prosenttia korkeammat kuin vuonna 2016. Matkailusta aiheutuvan liikkumisen osuus ihmisen aiheuttamista globaaleista hiilidioksidipäästöistä olisi tällöin 5,3 prosenttia (vuonna 2016 5 %).⁴ 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, kasvillisuuteen, eliöihin ja luonnon monimuotoisuuteen; 3) yhdyskuntarakenteeseen, rakennettuun ympäristöön, maisemaan, kaupunkikuvaan ja kulttuuriperintöön; 4) luonnonvarojen hyödyntämiseen sekä 5) 1–4 kohdissa mainittujen tekijöiden keskinäisiin vuorovaikutussuhteisiin.

Matkailustrategian päivityksessä ympäristönäkökohdat osana kestävä 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 kestävä kasvun edistämistä on keskeistä.

³ UNWTO, 2008.

⁴ UNWTO & ITF, 2019.

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

- 1. Matkailuliiketoiminnan kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti**
- 2. Matkailualan digitaalinen kehittäminen**
- 3. Matkailuliiketoiminnan 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. Matkailuliiketoiminnan kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti

Matkailuliiketoiminnan kestävydestä 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 vastuullisuudesta sekä valmiuksia vastuulliseen toimintaan. Lisäksi toimenpiteet lisäävät paikallisten ihmisten ja yhteisöjen huomioonottamista toiminnassa. Sustainable Travel Finland -merkin käyttöönottoon tähtäävä toimenpide levittää vastuullista toimintatapaa laajasti matkailualalle. Toimenpiteet ravitsemisalan yritysten sitoutumisen edistämiseksi elintarvikealan materiaalitehokkuuden sitoumukseen sekä kertakäyttöisten muovisten juomamukien ja elintarvikepakkausten vähentämiseen vaikuttavat luonnonvarojen aiempaa kestävämpään käyttöön ja jätteiden määrän vähentämiseen. Kansallisten kestävä matkailun indikaattoreiden käyttöönotto ja matkailupalveluiden hiilipäästöjen seurannan ja arvioinnin kehittäminen osana Sustainable Travel Finland -ohjelmaa vahvistavat valmiuksia vastuullisen toiminnan lisäämiseen, kuten myös yritysten ja alueiden kannustaminen sitoutumaan matkailualan globaaliin ilmastojuulistukseen (Glasgow Declaration).

Toimenpiteillä tähdätään myös teemamatkailun kehittämiseen, millä on myönteisiä vaikutuksia sesonkien tasaamiseen, kokoaikaisten ympärivuotisten työpaikkojen syntymiseen ja paikallistalouksien elinvoimaan. Tämä puolestaan vaikuttaa myönteisesti matkailun kestävyden ulottuvuuksiin. 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 digitaalinen kehittäminen

Matkailualan digitaalista kehittämistä käsittelevässä luvussa nostetaan esiin mm. digitaalisten ratkaisujen käyttöönottoa matkailutuotteissa ja -palveluissa sekä osaamisen kehittämistä. Luvun toimenpiteet kytkeytyvät vahvasti teknologian hyödyntämiseen, toimintatapojen muutokseen sekä 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 tähtäävät matkailun kasvuun, mikä lisää matkailusta aiheutuvia ympäristövaikutuksia.

3. Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus

Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus -luvussa käsitellään saavutettavuuden kehittämistä matkailualan tarpeiden näkökulmasta. Matkustaminen tuottaa vääjäämättä päästöjä, mutta sujuvien matkaketjujen kehittäminen ja aiempaa ympäristöystävällisempien polttoaineiden hyödyntäminen voivat vähentää päästöjä. Lisäksi matkailijoiden mahdollisuudet päästökompensatioihin ovat lisääntyneet. Asukkaiden, yrittäjien ja matkailijoiden liikkumismahdollisuuksien kehittäminen vaikuttaa myönteisesti ihmisten elinoloihin. Matkaketjujen kehittäminen mahdollistaa julkisen liikenteen aiempaa laajemman hyödyntämisen yksityisautoilun rinnalla.

Tehokkaiden ja kestävien liikenneyhteyksien ja liikenneinfrastruktuurin kehittäminen vaikuttavat myönteisesti liikenteen sujuvuuteen ja matka-aikoihin, ja siten myös ihmisten elinoloihin ja terveyteen. Valtakunnallisen liikennejärjestelmäsuunnitelman toimeenpano vahvistaa kokonaisvaltaista suunnitelmallisuutta liikkumisen järjestämisessä. Sähköisen lentoliikenteen mahdollisuuksien selvittäminen ja pilotointi edistävät päästöjen

vähentämistä tulevaisuuden liikkumisessa. Tietoliikenneyhteyksien kehittäminen mahdollistaa asioiden hoitamista sähköisesti, mikä vähentää liikkumisen tarvetta. 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) Suomen matkailumarkkinoinnin terävöittämistä, 3) matkailualan tki-toiminnan vahvistamista 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 sekä tki-toiminnan edistäminen vahvistavat matkailualan kannattavuutta ja kilpailukykyä. Osaavan työvoiman saatavuuteen tähtäävillä toimilla edistetään ihmisten toimeentuloa ja hyvinvointia sekä lisätään inhimillistä pääomaa.

Liite 5. Matkailustrategian 2022–2028 työllisyys- ja sukupuolivaikutusten arviointiselostus

Matkailulla on Suomessa merkittävä vaikutus kansantalouteen ja työllisyyteen. Matkailu työllisti vuonna 2019 yli 154 000 henkilöä. Lisäksi vuokratyövoiman käyttö oli yleistä; hotelli- ja ravintola-alalla tehtiin vuokratyötä arviolta 10 000 henkilötyövuotta. Matkailutoimialan laajan klusterin (sis. majoitus-, ravitsemis-, ohjelmapalvelu- ja matkanjärjestäjätoiminnan sekä vuokraus- ja henkilöliikennepalvelut) työllisyys on kasvanut Suomessa 2010-luvun viimeisinä vuosina. Työllisten määrä kuitenkin väheni yli 25 000 henkilöllä (-16 %) 128 700 henkilöön vuonna 2020 koronapandemian aiheuttamien rajoitusten johdosta. 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. työnhakijoiden osamisvajeet, avointen työpaikkojen löytämisen vaikeus, kannustinloukkuongelmat, toimialan heikko kannattavuus, epäsäännöllinen ja sesonkiluonteinen työ ja asunnon löytämiseen liittyvät ongelmat. Osaavan työvoiman saatavuus haastoi matkailutoimialaa jo ennen koronapandemiaa, mutta pandemian aikana työvoiman saatavuus vaikeutui entisestään.

Tilastokeskuksen Työvoimatutkimuksesta käy ilmi, että majoitus- ja ravitsemistoiminnan parissa työskentelevistä naisten osuus on miehiä huomattavasti suurempi. Vuosina 2019–2021 toimialalla on työskennellyt noin puolet enemmän naisia kuin miehiä (taulukko 1). 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.

Taulukko 1. Työlliset ja palkansaajat sekä työllisten ja palkansaajien tehdyt työtunnit, 15–74-vuotiaat muuttujina Toimiala, Vuosi, Sukupuoli ja Tiedot. Lähde: Tilastokeskus, Työvoimatutkimus 2021.

Työlliset, 1 000 henkilöä	
I Majoitus- ja ravitsemistoiminta (55–56)	
2019	
Yhteensä	103
Miehet	34
Naiset	68
2020	
Yhteensä	83
Miehet	28
Naiset	55
2021	
Yhteensä	86
Miehet	30
Naiset	57

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 sukupuolen perusteella. Tässä arvioinnissa sukupuolten moninaisuus huomioidaan viitaten sukupuoli-identiteettiin, eli henkilön omaan kokemukseen sukupuolestaan sekä tavastaan ilmaista sukupuoltaan.⁵

5 Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, 2019.

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. Matkailuliiketoiminnan kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti**
- 2. Matkailualan digitaalinen kehittäminen**
- 3. Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus**
- 4. Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen**

Toimenpiteiden työllisyys- ja sukupuolivaikutukset arvioitiin neljän kokonaisuuden kautta. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että useat toimenpiteet vaikuttavat toteutuessaan 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 saavuutta sukupuolesta riippumatta välillisesti.

1. Matkailuliiketoiminnan kestävydestä 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, kuten asukkaiden huomioon ottaminen ja paikallisten vahvuuksien tunnistaminen matkailun alueellisessa kehittämisessä ml. tuotekehitys ja markkinointi, sekä vastuullisesta toiminnasta viestiminen, lisäävät osaltaan sekä suoraan että välillisesti matkailukysyntää ja siten toimialan työllistävyyttä. Toimenpiteillä tähdätään myös teema- matkailun kehittämiseen, millä on myönteisiä vaikutuksia sesonkien tasaamiseen, ja siten

kokoaikaisten ympärivuotisten työpaikkojen syntymiseen. Luvun toimenpiteet hyödyttävät työllistävyyden näkökulmasta kaikkia sukupuolia.

2. Matkailualan digitaalinen kehittäminen

Matkailualan digitaalista kehittämistä käsittelevässä luvussa nostetaan esiin mm. digitaalisten ratkaisujen käyttöönottoa matkailutuotteissa ja -palveluissa sekä osaamisen kehittämistä. Luvun toimenpiteet kytkeytyvät vahvasti teknologian hyödyntämiseen, toimintatapojen muutokseen sekä osaamisen lisäämiseen. 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. Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus

Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus -luvussa käsitellään saavutettavuuden kehittämistä matkailualan tarpeiden näkökulmasta. Liikkumismahdollisuuksien kehittäminen vaikuttaa myönteisesti työvoiman saatavuuteen ja liikkuvuuteen, joskin vaikutus tyypillisesti arvioidaan pieneksi. Luvun toimenpiteillä on potentiaalisia työllisyysvaikutuksia mm. henkilöliikennesektorille sekä erilaisia liikkumispalveluita asiakkaille yhdistelville uudentilaisille liikenneoperaattoreille. Toimivat tietoliikenneyhteydet mahdollistavat etätöiden tekemisen, mikä 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.⁶

⁶ Tilastokeskus, Työvoimatutkimus 2021.

4. Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen -luvussa käsitellään 1) matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistamista, 2) Suomen matkailumarkkinoinnin terävöittämistä, 3) matkailualan tki-toiminnan vahvistamista ja 4) osaavan työvoiman saatavuuden varmistamista. Lukuun liittyvät toimenpiteet mm. lisäävät yhteistyötä, tiedon tuottamista ja sen hyödyntämistä. 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 työnantajakuvan kehittäminen voivat lisätä työvoiman kiinnostusta ja tarjontaa alaa kohtaan. Paikkasidonaisena 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 kasvat-
taa kokonaistyöllisyyttä mm. taantuvilla, korkean työttömyyden alueilla, kuten myös maa-
seutu- ja saaristoalueilla 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 osajien 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 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

European Commission, 2022. Transition pathway for tourism. Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Publications Office 2022. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/344425>

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 Innovaattorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä (1146/2017). <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2017/20171146>

Metsähallitus, 2022a. Käyntimääriä suojelu- ja retkeilyalueilla sekä palvelupisteissä. <https://www.metsa.fi/vapaa-aika-luonnossa/kayntimaarat/>

Metsähallitus, 2022b. Suojelualueiden paikallistaloudelliset vaikutukset. <https://www.metsa.fi/vapaa-aika-luonnossa/hyvinvointia-luonnosta/taloushyotyja-luonnosta/kansallispuistojen-hyotyja-paikallistalouteen/>

Nurmi, Ossi, 2022. Matkailutilinpito 2020 ja matkailukysynnän arviot 2021. Tilastokeskus. Esitys 6.4.2022. <https://tem.fi/documents/1410877/8602190/nurmi-matkailun-kansallisen-ja-alueellisen-tilinpidon-2020-julkistus-ja-matkailukysynnän-arviot-2021.pdf>

OECD, 2018. Tourism Trends and Policies. <https://doi.org/10.1787/tour-2018-en>

OECD, (ei vl.). Tourism Trends and Policies.

Oxford Economics, 2022. Travel and Tourism: Global Highlights & Risks. March 2022. <https://www.oxfordeconomics.com/resource/travel-and-tourism-global-highlights-risks/>

Palta, 2022. Palvelualojen työnantajat Palta ym.: Palvelualojen osaajabarometri 2022. https://www.palta.fi/wp-content/uploads/2022/05/Raportti_Palvelualojen-osaajabarometri_30.5.2022.pdf

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>

TEM, 2020. Matkailun toimialaraportti, 2019. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2019:3. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-390-0>

TEM, 2021a. Kotimaanmatkailun nykytila ja potentiaali – selvitys kohderyhmistä ja kehittämistoimista. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2021:14. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/162882>

- TEM, 2021b. Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajat 2021: Yhteenvetoraportti keskeisistä tuloksista. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2021:61. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-939-1>
- TEM, 2022a. Matkailutoimialan työllisyys muuttuvassa toimintaympäristössä. TEM Toimialaraportit 2022:3. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-847-9>
- TEM, 2022b. Toimialojen näkymät: matkailuala. Kevät 2022. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022060844641>
- TESI, 2022. Suomen Teollisuussijoitus TESI: Kasvuyrityspulssi päivitys 25.4.2022. <https://www.tesi.fi/userassets/uploads/2022/04/Kasvuyrityspulssi-kierros-6-FIN.pdf>
- THL, 2019. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2019. <https://thl.fi/fi/web/sukupuolten-tasa-arvo/sukupuoli>
- Tilastokeskus, 2022a. Asiakaskohtainen suhdannepalvelu. <https://www.stat.fi/tup/suhdannepalvelu/index.html>
- Tilastokeskus, 2022b. Majoitustilasto. <https://www.stat.fi/tilasto/matk>
- Tilastokeskus, 2022c. Suomalaisen matkailu 2021. <https://www.stat.fi/julkaisu/cktskw1m86u5z0b604gvy2lwa>
- Tilastokeskus, 2022d. Työvoimatutkimus 2021. <https://www.stat.fi/julkaisu/cl3wwhvr9mcak0bw32jv1sqez>
- Tilastokeskus, 2022e. Ulkomaankauppatilasto 2020. <https://www.stat.fi/tilasto/tpulk>
- 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, 2008. Climate Change and Tourism - Responding to Global Challenges. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284412341>
- UNWTO World Tourism Organization and International Transport Forum, 2019. Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416660>
- UNWTO World Tourism Organisation, 2022a. Global and Regional Tourism Performance data dashboard. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>
- UNWTO World Tourism Organisation, 2022b. UNWTO World Tourism Barometer, May 2022. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-06/UNWTO_Barom22_02_May_excerpt.pdf?VersionId=5c9Q9abJCiFcJYyU_4zmzill3YBzl7A
- Visit Finland, 2017. Kohderyhmätutkimus. <https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2017/2017-segmentation-cross-country-summary.pdf>
- Visit Finland, 2018. Matkailijatutkimus. <https://www.businessfinland.fi/4a3a93/contentassets/s/6518a681474e404bbdedd4412592876/visit-finland-matkailijatutkimus-2018.pdf>
- Visit Finland, 2019. Matkailutilinpito. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2016–2017. https://www.businessfinland.fi/contentassets/4b07e15186484a69b62e991ed85a6c45/matkailutilinpito_2016-2017.pdf
- Visit Finland, 2021. Kansainvälisen matkailun tulevaisuuden trendit 2022. <https://www.businessfinland.fi/4b0225/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/kansainvalisen-matkailun-tulevaisuuden-trendit-2022-visit-finland.pdf>

Visit Finland, 2022a. Matkailutilinpito. Valtakunnallinen ja alueellinen matkailutilinpito. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2019–2020. <https://www.businessfinland.fi/495e80/contentassets/6518a681474e404b-bdeddd4412592876/visit-finland---matkailutilinpito-2019-2020.pdf>

Visit Finland, 2022b. Matkustustase. Tilastokeskus, Visit Finland Tilastopalvelu Rudolf. <http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland>

Visit Finland, 2022c. Pohjoismaiset tilastot. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/pohjoismainen-vertailu>

Verkkajulkaisu
ISSN 1797-3562
ISBN 978-952-327-772-4

Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi
Julkaisumyynti: vnjulkaisumyynti.fi