

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja • Yritykset • 2024:36

Suomen matkailustrategia 2022–2028

Toteuman seuranta vuosilta 2022–2023



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2024:36

Suomen matkailustrategia 2022–2028

Toteuman seuranta vuosilta 2022–2023

Jeremias Kortelainen, Tiina Koivula, Jenna Siltala, Ruska Sinkkonen
(Owal Group Oy)

Työ- ja elinkeinoministeriö Helsinki 2024

Julkaisujen jakelu

Distribution av publikationer

**Valtioneuvoston
julkaisuarkisto Valto**

Publikations-
arkivet Valto

julkaisut.valtioneuvosto.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: 978-952-327-652-9

ISSN pdf: 1797-3562

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2024

Suomen matkailustrategia 2022–2028 Toteuman seuranta vuosilta 2022–2023

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2024:36

Teema

Yritykset

Julkaisija Työ- ja elinkeinoministeriö

Tekijä/t Jeremias Kortelainen, Tiina Koivula, Jenna Siltala ja Ruska Sinkkonen

Yhteisötekijä Owl Group Oy

Kieli suomi

Sivumäärä

62

Tiivistelmä

Suomen matkailustrategiassa asetetaan tavoitteet matkailun kehittämiseksi vuoteen 2028 asti ja toimenpiteet vuosille 2022–2023. Matkailustrategian tavoitteena on toimia matkailun kehittämistyön yhteisenä ohjenuorana. Toimenpiteiden etenemistä seurataan säännöllisesti.

Kaikissa matkailustrategian pääteemoissa on toteutettu onnistuneesti matkailualaa hyödyttäviä toimenpiteitä. Kestävyyden ja digitalisaation edistämisen alle sijoittuvat toimenpiteet ovat kokonaisuutena katsoen edenneet lähimmäs tavoitteitaan. Myös matkailukohteiden saavutettavuuden ja tki-toiminnan toimenpiteistä monet ovat edenneet pitkälle. Lähes kaikki toimenpideryhmät ovat edenneet strategiakauden edetessä verrattuna vuoden 2021 toteuman seurantaan.

Rahoituksen väheneminen on vaikuttanut varsinkin eri toimijoiden perustehtävän osana edistettäviin toimenpiteisiin. Monet varsinkin matkailun kilpailukykyistä toimintaympäristöä edistävästä toimista ovat sellaisia, joihin matkailun edistämiseen kohdentuvat säästötoimet vaikuttavat suoraan.

Pääteemoja pidetään ajankohtaisina ja relevantteina jatkossakin. Kestävyys- ja vastuullisuuskysymysten sekä digitalisaation merkitys kasvaa edelleen.

Asiasanat yritykset, elinkeinot, matkailu, strategiat, poikkihallinnollisuus, matkailupolitiikka

ISBN PDF 978-952-327-652-9

ISSN PDF

1797-3562

Julkaisun osoite <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-652-9>

Finlands turismstrategi 2022–2028

Uppföljning av utfallet 2022–2023

Arbets- och näringsministeriets publikationer 2024:36		Tema	Företag
Utgivare	Arbets- och näringsministeriet		
Författare	Jeremias Kortelainen, Tiina Koivula, Jenna Siltala och Ruska Sinkkonen		
Utarbetad av	Owal Group Oy		
Språk	finska	Sidantal	62
Referat	<p>I Finlands turismstrategi fastställs mål för utvecklingen av turismen fram till 2028 och åtgärder för 2022–2023. Avsikten är att turismstrategin ska vara ett gemensamt rättesnöre i turismutvecklingsarbetet. Framstegen i åtgärderna följs upp regelbundet.</p> <p>Inom alla strategins huvudteman har man framgångsrikt genomfört åtgärder som gynnar turistbranschen. De åtgärder som har att göra med att främja hållbarhet och digitalisering har som helhet sett kommit närmast sina mål. Också många av de åtgärder som gäller turistmålen tillgänglighet och FoUI-verksamhet har kommit långt. Nästan alla åtgärdshelheter har framskridit under strategiperioden jämfört med uppföljningen av utfallet 2021.</p> <p>Den minskade finansieringen har påverkat i synnerhet de åtgärder som främjas som en del av olika aktörers kärnuppgifter. I synnerhet många av de åtgärder som ska bidra till en konkurrenskraftig verksamhetsmiljö för turismen påverkas direkt av de sparåtgärder som riktas till främjandet av turism.</p> <p>Huvudtemana kan anses vara aktuella och relevanta även i fortsättningen. Frågor kring hållbarhet och ansvarsfullhet samt digitalisering blir hela tiden viktigare och viktigare.</p>		
Nyckelord	företag, näringar, turism, strategier, tväradministrativt perspektiv, turismpolitik		
ISBN PDF	978-952-327-652-9	ISSN PDF	1797-3562
URN-adress	https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-652-9		

Finland's Tourism Strategy 2022–2028 Monitoring of Implementation in 2022–2023

Publications of the Ministry of Economic Affairs and Employment 2024:36	Subject	Enterprises
--	----------------	-------------

Publisher	Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland
------------------	--

Author(s)	Jeremias Kortelainen, Tiina Koivula, Jenna Siltala and Ruska Sinkkonen
------------------	--

Group author	Owal Group Oy
---------------------	---------------

Language	Finnish	Pages	62
-----------------	---------	--------------	----

Abstract

Finland's tourism strategy sets targets for developing tourism until 2028 and specifies measures for 2022–2023. The purpose of the tourism strategy is to serve as a common guideline for developing tourism in Finland. The progress of the measures is monitored regularly.

Measures benefiting the tourism sector have been successfully implemented in all the main themes of the tourism strategy. Overall, the measures focusing on promoting sustainability and digitalisation are the closest to meeting their objectives. Many of the measures on the accessibility of tourist destinations and RDI activities have also advanced well. Almost all action groups have made progress during the strategy period compared with the monitoring of implementation in 2021.

The decrease in funding has affected the measures promoted as part of the basic tasks of different operators, in particular. Many of the measures promoting the competitive operating environment for tourism are directly impacted by the austerity measures affecting tourism promotion.

The main themes continue to be considered topical and relevant. Sustainability and responsibility issues and digitalisation are becoming increasingly important.

Keywords	enterprises, business and industry, tourism, strategies, intersectoral approach, tourism policy
-----------------	---

ISBN PDF	978-952-327-652-9	ISSN PDF	1797-3562
-----------------	-------------------	-----------------	-----------

URN address	https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-652-9
--------------------	---

Sisältö

1	Tausta ja tavoite	7
1.1	Tausta	7
1.2	Tehtävänanto.....	7
1.3	Seurannan toteutus ja arviointimalli	8
2	Määrällisten tavoitteiden toteuma	11
3	Toimenpiteiden toteutuminen	17
3.1	Matkailuliiketoiminnan kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti.....	17
3.1.1	Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja	17
3.1.2	Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi.....	23
3.2	Matkailualan digitaalinen kehittäminen	27
3.3	Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus.....	31
3.4	Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen	38
3.4.1	Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen	39
3.4.2	Suomen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen	43
3.4.3	Matkailualan tki-toiminnan vahvistaminen.....	46
3.4.4	Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen	50
4	Johtopäätökset	55
4.1	Johtopäätökset	55
4.2	Näkökulmia matkailustrategian kehittämiseen	59
4.2.1	Kehittämisen periaatteita.....	59
4.2.2	Näkökulmia vastuutahoihin	61
	Lähteet	62

1 Tausta ja tavoite

1.1 Tausta

Suomen vuosille 2022–2028 luodussa matkailustrategiassa ”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” asetetaan tavoitteet matkailun kehittämiseksi vuoteen 2028 ja toimenpiteet vuosille 2022–2023 (TEM 2022). Matkailustrategian tavoitteena on toimia matkailun kehittämistyön yhteisenä ohjenuorana. Matkailustrategiaa toteutetaan valtiontalouden kehyspäätösten ja valtion talousarvioiden mukaisten voimavarojen puitteissa.

Matkailustrategian toimenpiteitä toteuttaa laaja toimijajoukko ja näin olleen toimenpiteiden kirjo on laaja. Toimenpiteistä vastaavia tahoja ovat mm. julkisen sektorin toimijat, matkailun alueorganisaatiot, alueelliset kehittämissyhtiöt, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot sekä matkailuyritykset. Matkailustrategiassa on linjattu, että toteuman seuranta tehdään kokonaisuudessaan ja toimenpiteittäin kahden vuoden välein. Seuranta perustuu vastuutahojen raportointiin toimenpiteiden etenemisestä. Lisäksi määrällisiä tavoitteita seurataan vuosittain. Työ- ja elinkeinoministeriön koordinoima Matkailufoorumi edistää ja seuraa matkailustrategian toimeenpanoa ja etenemistä.

1.2 Tehtävänanto

Tässä raportissa kuvataan Suomen matkailustrategian toimenpiteiden 2022–2023 toteuman arviointi. Raportissa esitetään Suomen matkailustrategian 2022–2028 ja vuosien 2022–2023 toimenpiteiden toteuma toimenpiteittäin ja teemoittain. Raportti toimii tukena matkailustrategian ja sen seurannan jatkokehittämiseksi. Johtopäätökset edustavat toteuman arvioinnin toteuttavien asiantuntijoiden näkemyksiä, eivät työ- ja elinkeinoministeriön virallista kantaa.

Kuviossa 1 on havainnollistettu toteuman seurannan kokonaisuutta. Kunkin toimenpiteen osalta arvioidaan etenemistä valituilla kriteereillä sekä erikseen määrällisten tavoitteiden toteutumista. Havainnot kytketään analyysi- ja raportointivaiheessa matkailustrategian vision ja mission etenemiseen sekä näiden vahvistamista tukeviin johtopäätöksiin.

Kuvio 1. Toteuman seurannan kokonaisuus

1.3 Seurannan toteutus ja arviointimalli

Matkailustrategian toteuman seuranta toteutettiin toimijakohtaisella sähköisellä tietopyynnöllä matkailualan toimijoille sekä tietopyyntöä täydentävillä haastatteluilla. Lisäksi matkailustrategian määrällisten tavoitteiden seuranta toteutettiin määriteltyjen mittarien mukaisesti edellisvuosiin rinnastuvalla ja vertailun mahdollistavalla tavalla.

Tietopyyntö lähetettiin toimenpiteiden toteutumisesta vastaaville matkailualan toimijoille. Tietopyyntö rakennettiin siten, että vastaajat näkivät ensisijaisesti omalle vastualueelleen kuuluvat toimenpiteet. Toimenpiteitä pyydettiin arvioimaan ajankaksolla 2022–2023, joskin toimenpiteiden toteutuksen arvioinnissa on huomioitu myös vuonna 2024 toteutettuja toimenpiteitä.

Tietopyyntö sisälsi toimenpiteittäin kysymyksiä toimenpiteen toteutuksen vaiheesta ja tehdyistä toimenpiteistä. Lisäksi toimenpiteiden osalta pyydettiin näkemyksiä niiden kehittämiseen: mitä toimenpiteen etenemisen arvioinnissa tulisi huomioida, millaisilla indikaattoreilla vaikutuksia tulisi mitata, mikä organisaatio olisi luontevin vastuutaho arvioimaan toimenpiteen etenemistä ja onko toimenpide relevantti suhteessa Suomen matkailustrategian tavoitteisiin.

Toimenpiteiden toteutumista arvioitiin sekä yksittäisten toimenpiteiden tasolla että laajemmalla yhteen vetävällä tasolla teemoittain. Jokaisesta toimenpiteestä esitetään eteneminen sekä numeroarviona että kirjallisesti kuvaillen. Osassa

toimenpiteistä sisältö jaettiin arvioinnissa useampaan osaan, jolloin on voitu paremmin hyödyntää liikennevalotyypistä lähestymistapaa kunkin kirjauksen osalta. Teemakohtaisiin yhteenvedoihin sisältyy kooste teeman alle sijoittuvien toimenpiteiden etenemisestä, ja siinä nostetaan esiin toimenpiteiden ristikkäisvaikutuksia sekä eroavaisuuksia, jotka saattavat vaikuttaa etenemisen edellytyksiin.

Yksittäiset toimenpiteet arvioitiin kuusiportaisella asteikolla. Toimenpiteet luokiteltiin kolmeen luokkaan sen perusteella, millä kriteereillä niitä arvioitiin:

1. Toimenpiteellä on täsmällinen tavoite. Esimerkiksi toimenpide *”Vuoden 2023 loppuun mennessä 300 matkailuyritykselle ja 6 matkailualueelle on myönnetty STF-merkki.”* Arviointi asteikolla: 0 = toimenpidettä ei ole käynnistetty, 1 = ei edennyt lainkaan, 5 = toteutunut tavoitellusti.
2. Toimenpiteeseen sisältyy mitattavia sisältöjä, mutta ilman määriteltyä tavoitetasoa. Esimerkiksi toimenpide *”Selvitetään sähköisen lentoliikenteen mahdollisuuksia Suomessa ja lähialueliikenteessä.”* Arviointi asteikolla: 0 = toimenpidettä ei ole käynnistetty, 1 = toimenpidettä ei ole edistetty, 5 = toimenpidettä on edistetty erittäin paljon / toimenpide on valmis.
3. Toimenpide on tavoitetilaa kuvaileva. Esimerkiksi teemamatkailun edistämisen tavoitteet. Arviointi kuvailevasti asteikolla: 0 = toimenpidettä ei ole käynnistetty, 1 = Toimenpiteen tavoite ei ole edennyt, 5 = Toimenpiteen tavoite on edennyt erittäin paljon.

Analyysissä arvot 0 ja 1 ovat saaneet **punaisen**, 2 ja 3 **sinisen** ja 4 ja 5 **vihreän** värin.

Kokonaisarvio toimenpiteen tilanteesta on arvioitsijoiden näkemys, joka pohjautuu matkailualan ja vastuutahojen itsensä raportoimaan etenemiseen. Siinä on huomioitu kaikki kyseiseen toimenpiteeseen liittyvä kerätty aineisto. Merkittävä osa toimenpiteistä on edennyt eri tahtisesti eri organisaatioissa. Tällöin toimenpiteestä on voinut toteutua osia esimerkiksi kansallisella tasolla, mutta jotkin osat paikallisella tasolla saattavat olla aloittamatta kokonaan. Tämän kaltaisissa tilanteissa kokonaisarvio toimenpiteestä sijoittuu useimmiten asteikon keskivaiheille. Lisäksi arvioita tulkittaessa on syytä huomioida, että arvio kohdentuu ensisijaisesti tehtyihin toimiin. Esimerkiksi *”edistämistä”*, *”kehittämistä”* tai *”parantamista”* on voitu tehdä suunnitellusti, mutta tämä ei vielä näy muutoksena toimenpiteen kohteessa. Suurelle osalle toimenpiteistä ei ole määritelty tavoitetasoa, jonka perusteella toimenpiteen voisi arvioida olevan valmis. Näistä syistä painoarvoa kannattaa antaa arvosanaa enemmän sanalliselle vastaukselle tiivistävälle arviolle sekä johtopäätöksille, joissa on huomioitu useampia toimenpiteitä ja koko aineisto.

Kaikkia yksittäisiä tietopyynnöllä koottuja toimia ei ole kuvattu tässä raportissa, mutta ne on huomioitu kokonaisarvion laatimisessa. Kaikki kerätyt vastaukset on toimitettu työ- ja elinkeinoministeriölle hyödynnettäväksi matkailustrategian jatkokehittämisessä ja matkailupolitiikan valmistelussa.

Raportin luvussa kaksi kuvataan määrällisten tavoitteiden toteutumisen tilanne. Luvussa kolme esitetään teemoittain toimenpiteiden toteutuminen. Luvussa neljä esitetään johtopäätökset sekä näkökulmia matkailun ja strategian seurannan kehittämisen tueksi. Luvussa kolme kunkin teemakohtaisen luvun alussa on kuvattu toimenpiteiden sisältöä matkailustrategian perusteella, minkä jälkeen on esitetty yhteenveto sekä arvio ja havainnot toimenpiteittäin.

2 Määrällisten tavoitteiden toteuma

Matkailustrategiassa on asetettu määrällisiä tavoitteita Suomen matkailualan kehittymiselle vuosille 2023–2028. Tässä luvussa tarkastellaan määrällisten tavoitteiden toteumaa tavoitevuonna 2023 siltä osin mitä tietoja kyseistä vuotta koskien on saatavilla (taulukko 1). Vuonna 2022 vuodelle 2023 asetetut tavoitteet päivitettiin vastaamaan uutta toimintaympäristöä (TEM 2022). Taulukossa 1 nämä vuodelle 2023 asetetut päivitettyt tavoitteet ovat suluissa. Vertailun vuoksi mukana tarkastelussa ovat myös vuoden 2028 tavoitteet sekä vuosien 2019–2022 toteumat.

Koska moni tilasto julkaistaan viiveellä, osa vuosien 2022 ja 2023 luvuista taulukossa 1 on ennakkotietoja tai ennakoarvioita. Matkailukysynnän vuoden 2023 luvut ovat ennakoarvioita ja vuoden 2022 matkailukysynnän arvot sekä matkailun suora arvonlisä BKT:stä ovat ennakkotietoja. Lisäksi on huomioitava, että osaa vuoden 2023 tavoitteiden toteumasta ei ole mahdollista arvioida, sillä tietoja ei ole saatavilla vielä ollenkaan johtuen julkaisuviiveestä. Tämä koskee matkailun suoraa arvonlisää BKT:stä, matkailuklusterin yritysten liikevaihtoa sekä matkailun aikaansaamaa työllisyyttä. Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudellisia kokonaistulovaikutuksia ei vuorostaan laskettu ollenkaan vuoden 2020 osalta koronapandemiasta johtuen (Metsähallitus 2024).

Taulukko 1. Määrällinen toteuma 2019–2023 ja tavoitteet vuodelle 2028. Vuodelle 2023 asetetut päivitettyt tavoitteet suluissa.

	2019	2020	2021	2022	2023	2028
Matkailukysyntä (mrd €)	16,3	10,1	11,3	14,8*	15,3*** (15,8)	20
Matkailuvienti eli ulkomainen matkailukysyntä (mrd €)	5,3	1,5	1,3	3,4*	4,5*** (3,5)	8
Kotimainen matkailukysyntä (mrd €)	11	8,6	10,1	11,4*	10,8*** (12,3)	12
Matkailun suora arvonlisä BKT:stä (%)	2,7	1,4	1,5	1,8*	** (2)	3
Matkailuklusterin yritysten liikevaihto (mrd €)	20,7	13,6	13,9	19,7	** (18)	29
Matkailun aikaansaama työllisyys (hlöä)	154 100	131 400	128 100	140 600*	** (152 000)	164 000

	2019	2020	2021	2022	2023	2028
Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	23,1	14,3	17,5	22	22,8* (22,2)	26
Ulkomaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	7,1	2,3	2,1	5	5,8* (6)	10
Kotimaiset rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.)	16	12	15,4	17	17* (16,2)	16
Majoitusmyynti (milj. €)	1 389	748	909	1 369	1 496 1 200)	1 643
Suomen markkinaosuus (%) ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin	14	15	11	11	12 (11)	16
Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset kokonaistulovaikutukset (milj. €)	321,9	**	460,4	391,8	413 (336)	350
Metsähallituksen suoje-lualueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärä (milj.)	8,2	9,1	9,5	8,5	8,7 (8,6)	9
Suomen sijoitus ulko-maisten yöpymisten sesonkiluonteisuudessa suhteessa muihin Pohjoismaihin	1	4	3	1	1 (1)	1

* ennakkotieto

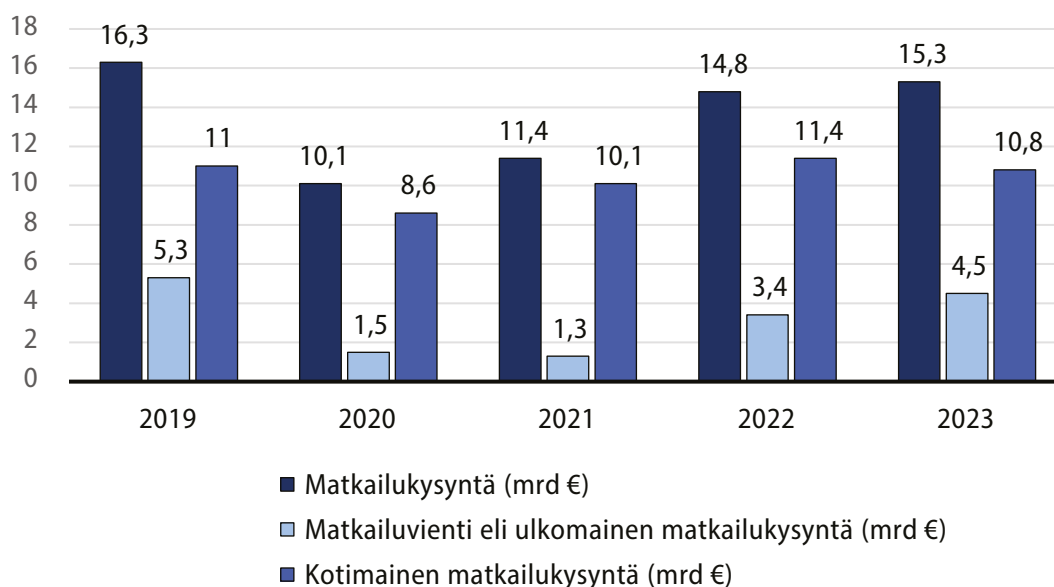
** lukua ei saatavilla

*** ennakoarvio

Matkailukysynnän kehitys on alkanut palautua koronapandemian aiheuttamasta kysynnän laskusta. Ennakoarvion mukaan vuoden 2023 matkailukysyntä yltää lähelle vuoden 2023 tavoitteeksi asetettua 15,8 miljardia euroa (kuvio 2). Kotimainen matkailukysyntä (10,8 miljardia euroa) jää tavoitteestaan (12,3 miljardia

euroa). Sen sijaan matkailuviennin eli ulkomaisen matkailukysynnän kehitys on ollut vuonna 2022 tehtyä ennustetta huomattavasti positiivisempi: tavoitteena ollut 3,5 miljardia euroa ylittyy miljardilla eurolla.

Kuvio 2. Matkailukysyntä Suomessa 2019–2023. Vuoden 2022 luvut ovat ennakkotietoja. Lähde: TEM 2024, Nurmi 2024.

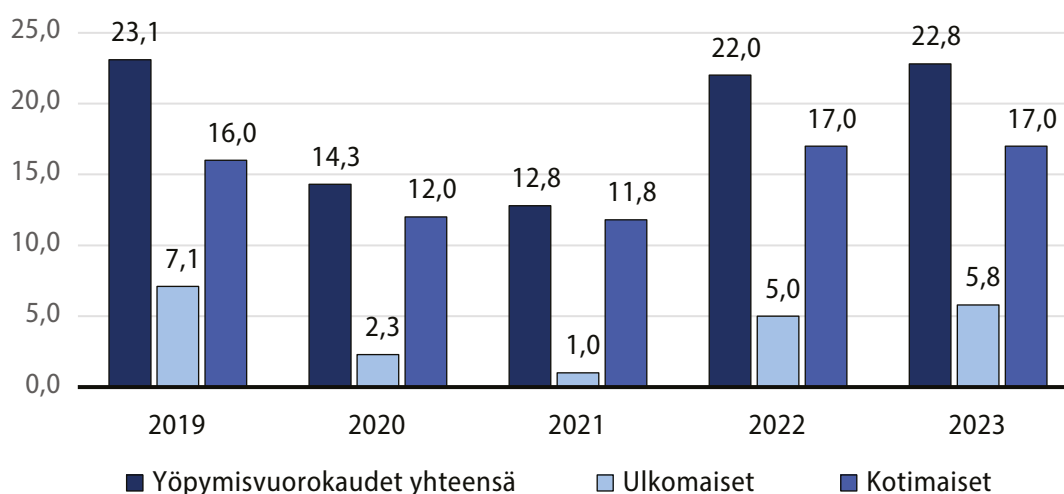


Kun tarkastellaan matkailun suora arvonlisää BKT:stä, matkailuklusterin yritysten liikevaihtoa sekä matkailun aikaansaamaa työllisyyttä, vuoden 2022 toteumat ovat arviointihetkellä uusimmat saatavilla olevat tiedot. Vuoden 2022 tietojen valossa voidaan todeta, että matkailun suora arvonlisä BKT:stä (1,8 prosenttia) kehittyi jo vuonna 2022 lähelle vuoden 2023 tavoitetta (2 prosenttia). Tavoitteessa matkailun aikaansaamalle työllisyydelle (152 000 henkilöä) oli vuoden 2022 tietojen valossa (140 200 työllistä) vielä merkittävää eroa.

Matkailuklusterin yritysten liikevaihto oli 10,4 miljardia euroa vuonna 2022. Lukua ei voida kuitenkaan suoraan verrata vuodelle 2023 asetettuun tavoitteeseen (18 miljardia euroa), koska tarkastelutapa on muuttunut. Vuoden 2022 tiedot sisältävät majoitus- ja ravitsemistoiminnan sekä ohjelmapalvelut ja matkanjärjestäjät -toiminnan. Vuonna 2022 asetetussa tavoitteessa ja aiempien vuosien toteumaluvuissa ovat mukana myös henkilöpalveluliikenteen liikevaihtoluvut.

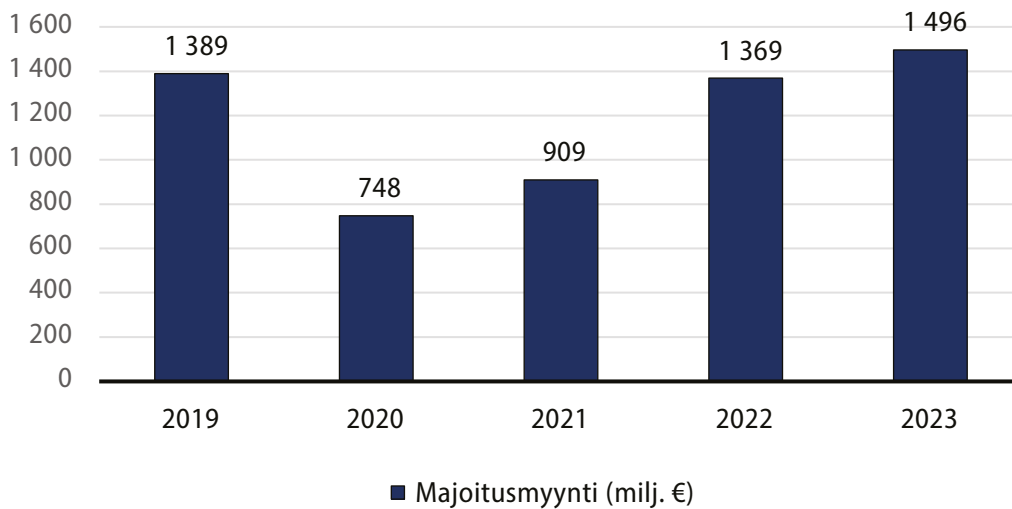
Rekisteröityjen yöpymisvuorokausien vuoden 2023 ennakkotiedot noudattavat pitkälti vuoden 2022 lukuja (kuvio 3). Vuonna 2023 rekisteröityjä yöpymisvuorokausia oli 22,8 miljoonaa, joista kotimaisia yöpymisiä 17 miljoonaa ja ulkomaisia yöpymisiä 5,8 miljoonaa. Ennakkotietoihin perustuen vuodelle 2023 asetetut tavoitteet on ylitetty kokonaisyöpymisten ja kotimaisten yöpymisten kohdalla. Kokonaisuutena yöpymisille oli vuodelle 2023 asetettu tavoitteeksi 22,2 miljoonaa yöpymistä, mikä ylittyi 0,5 miljoonalla yöpymisellä. Kotimaisten yöpymisten tavoite (16,2 miljoonaa yöpymistä) ylittyi vieläkin enemmän, 0,8 miljoonaa yöpymisellä. Ulkomaisien yöpymisvuorokausien lukumäärä jäi tavoitteestaan (6 miljoonaa yöpymistä) 0,2 miljoonaa yöpymistä. Tavoite Suomen markkinaosuudelle ulkomaisista yöpymisistä suhteessa muihin Pohjoismaihin kuitenkin ylitettiin. Vuonna 2022 asetettiin vuoden 2023 tavoitteeksi 11 prosenttia, kun toteuma vuonna 2023 oli 12 prosenttia. Suomen sijoitus ulkomaisien yöpymisten sesonkiluonteisuudessa suhteessa muihin Pohjoismaihin oli tavoitteen mukainen vuonna 2023.

Kuvio 3. Rekisteröidyt yöpymisvuorokaudet (milj.) vuosina 2019–2023. Vuoden 2023 luvut ovat ennakkotietoja. Lähde: Tilastokeskus, Majoitustilasto.



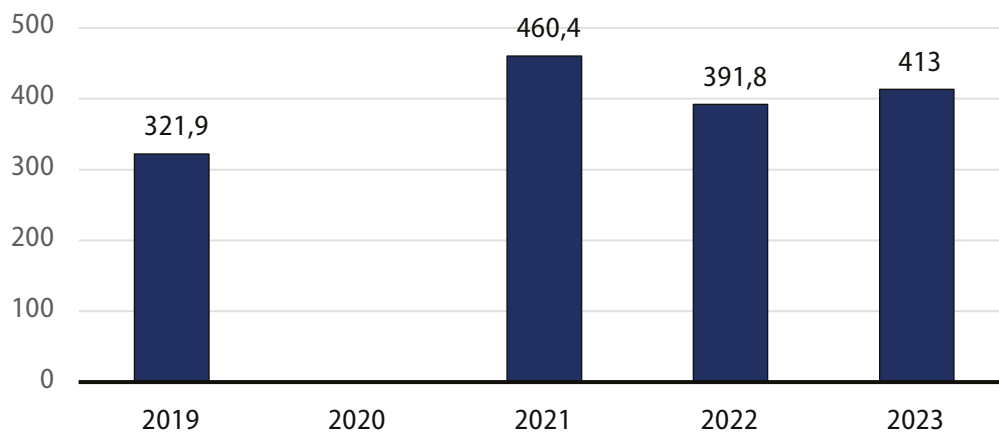
Majoitusmyynti on ylittänyt sille asetetun tavoitteen reippaasti vuonna 2023 (kuvio 3). Vuonna 2022 koronapandemian ja Venäjän Ukrainaan kohdistaman hyökkäyssodan ilmapiirissä tavoitteeksi asetettiin 1200 miljoonaa euroa. Vuoden 2023 majoitusmyynti oli kuitenkin 1 496 miljoonaa euroa. Majoitusmyynti on kasvanut koronapandemiaa edeltäneelle tasolle ja jopa ylittänyt vuoden 2019 tason. Vuodesta 2022 vuoteen 2023 myynti kasvoi noin 9 prosenttia.

Kuvio 4. Majoitusmyynti (milj. euroa) vuosina 2019–2023. Lähde: Tilastokeskus, Majoitustilasto.



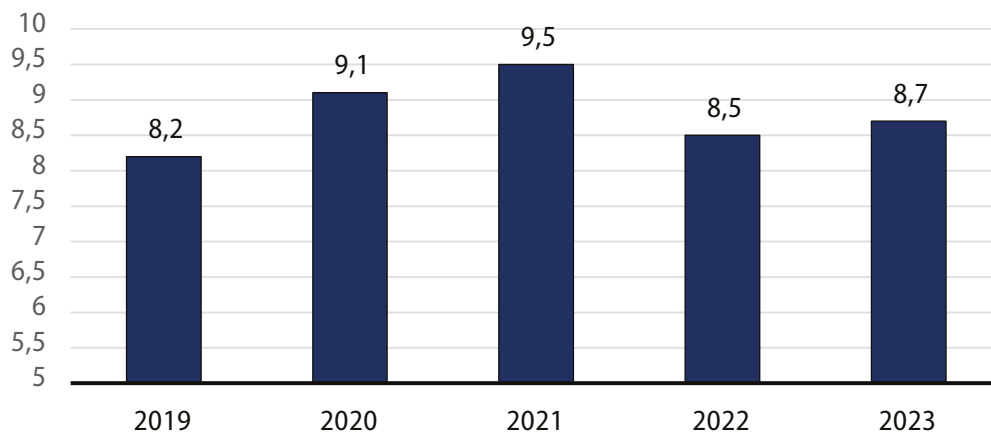
Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset kokonaistulovaikutukset kasvoivat koronapandemian loppua kohden vuonna 2021, mutta ovat sittemmin hieman laskeneet vuosina 2022 ja 2023. Vuonna 2021 kokonaistulovaikutukset olivat 460,4 miljoonaa euroa, joka on 138,5 miljoonaa euroa enemmän, kuin kaksi vuotta aikaisemmin vuonna 2019. Vuonna 2022 kokonaistulovaikutukset olivat 391,8 miljoonaa euroa ja vuonna 2023 413 miljoonaa euroa, eli noin 5,4 prosenttia enemmän kuin vuonna 2022. Vuonna 2023 kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset kokonaistulovaikutukset ylittivätkin 77 miljoonalla eurolla niille asetetun 336 miljoonan euron tavoitteen.

Kuvio 5. Kansallispuistojen, valtion retkeilyalueiden ja muiden suosituimpien kohteiden kävijöiden rahankäytön paikallistaloudelliset kokonaistulovaikutukset (milj. euroa) vuosina 2019–2023. Lähde: Metsähallitus 2024.



Metsähallituksen suojelualueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärät nousivat merkittävästi koronapandemian aikana vuosina 2020 ja 2021 (kuvio 6). Vuodesta 2021 vuoteen 2022 käyntimäärä kuitenkin putosi noin 11 prosentilla 8,5 miljoonaan käyntimäärään. Vuonna 2023 suojelualueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärät ovat jopa hieman ylittäneet vuodelle 2023 asetetun 8,6 miljoonan käyntimäärän tavoitteen.

Kuvio 6. Metsähallituksen suojelualueiden, retkeilyalueiden ja luontokeskusten käyntimäärät (milj.) vuosina 2019–2023. Lähde: Metsähallitus 2024.



Taulukon 1 määrälliset toteumat osoittavat, että matkailuala on alkanut toipua koronapandemian vaikutuksista. Kahdeksan vuodelle 2023 asetettua tavoitetta on arviointihetken mennessä saavutettu, ja vain kolme tavoitetta jäänyt saavuttamatta. Suomen sijoitus ulkomaisten yöpymisten sesonkiluonteisuudessa suhteessa muihin Pohjoismaihin pysyi tavoitteen mukaisesti vuonna 2023 sijalla 1.

Tarkasteltaessa määrällisiä tavoitteita suhteessa vuodelle 2023 asetettuihin päivitettyihin tavoitteisiin, tulee ottaa huomioon, että vuonna 2022 tehty tavoitteenasetanta vuodelle 2023 oli oletettavasti varovaista, sillä käytössä olivat vuosien 2020 ja 2021 luvut, eikä koronapandemian kehitystä tai Venäjän Ukrainaankohdistaman hyökkäyssodan kestoja tai vaikutuksia matkailualalle vielä pystytty laajasti arvioimaan. Vuoden 2023 tavoitteiden saavuttaminen kertoo alan elpymisestä koronavuosien dramaattisesti laskeneesta kehityksestä, mutta ei välttämättä kerro koko kuvaa matkailualan tilanteesta. Esimerkiksi majoitusmyynnin kasvu ei automaattisesti tarkoita yritystoiminnan kannattavuuden tai liiketoiminnan tuloksen kasvua, sillä toimintaympäristön muutosten takia samaan aikaan myös kustannukset ovat kasvaneet.

3 Toimenpiteiden toteutuminen

3.1 Matkailuliiketoiminnan kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti

Matkailuyrityksiä ja -alueita, sidosryhmiä sekä matkailijoita rohkaistaan ja sitoutetaan vastuullisiin valintoihin monin erilaisin keinoin. 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. Useille alueille merkittäviä teemoja ovat luontomatkailu, kulttuurimatkailu, ruokamatkailu ja tapahtumat.

Kestävä matkailu ja uudistava matkailu ohjaavat matkailupalveluiden tuotekehitystä. Matkailualan vastuullisia valintoja tukevat jatkuva laadun kehittäminen asiakas keskiössä sekä matkailupalveluiden tuotekehityksessä turvallisuuden, yhdenvertaisuuden ja esteettömyyden vahva painottaminen. Matkailualan tuoman alueelliseen hyvinvointiin ja työllisyyden kasvu sekä Suomen matkailukysynnän kasvun tavoittelu edellyttävät matkailun vaikutusten vahvaa hallintaa 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.

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

3.1.1 Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja

Vastuullisuuden ja kestävä matkailun merkitys ja painoarvo matkailun edistämässä on kasvanut seurantajaksolla. Tämä näkyy myös strategian toimenpiteiden etenemisessä. Sosiaalisen kestävyden painoarvo on toistaiseksi jäänyt muita kestävyden ulottuvuuksia vähäisemmäksi.

Useille teeman tavoitteista on määritelty tavoitetasot, jotka on myös pääosin pystytty saavuttamaan. Tavoitetason saavuttamisen jälkeen on tarpeellista arvioida toimenpiteen relevanssi uudelleen. Kaikkia teeman toimenpiteitä pidetään sisällöllisesti erittäin oleellisina, jopa keskeisinä strategian sisältöinä tulevina vuosina. Osassa toimenpiteistä tavoitteet tulee kohdentaa jatkossa seurannan kehittämisen sijaan itse vaikutuksiin (esimerkiksi hiililaskurin käyttö vs. CO2-päästöt). Tämä voi vaatia vastuiden muuttamista.

Taulukko 2. Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja -teeman eteneminen

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>1. Edistetään matkailuyritysten vastuullisuus- ja turvallisuusviestintää. Tuodaan esille vastuullisesti toimivien matkailuyritysten rooli ja merkitys Suomelle.</p> <p>Vastuutahot: alueorganisaatiot, yritykset, Visit Finland, edunvalvontaorganisaatiot</p>	<p>4</p>	<p>Vastuullisuusviestinnän merkityksen arvioidaan kasvaneen seurantajaksolla, mikä näkyy myös tehtyjen toimenpiteiden määrässä. Toimenpiteiden painotus on ollut kuitenkin kansallisesti koordinoituissa toimenpiteissä, joihin alueorganisaatiot ja yritykset ovat osallistuneet. Vastuullisuusviestintä on yksi STF-ohjelman askeleista ja kriteeri STF-merkin saamiselle. Vastuullisuusviestinnän tueksi Visit Finland on toteuttanut itsearviointityökalun, runsaasti opasmateriaalia ja case-esimerkkejä sekä valmennuksen Visit Finland Akatemian tarjontaan. Visit Finlandin omassa, monikanavaisessa viestinnässä priorisoidaan STF-merkin saaneita tuoden vastuullisesti toimiville yrityksille kilpailuetua ja korostaen näiden roolia ja merkitystä kestävä matkailun Suomelle. Lisäksi viestintämateriaaleissa tuodaan esille vastuullisten edelläkävijäyritysten parhaita käytänteitä. Näitä esimerkkejä hyödynnetään myös Visit Finlandin kansainvälisessä viestinnässä luomaan ja ylläpitämään kuvaa kestävä matkailun Suomesta.</p> <p>Vastuullisuusviestinnässä on huomioitu myös turvallisuus, mutta se kytketään osaksi STF-kokonaisuutta vasta vuoden 2024 aikana. Kesällä 2024 osana STF-ohjelmaa valmistunut matkailuyrityksille suunnattu turvallisen matkailun kokonaisuus kattaa laajasti turvallisuuden eri osa-alueet mukaan lukien turvallisuusviestinnän.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>2. Edistetään Sustainable Travel Finland -merkin kansallista käyttönottoa matkailuyrityksissä ja -alueilla.</p> <p><i>Tavoite: Vuoden 2023 loppuun mennessä 300 matkailuyritykselle ja 6 matkailualueelle on myönnetty STF-merkki.</i></p> <p>Vastuutahot: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	5	<p>Tavoite on saavutettu kokonaan. STF-merkin käyttöönottoa on edistetty laajasti, ja STF-merkin saaneita oli vuoden 2023 loppuun mennessä 387 yritystä ja 5 destinaatiota. STF-ohjelma on otettu käyttöön laajasti matkailualalla. Ohjelmassa on mukana yli 1 300 yritystä ja 69 matkailualueita, eli käytännössä kaikki Suomen matkailualueet. Lisäksi ohjelmassa ovat mukana matkailualan koulutusta tarjoavat oppilaitokset ja useita matkailun kehittämistä tukevia kehitysyhtiöitä.</p>
<p>Tehdään STF-merkki tunnetuksi kotimaassa ja valituilla kansainvälisillä markkinoilla ja jakelukanavissa osana yritysten, alueiden ja kansallista markkinointiviestintää. Arvioidaan ja kehitetään STF-ohjelmaa.</p> <p>Vastuutahot: Visit Finland, alueorganisaatiot, yritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	4	<p>STF-merkin tunnetuus kotimaassa on hyvällä tasolla. Kansainväliselle yleisölle STF-merkin tunnettuutta oleellisempaa on Suomen maakuvan edistäminen kestäväksi matkailukohteeksi. STF-ohjelman tunnetuus on merkkiä korkeampi. Alueellisessa markkinointiviestinnässä hyödyntämistä on vaikeuttanut mm. merkkinsaaneiden vähäinen määrä suhteessa kaikkiin matkailuyrityksiin. Osa toimijoista viestii aktiivisesti STF-merkistä, ja ylipäättään koulutusta vastuullisuusviestinnästä on lisätty.</p> <p>STF-ohjelmaa Suomessa on tehostettu EU:n elpymisrahoituksella vuosina 2021–24 merkittävästi. Ohjelmaa on kehitetty lisäämällä siihen uusia moduuleita. Uusien ominaisuuksien käyttöönoton vauhdittamiseksi Visit Finland on järjestänyt koulutustilaisuuksia, viestinyt aktiivisesti visitfinland.fi-sivustolla artikkelien ja blogien muodossa sekä osallistunut muiden järjestämiin tilaisuuksiin sekä Suomessa että kohde-markkinoilla pitämällä puheenvuoroja STF-ohjelmasta ja sen edistymisestä. STF-ohjelman arviointi on käynnissä vuonna 2024.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>3. Edistetään ravitsemisalan yritysten sitoutumista elintarvikealan materiaalihokkuuden sitoumukseen 2022–2026.</p> <p><i>Tavoite: Vuoden 2024 loppuun mennessä sitoumukseen liittyneet yritykset edustavat 20 prosenttia MaRa ry:n ravintola-alan jäsenyritysten liikevaihdosta.</i></p> <p>Vastuutahot: TEM, YM, MaRa ry</p>	5	<p>Tavoite on saavutettu. Vuoden 2022 tulostietopäivityksessä (Motiva) 19 prosenttia tavoitteesta oli saavutettu. Sen jälkeen mukaan on liittynyt varsin isoja yrityksiä. Toimenpide on edennyt, koska MaRa ry on sitoutunut toimenpiteen ja tavoitteen edistämiseen sekä kannustaa jäsenyrityksiään sitoutumaan tavoitteen saavuttamiseen.</p>
<p>4. Edistetään ravitsemisalan yritysten sitoutumista kertakäyttöisten muovisten juomamukien ja elintarvikepakkausten vähentämisen green deal -sopimuksella. Vähentämiselle asetetaan osana sopimusta määrälliset tavoitteet vuosille 2024–2026.</p> <p><i>Tavoite: marraskuuhun 2023 mennessä sopimukseen sitoutuneet yritykset edustavat 33 prosenttia ravintola-alan (sisältäen kahvilat) liikevaihdosta.</i></p> <p>Vastuutahot: YM, MaRa ry</p>	5	<p>Kattavuustavoite on saavutettu vuoden 2023 lopulla. Kunnianhimoiset ja pysyvät vähennystavoitteet asetetaan syksyllä 2024 vuoteen 2026.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>5. Edistetään asukkaiden ja muiden toimijoiden huomioon ottamista ja paikallisten vahvuuksien tunnistamista matkailun alueellisessa kehittämisessä ml. tuotekehitys ja markkinointi.</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Metsähallitus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, OKM, TEM, YM</p>	3	<p>Tavoite on edennyt, mutta vaatii edelleen paljon lisätoimia. Paikallisen hyväksyttävyyden ja vahvuuksien huomioimisen tärkeys sekä toiminnassa että tuotteistamisessa on tunnistettu. Teemaa on edistetty yksittäisissä alueellisissa ja korkeakoulujen kehittämishankkeissa ja kytketty opintojaksoihin. Vuonna 2022 julkaistu "Vastuullisen matkailijan ohjeistus saamelaiskulttuurin ja saamelaisten kotiseutualueen maailmaan" vahvistaa tietoisuutta siitä, että kävijät ovat vieraina alueella, jossa tulee huomioida matkakohteen kokonaisvaltainen kestävyys ja etenkin paikallisyhteisöiden hyvinvointi.</p> <p>Sosiaalinen kestävyys on jäänyt matkailun kehittämisessä takamatkalle verrattuna muihin kestävyiden ulottuvuuksiin ja kehittämisestä puuttuu pitkäjänteisyyttä. Osa alueorganisaatiosta raportoi tehdyistä asukaskyselyistä, mutta kokonaisuutena paikallisten asukkaiden vaikutusmahdollisuuksissa ja huomioimisessa on vielä kehitettävää.</p>
<p>6. Otetaan käyttöön kansalliset kestävän matkailun indikaattorit osana STF-ohjelman kriteeristöä.</p> <p><i>Tavoite: Vuoden 2024 loppuun mennessä 45 prosenttia STF-merkin saaneista yrityksistä ja alueista raportoi indikaattorijärjestelmän mukaisesti.</i></p> <p>Vastuutahot: Visit Finland, yritykset, alueorganisaatiot</p>	5	<p>Tavoite on saavutettu. Visit Finland on kehittänyt indikaattorijärjestelmän, ja sitouttanut elinkeinoa laajasti sen kehittämiseen. Kansallinen kestävän matkailun indikaattorijärjestelmä on ollut osa STF-ohjelmaa vuodesta 2021, ja vuonna 2022 pilotoitiin asukas- ja matkailijakyselyt osana indikaattorijärjestelmää. STF-merkin saaminen ilman indikaattorilomakkeen täyttämistä ei ole ollut mahdollista lokakuun 2023 jälkeen. 100 prosenttia STF-merkin saaneista raportoi indikaattorijärjestelmän mukaisesti. Nykytilanteessa tavoite ei ole enää relevantti seurattavaksi, vaan jatkossa tulisi seurata indikaattorien sisältöä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>7. Kehitetään matkailupalveluiden hiilipäästöjen seuranta ja arviointia osana STF-ohjelmaa ja alueellisia toimenpiteitä. Sitoutetaan STF-merkin saaneet yritykset käyttämään matkailupalveluiden hiilijalanjälkilaskuria.</p> <p><i>Tavoite: Vuoden 2024 loppuun mennessä 45 prosenttia STF-merkin saaneista yrityksistä ja alueista on sitoutunut käyttämään laskuria.</i></p> <p>Vastuutahot: Visit Finland, yritykset, alueorganisaatiot, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	<p>4</p>	<p>Tavoite on lähes saavutettu. Matkailualan hiilijalanjälkilaskuri "Hiilikuri" integroitiin osaksi STF-ohjelmaa kevään 2024 aikana. Hiilikuri tuottaa yrityksille raportin CO2-laskennasta seurannan helpottamiseen ja päästölähteiden tunnistamiseen. Vuonna 2023 49 prosenttia STF-merkin saaneista oli laskenut hiilijalanjälkensä. Matkailualueille ei kuitenkaan vielä ole kansallista mallia CO2-laskentaan, eikä laskennan tehneiden määrää täten vielä raportoida. Kansallinen CO2-laskennan alueellinen malli on kesällä 2024 pilotoinnissa.</p>
<p>8. Tiivistetään matkailualan globaalin ilmastojulistuksen (Glasgow Declaration) allekirjoittaneiden suomalaisten toimijoiden yhteistyötä ilmastojulistuksen toimeenpanossa ja soveltamisessa Suomen olosuhteisiin.</p> <p>Vastuutahot: Visit Finland, yritykset, alueorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot</p>	<p>5</p>	<p>Yhteistyö on tiivistä. Visit Finland koordinoi allekirjoittaneiden yhteistyötä. Allekirjoittaneilla on kuuden viikon välein etätapaamiset, joissa jokainen allekirjoittanut toimii vuorollaan kirjurina tai puheenjohtajana esitellen omaa ilmastotyötään. Etätapaamisissa jaetaan parhaita käytänteitä ja ratkotaan haasteita, minkä lisäksi yhteistyöryhmä edistää globaalin ilmastojulistuksen käytänteiden soveltamista Suomen olosuhteisiin. Allekirjoittaneilla on yhteisiä, teemoitettuja työpajoja ja valmennuksia ilmastotyön edistämiseen ja osaamisen syventämiseen.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>Kannustetaan uusia yrityksiä ja alueita sitoutumaan ilmastojuulistukseen.</p> <p>Vastuutahot: Visit Finland, yritykset, alueorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot</p>	5	<p>Ilmastojuulistuksen allekirjoittaneiden suomalaisten matkailutoimijoiden määrä on kasvanut 3:sta 71 allekirjoittaneeseen Visit Finlandin sitoutumisen ja toimialan aktivoinnin jälkeen. Visit Finland on pitänyt aiheesta useita kannustavia puheenvuoroja elinkeinolle Suomessa, ja vastaavasti edustanut Suomea kansainvälisissä tilaisuuksissa. Visit Finland on parhaillaan tuottamassa ilmastopakettia Glasgow'n julistuksen vaatiman raportoinnin helpottamiseksi. Ilmastopaketti lanseerataan marraskuussa 2024.</p>

3.1.2 Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi

Luonto-, kulttuuri-, ruoka- ja tapahtumamatkailu ovat teemoja, joiden ympärillä matkailun kehittämistä toteutetaan paikallisella, alueellisella ja valtakunnallisella tasolla. Teemapohjaisen kehittämisen strateginen tavoite on ympärivuotisuuden vahvistaminen ja sesonkien tasaaminen, mutta samalla toimenpiteet tukevat matkailualan kasvua kokonaisuutena.

Sesonkien tasaaminen on oleellinen tavoite matkailun kestävyuden vahvistamiseksi. Strategisella tasolla yksittäisten teemojen valitseminen kehittämisen kohteiksi on kuitenkin ongelmallista, sillä vahvuudet eroavat eri toimijoiden ja alueiden välillä. Teemat limittyvät vahvasti toisiinsa, ja paikallisella tasolla kehittäminen vaatii yhteistyötä eri teemojen toimijoiden välillä.

Nykyisessä muodossa teemojen edistäminen on kuvattu liian yleisellä tasolla, jotta etenemistä voisi seurata uskottavasti. Eri vastuutahot tekevät omia toimenpiteitään eri näkökulmista. Teemojen edistämisen määrä Visit Finlandissa on objektiivisin tapa kuvata etenemistä, mutta tällöin kyse on ennemminkin Visit Finlandin toiminnan tavoitteista. Teemapohjaista matkailua edistäviä yhteisiä kansallisesti mitattavia toimenpiteitä voisivat olla esimerkiksi kansallisen ja alueellisen tietopohjan vahvistaminen tai alueellisten toimijaverkostojen vahvistaminen.

Taulukko 3. Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi -teeman eteneminen

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>9. Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi: Luontomatkailu</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Metsähallitus, YM, MMM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	3	<p>Luontomatkailu on selkeä Suomeen kohdentuvan matkailun vetovoimatekijä, ja sitä hyödynnetään palveluiden markkinoinnissa. Matkailun alueorganisaatiot ja yritykset ovat panostaneet luontomatkailun tuotteistamiseen. Myös tutkimus- ja koulutusorganisaatiot ovat toteuttaneet kehittämishankkeita, joissa luonto- ja muun teemapohjaisen matkailun ympärille rakennetaan palveluita. Metsähallituksen toimenpiteistä monet kytkeytyvät luontomatkailun edistämiseen ja vahvistavat edellytyksiä siihen liittyvien palveluiden kehittämiseksi.</p> <p>Teemallisen tuotekehityksen tukeminen on Visit Finlandissa jouduttu lopettamaan resurssien pienentyessä. Aikaisemmin on laadittu mm. kansalliset kehittämissstrategiat eri teemoille, kuten luontomatkailulle, mutta niitä ei ole voitu enää päivittää.</p> <p>Eri puolilla maata tapahtuvaa kehittämistyöstä ei myöskään enää koordinoita millään tavalla, mikä voi alueilla johtaa päällekkäiseen kehittämiseen.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>10. Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi: Kulttuurimatkailu</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Metsähallitus, OKM, YM, MMM, TEM, UM, Museovirasto, kulttuuri-, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, maakuntien liitot, kunnat</p>	3	<p>Kulttuurimatkailulle on valmistunut ensimmäinen kehittämistoimet samoihin kansiin kokoa-va strategia, kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartta. OKM on vastannut kulttuurimatkailun tiekartan valmistelusta yhdessä sidosryhmien kanssa. Tiekartan toimenpiteiden toteutus on edennyt mm. Euroopan neuvoston kulttuurireittitoiminnan edistämisen osalta yhteistyössä Museoviraston kanssa. Myös kulttuurin roolin vahvistaminen maakuvatyössä on käynnissä UM-vetoisesti. Digitaalisten kulttuurimatkailupalveluiden kehittäminen on vasta alkuvaiheessa. Esimerkiksi digitaaliseen kulttuuriperintöön pohjautuvien matkailutuotteiden ja -palveluiden kehittäminen edellyttää vielä jatkotyötä kulttuuriperintöalan toimijoiden ja matkailualan kesken.</p> <p>Osana tiekartan toimenpiteitä on vuonna 2024 toteutettu kulttuurimatkailun vaikuttavuusselvitys¹, jonka perusteella kulttuurimatkailu on merkittävä osa matkailun kokonaisuutta ympäri maata. Kulttuurimatkailun kehittäminen hyötyisi alueellisesti tiiviimmästä yhteistyöstä kulttuuri- ja matkailutoimijoiden välillä.</p>

1 <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/165743>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>11. Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi: Ruokamatkailu</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Business Finland, MMM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	4	<p>Ruokamatkailua on edistetty Haaga-Helian Hungry for Finland -toiminnassa, jonka osana on seurantajaksolla mm. kehitetty ruokamatkailutoimijoiden verkostoa, järjestetty ruokamatkailukilpailu ja tuettu toimijoita koulutuksin.</p> <p>MMM on erittäin aktiivisesti mukana ruokamatkailun kehittämisessä ja mukana rahoittamassa Haaga-Helian toteuttamaa koordinaatiota hallinnonalaltaan joko ruokaketjun kehittämisvaroista tai Manner-Suomen maaseutuohjelmasta. MMM on osallistunut ruokamatkailustrategioiden päivittämiseen niin tekstin tuottajana kuin rahoittajana. Strategian uusin päivitys valmistui syksyllä 2024.</p> <p>Alueellisesti ruokamatkailua on edistetty ERG-hankkeiden kautta mm. Kuopiossa ja Saimaan alueella vuonna 2024. Visit Finland on edistänyt teemaa mm. tuottamalla kestävän ruokamatkailun oppaan sekä osallistumalla Helsingin kaupungin isännöimän ja PR-näkyvyyttä saaneen Michelin Guide Nordic eventin toteutukseen.</p> <p>Kokonaisuutena ruokamatkailun edistäminen tapahtuu yksittäisten alueiden tasolla, ja se hyötyisi myös vahvemmassa kansallisesta koordinoinnista, johon tällä hetkellä ei ole toimijaa.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>12. Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi: Suur tapahtumat, kongressit ja yritystapahtumat</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, OKM, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, Tapahtumateollisuus ry</p>	4	<p>Visit Finland (FCB), yhteistyössä kongressi- ja yritystapahtumatoimialan kanssa edistää aktiivisesti Suomen tunnettuutta tapahtumakohteena. Työ on pitkäjänteistä ja jatkuvaa. Suomi ja suomalaiset kaupungit kilpailevat tapahtumista muiden maiden ja kilpailijakaupunkien kanssa.</p> <p>Visit Finland (FCB) tarjoaa suomalaisille yritystapahtuma-alan toimijoille mahdollisuuksia osallistua alan kansainvälisille messuille ja myyntitapahtumiin. Kansainvälisillä messuilla yhteisellä Suomi-osastolla on mukana monipuolinen tarjonta hotelliketjuja, kokoustaloja, DMC-toimistoja sekä muita toimijoita, jotka yhdessä edistävät Suomen tunnettuutta ja mainetta tapahtumakohteena. Lisäksi yhdessä suomalaisten toimijoiden kanssa on osallistuttu useisiin myyntitapahtumiin, pienempiin workshoppeihin ja myyntikäynneille. Yhteistyössä kaupunkien kongressitoimistojen kanssa on edistetty kongressien hakuprosesseja sekä tehty tutkimustyötä uusien ja potentiaalisten kongressijärjestäjien kartoittamiseksi ja heidän tukemiseksi kongressien haku- ja isännöintiprosesseissa.</p> <p>Tapahtumamatkailun edistäminen kytkeytyy sisällöllisesti tiiviisti kulttuuri- ja ruokamatkailun kehittämiseen.</p>

3.2 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. Digitaaliset ratkaisut tukevat esimerkiksi kestävän

ja inklusiivisen matkailupalvelutarjonnan näkyvyyttä. Matkailupalveluiden kestävyttä, esteettömyyttä tai esimerkiksi soveltuvuutta tietyille kohderyhmälle kuvataan digitaalisen alustan (esimerkiksi DataHub) edellyttämällä kriteereillä.

Digitalisaation ymmärrys ja osaamisen kehittäminen ovat välttämättömiä matkailualan digitaalisen kehityksen etenemisessä. Digitaaliset ratkaisut edistävät esimerkiksi tietojen päivitettävyyttä, palvelun yhdenvertaisuutta eri kohderyhmille ja kustannustehokkuuden parantamista. Ratkaisut tukevat elämyksellisyyttä ja toisaalta auttavat kertomaan palvelun ympäristövaikutuksista. Myös yritysten sisäiseen tuotantoprosessiin ja tuotannonohjaukseen eri toimintojen välillä digitalisaatio voi tuoda merkittäviä parannuksia.

Digitaalisten ratkaisujen hyödyntäminen on edennyt seurantakaudella, ja merkitys kasvaa jatkuvasti. DataHubin kehittämiseen liittyvät tavoitteet ovat edenneet, ja laaja hyödyntäminen kuvastaa onnistunutta alan yhteistyötä. Jatkossa toimenpiteiden painotukset ja tavoitteet tulisi kytkeä vahvemmin DataHubilla tavoiteltuihin vaikutuksiin. Tietojärjestelmien ylläpito ja kehittäminen vaativat resursseja.

Myös digitaalisten jakelukanavien ja tavoitettavuuden merkitys kasvaa. Toimenpiteitä osaamisen vahvistamiseksi on toteutettu onnistuneesti, mutta niitä tarvitaan edelleen lisää. Digitaalisten ratkaisujen hyödyntäminen osana palveluita on vielä vähäisempää. Digiosaaminen ja mahdollisuuksien tunnistaminen vaatii jatkuvaa resursointia ja osaamisen kehittämistä, sillä esimerkiksi tekoälyn kehitys muuttaa toimintaympäristöä nopeasti.

Taulukko 4. Matkailualan digitaalinen kehittäminen -teeman eteneminen

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>13. Edistetään Visit Finland DataHubin laajempaa käyttöön- toa matkailuyrityk- sissä ja -alueilla sekä Metsähallituksessa.</p> <p><i>Tavoite: Vuoden 2024 lop- puun mennessä 80 pro- senttia kansainvälisille markkinoille tähtäävistä matkailuyrityksistä käyt- tää DataHubia.</i></p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, edunvalvontaor- ganisaatiot, Suoma ry, Metsähallitus</p>	4	<p>DataHubin laajempi käyttöön- otto matkailu- yrityksissä ja -alueilla sekä Metsähallituksessa on edennyt merkittävästi. Tavoitetason saa- vuttamista ei ole mahdollista arvioida, sillä kansainvälisille markkinoille tähtäävien yritys- ten määrä elää jatkuvasti. Tällä hetkellä Visit Finland DataHubia hyödyntää 2500 yritystä, DataHubissa on 8656 tuotetta joista 7960 on käännetty vähintään englanniksi suomen lisäk- si, joten fokus on kansainvälisiä asiakkaita pal- velevissa yrityksissä.</p> <p>Metsähallituksessa DataHub on otettu käyt- töön viemällä sinne kansallispuistojen ja muiden matkailun kärkikohteiden tietoja. Luontoon.fi-palvelun uudistuksessa DataHubia on suunniteltu käytettäväksi yhteistyöyritysten palvelujen esittelyyn.</p> <p>Monet pienet yritykset eivät vielä tunne tai osaa hyödyntää DataHubia toiminnassaan. Toiveena on palvelun kehittäminen palvele- maan yksittäisten matkailupalveluiden lisäk- si myös matkanjärjestäjiä ja matkailukokonai- suuksia.</p>
<p>Tehdään DataHub tunne- tuksi kotimaan ja valituis- sa kansainvälisissä jakelu- kanavissa.</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, edunvalvontaor- ganisaatiot, Suoma ry, Metsähallitus</p>	4	<p>Tavoite on edennyt, sillä DataHubia hyödyn- tää jo 44 kanavaa, joista suuri osa on matkailun alueorganisaatioita. Kansainvälisiä kanavia on saatu mukaan muutamia ja kansainvälisen tun- nettuuden lisäämistä pidetään tärkeänä. Visit Finland on toteuttanut viestintää kotimaisen tunnettuuden edistämiseksi.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>14. Lisätään matkailuyritysten ja -alueiden osamista digitaalisten jakelukanavien valintaan ja hyödyntämiseen.</p> <p>Vastuutahot: Visit Finland, yritykset, alueorganisaatiot, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	4	<p>Visit Finland on toteuttanut ”Digikanavista kasvua” -ohjelmaa, joka tukee matkailuyrityksiä ja -alueita sekä matkailun alueorganisaatioita kansainvälisessä kasvussa. Ohjelmassa on toteutettu digitaalisen jakelun valmennuspäiviä, tuotettu digitaalisen jakelun ja varausjärjestelmien oppaita ja tarjottu digijakeluun keskittyvää sparrausta. Lisäksi Visit Finlandilla on konseptoituna ja Visit Finland Akatemian kautta varattavissa ”Digiloikan ABC” -valmennuksia ja ”Digibootcamp”-työpajoja, jotka keskittyvät digitalisaation perusvalmiuksien kehittämiseen ja kanavakohtaiseen näkyvyyden edistämiseen. Ohjelma jatkuu vuoden 2024 loppuun ja on edennyt suunnitelmien mukaisesti. Ohjelma on tavoittanut hyvin sekä yrityksiä että matkailun alueorganisaatioita ja saanut erittäin positiivisia asiakasarvioita valmennuspäivistä. Visit Finland Akatemian kautta on tarjolla digivalmennuksia ja työpajoja, jotka keskittyvät digitaaliseen jakeluun.</p> <p>Alueelliset matkailuorganisaatiot ovat toteuttaneet koulutuksia, työpajoja ja työkaluja kuten tiekarttoja digiosaamisen vahvistamiseksi.</p>
<p>15. Lisätään digitaalisten ratkaisujen käyttöä matkailutuotteissa ja -palveluissa sekä digitaalisten ratkaisujen käytön edellyttämää osaamista.</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Metsähallitus, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot</p>	3	<p>Digitaalisten ratkaisujen käyttö osana matkailutuotteita ja -palveluita etenee, mutta hitaammin verrattuna jakelukanaviin ja markkinointiin. Seurantajaksolla erityisesti tekoälyn hyödyntämisen mahdollisuudet ovat kasvaneet, mikä jatkossa pitäisi pystyä huomioimaan myös strategiassa.</p> <p>Yksittäisissä hankkeissa on pilotoitu muun muassa AR/VR/XR hyödyntämistä osana matkailupalveluita, mutta painopiste alalla on edellä kuvatuissa markkinointiin kytkeytyvisä digitaalisissa jakelukanavissa. Toimenpiteen muotoilu on jossain määrin monitulkintainen ja mahdollista ymmärtää markkinointiin liittyvinä toimina.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>16. Kannustetaan matkailuryhtymien kyberturvallisuuden kehittämiseen jakamalla alueellisesti laadittuja hyviä käytäntöjä ja viemällä ne osaksi omaa toimintaa.</p> <p>Vastuutahot: alueorganisaatiot, yritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, edunvalvontaorganisaatiot</p>	2	<p>Vastuutahoille kuuluvia systemaattisia kansallisen tai aluetason toimia ei tunnistettu. Yksittäiset toimijat, kuten Finavia, ovat pitkällä kehittämisessä.</p> <p>Toimenpiteen merkittävyys on kasvanut toimintaympäristön muuttuessa. Tämä ei kuitenkaan rajoitu matkailualaan. Kaikki yritykset hyötyvät esimerkiksi Kyberturvallisuuskeskuksen ohjauksesta ja neuvonnasta.</p>
<p>17. Uudistetaan luonnon virkistyskäytön digitaalinen asiakasviestintä ja vahvistetaan sen vuorovaikutteisuutta. Uudistetaan Metsähallituksen tuottamien palvelujen digitaalinen myyntikanava ja vahvistetaan matkailun yrityskumppanien näkyvyyttä digitaalisessa asiakasviestinnässä.</p> <p>Vastuutaho: Metsähallitus</p>	4	<p>Metsähallituksen Luontoon- ja Eräluvat-uudistukset sekä DataHub-rajapinnan kehittäminen ovat edenneet suunnitellusti, ja niiden arvioidaan valmistuvan vuoden 2024 loppuun mennessä.</p>

3.3 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. Liikenne palveluna -toiminnan vahvistaminen edistää Suomen hiilineutraalisuustavoitteen saavuttamista. Raide-, tie-, meri- ja lentoliityntäliikenteen tulee toimia yhteen sujuvina matkaketteinä, jotka tukevat matkailupalvelujen tuotteistamista. Matkakettujen kehittymisen edellytyksenä on liikennepalveluiden tietopohjan ja sitä hyödyntävien reittioppaiden kehittäminen. Matkakettujen kehittäminen edellyttää matkailu- ja liikennetoimijoiden sekä alueiden vuorovaikutuksen ja yhteisen suunnittelutyön tiivistämistä.

Kansallispuistojen ja retkeilyalueiden turvallisten reittien ylläpidon sekä retkeily- ja kelkkareittien perustamisen rahoittaminen on tärkeää matkailuyritysten menestymiselle. Matkailullisesti tärkeät reitistöt tarvitsevat toimivaa ja 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.

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.

Matkailuliiketoiminnan saavutettavuutta parantavat liikennejärjestelmän kehittämisen toimet kytkeytyvät Liikenne 12 -suunnitelman toimeenpanoon ja sen puitteissa tehtyihin investointeihin. Matkailu näkyy suunnitelmassa osana elinkeinoelämän tarpeita. Haja-asutusalueiden tietoliikenneyhteyksiä on edelleen parannettu huomattavasti, mutta kehitystyötä tarvitaan jatkossakin. Matkailustrategiaan kirjatut toimenpiteet ovat kuitenkin yleisluontoisia, ja matkailuelinkeinon vaikutus toimenpiteiden toteuttamisessa tai alan saama hyöty toimenpiteiden kokonaisyhdystä on vaikeasti tunnistettavissa

Reitistöjen osalta korjausvelkaa on seurantajaksolla saatu vähennettyä ja erityisesti Metsähallituksen Luontoon.fi-uudistus valmistuessaan parantaa löydettävyyttä. Digitaalisten matkaketjujen ostettavuus on parantunut esimerkiksi VR:n ja Matka-huollon yhteistyönä.

Saavutettavuus on matkailuliiketoiminnan kasvun edellytys ja sen kehittämisen tulisi olla tärkeä strateginen painopiste. Merkittävä osa kehittämistoimenpiteistä tapahtuu kuitenkin osana muita prosesseja kuin matkailustrategian toimenpiteiden toimeenpanoa. Kansallisten toimenpiteiden rinnalla saavutettavuuden edistäminen vaatii systemaattista ja pitkäjänteistä työtä alueilla matkailuelinkeino tarpeiden tunnistamiseksi ja muiden elinkeinojen tarpeisiin yhteensovittamiseksi.

Taulukko 5. Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus -teeman eteneminen

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>18. Kehitetään tehokkaita ja kestäviä liikenneyhteyksiä ja liikenneinfrastruktuuria palvelemaan kaikkien Suomessa liikkuvien tarpeita – asukkaita, yrittäjiä ja matkailijoita – valtakunnallisen ja alueellisten liikennejärjestelmäsuunnitelmien toimeenpanossa.</p> <p>Vastuutahot: LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, Väylävirasto, ELY-keskukset, kunnat</p>	4	<p>Liikennejärjestelmää on kehitetty Liikenne 12 -suunnitelmassa, josta päätettiin vuonna 2021. Liikenne 12 -suunnitelman yhtenä tavoitteena on, että liikennejärjestelmä takaa koko Suomen saavutettavuuden ja vastaa elinkeinon, työssäkäynnin ja asumisen tarpeisiin. Liikenne 12 -suunnitelman ja Traficomin tunnistamien liikennejärjestelmätarpeiden pohjalta Väyläverkosto on mm. laatinut vuosittain toimeenpanon kannalta olennaista väyläverkon investointiohjelmaa, joka sisältää kehittämissuunnitelmia sekä eri kokoisia parantamishankkeita ja hankekokonaisuuksia. Eduskunta päättää lopulta talousarvioissa investointeihin käytettävästä rahoituksesta. Vuosina 2021–2023 toteutunut rahoitustaso vastaa pääosin suunniteltua.</p> <p>Liikennejärjestelmä on matkailutoimialaa suurempi kokonaisuus. Matkailu näkyy Liikenne 12 -suunnitelmassa osana elinkeinoelämän tarpeita. Väyläverkon investointiohjelmissa 2025–2032 pyöriteistä osa on luokiteltu matkailua parantaviksi..</p>
<p>19. Edistetään nopeiden ja turvallisten tietoliikenneyhteyksien toteutumista edistämään myös matkailuelinkeinon digitalisaatiota.</p> <p>Vastuutahot: Liikenne- ja viestintävirasto, LVM, MMM, kunnat, maakuntien liitot, ELY-keskukset</p>	4	<p>ELY-keskukset ja maakuntien liitot yhdessä kuntien kanssa ovat edistäneet tavoitetta parantamalla haja-asutusalueiden tietoliikenneyhteyksiä. Maaseuturahoituksella kaudella 2014–2020 ja siirtymäkaudella 2021–2022 rahoitettiin yhteensä 170 laajakaistahanketta. CAP-rahoituskaudella 2023–2027 maaseuturahastosta on varattu 53 miljoonaa euroa maaseutualueiden laajakaistayhteyksien edistämiseen. Kehittämisestä hyötyvät myös muut vapaa-aikanasukkaat.</p> <p>Osa haja-asutusalueiden matkailuyrityksistä kärsii edelleen heikoista yhteyksistä, ja erityisesti Itä- ja Pohjois-Suomessa ollaan edelleen jäljessä tavoitteista.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>20. Edistetään matkaketjujen muodostumista ja digitaalista ostettavuutta erityisesti luontokohteiden, saaristossa ja harvaan asutuilla alueilla sijaitsevien matkakohdeiden saavutettavuuden parantamiseksi.</p> <p>Vastuutahot: ELY-keskukset, maakuntien liitot, kunnat, yritykset, Matkahuolto, VR</p>	4	<p>Tavoitetta on edistetty erityisesti kehittämishankkeiden kautta useissa maakunnissa. Matkahuolto on osallistunut mm. ”Digimasa” ja ”FIT ME. Sustainable Tourism Mobility - Matkailun kestävä liikunnan palvelut”-hankkeisiin.</p> <p>VR ja Matkahuolto ovat kehittäneet matkaketjujen ostettavuutta yhteistyössä paikallisten toimijoiden kanssa. VR:llä on valtakunnallisesti 25 kumppania matkaketjujen osalta ja Matkahuollon kanssa yhteistyötä, jossa samalle lipulle voi ostaa sekä juna- että bussimatkan sekä vr.fi- että Matkalla-sovelluksessa. VR:n asiakkaat voivat ostaa yhteensä 9 eri joukkoliikennealueen lippuja Matkalla-sovelluksesta, ja matkustaa paikallisliikenteen lipuilla VR:n junissa tällä hetkellä Pirkanmaalla ja Kymenlaaksossa.</p>
<p>21. Edistetään matkailua palvelevan kaikki liikennemuodot valtakunnallisesti kattavan digitaalisen reittioppaan tietopohjaa.</p> <p>Vastuutahot: Liikenne- ja viestintävirasto, Fintraffic, yritykset</p>	4	<p>Liikenteen tietopohja on laajentunut ja tiedon laatu parantunut seurantajaksolla. Matka.fi-palvelu kattaa VR:n junaliikenteen (lähi- ja kaukoliikenne), kotimaan lentoliikenteen sekä useiden kaupunkiseutujen ja kuntien paikallisliikenteen. Lisäksi palvelussa on saatavilla ELY-keskusten kilpailuttama joukkoliikenne kaupunkiseutujen kehysalueilla ja maaseudulla.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>22. Edistetään erityisesti suorien lentoyhteyksien toteutumista Suomeen koko maassa mm. yhteistyön ja markkinoinnin keinoin.</p> <p>Vastuutahot: maakuntien liitot, kunnat, alueorganisaatiot, Finavia, Visit Finland</p>	3	<p>Tavoitteen edistämiseksi on tehty toimenpiteitä, mutta osa maasta on heikosti suorien lentoyhteyksien tavoitettavissa. Tulosten saavuttaminen vaatii strategista ja pitkäjänteistä yhteistyötä maakunnan, alueorganisaation ja kansallisten toimijoiden kesken.</p> <p>Visit Finland allokoii vuoden 2023 budjettiin erillistä markkinointirahaa suorien lentoyhteyksien avaamiseen erityisesti maakuntakentille tukemaan ympärivuotista saavutettavuutta. Vuonna 2023 käynnistyneet Lapin kesä -projekti sekä TEM:n lisärahoituksella toteutettu itäisen Suomen elvyttämisen projekti olivat Visit Finlandin saavutettavuustyön fokuksessa. Muita toimenpiteitä ovat olleet suhdetyö ja neuvottelut charter- ja reittioperaattorien kanssa, dialogi aluetoimijoiden (kaupunki/kunta, DMO) kanssa, reittilanseerausten tukeminen yhdessä Finavian ja destinaatioiden kanssa, markkinakohtainen B2B viestintä reittiavausten ympärille, reittiä tukevat matkanjärjestäjäkampanjat ja osallistumiset Routes-tapahtumiin.</p>
<p>23. Selvitetään sähköisen lentoliikenteen mahdollisuuksia Suomessa ja lähialueiliikenteessä.</p> <p>Vastuutaho: kunnat, ELY-keskukset, maakuntien liitot, LVM, Liikenne- ja viestintävirasto, yritykset</p>	5	<p>Traficom teetti ”Sähköinen lentäminen Suomessa” -selvityksen vuonna 2022. Selvityksessä kartoitettiin sähköisen lentoliikenteen edellytykset, mahdollisuudet ja kehitysnäkymät Suomessa. Selvityksen perusteella kaupallinen sähkölentäminen voisi olla mahdollista 2030-luvun aikana.</p> <p>Kaupalliseen reittiliikenteeseen sopivaa sähkölentokonetta ei todennäköisesti ole vielä saatavilla moneen vuoteen, ja lentokonevalmistajat ovat luopuneet kaupalliseen reittiliikenteeseen soveltuvien sähkölentokoneiden kehitysprojekteista. Jatkossa teknologianeutraali tavoite soveltuisi matkailustrategian toimenpiteeksi paremmin.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>24. Pilotoidaan sähköisen lentoliikenteen mahdollisuuksia elinkeinoelämän, ml. matkailun, tarpeita vastaavaksi Suomessa ja lähialueiliikenteessä.</p> <p>Vastuutahot: kunnat, ELY-keskukset, maakuntien liitot, yritykset</p>	1	Sähköistä lentämistä pilotoivia toimenpiteitä ei tunnistettu, vaikka teemaa on sivuttu yksittäisissä työpajoissa. Teemaa ei pidetä tällä hetkellä ajankohtaisena.
<p>25. Toteutetaan valtakunnallinen moottorikelkäväylästä sekä pysyvä rahoitus- ja hallinnointijärjestelmä sen ylläpitoon tukemaan luontomatkaluuyrittäjien vastuullista liiketoimintaa.</p> <p>Vastuutahot: YM, MMM, maakuntien liitot, kunnat, ELY-keskukset</p>	1	Valtakunnallista väylästä ei ole edistetty eikä siihen ole kohdennettu resursseja.

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>26. Varmistetaan matkailullisesti tärkeiden reitistöjen (ulkoilureitit, ladut, luontopolut, pyöräreitit, moottorikelkkaväylät) ja niitä tukevan infrastruktuurin toimivuus ja turvallisuus. Kehitetään ruuhkautumista vähentäviä paikoitusratkaisuja reittien lähtöalueilla.</p> <p>Vastuutahot: YM, MMM, LVM, Metsähallitus, Liikenne- ja viestintävirasto, Väylävirasto, Pyörämatkailukeskus, Tukes, kunnat, alueorganisaatiot, yritykset, pelastuslaitokset</p>	<p>4</p>	<p>Metsähallitus on vuosina 2022–2023 tehnyt laajoja investointeja korjausvelan vähentämiseksi sekä kehittänyt reitistöjä. Lisäksi Metsähallitus on testannut ja edistänyt julkisia kulkuyhteyksiä, mikä kytkeytyy matkaketjujen edistämisen toimiin.</p> <p>Metsähallitus on myös kehittänyt uusia paikoitusratkaisuja vastaamaan lähtöalueiden kysyntäpiikkeihin. Sähköautojen latausmahdollisuuden kehittäminen on nousut esiin uutena tarpeena seurantajaksolla. Asiakastietojärjestelmän kehitystyö tukee ennakointia tuottamalla tarkempaa ja ajantasaisempaa tietoa kävijävirroista.</p> <p>Pyörämatkailukeskus on aktiivisesti kerännyt yhteen eri toimijoita ja pyrkinyt jakamaan tietoa eri tahojen välillä, jotta toimivuus ja turvallisuus pyörämatkailuun soveltuvien reittien osalta kehittyi. Tukes on edistänyt reittien käyttöturvallisuutta osana kuluttajapalveluiden valvontaa. Luonnon virkistyspalveluiden kasvu ja reittien lisääntyneet kävijämäärät ovat nostaneet valtakunnallisesti suosituimpien reittien turvallisuuden yhdeksi Tukesin valvonnan painopistealueeksi.</p> <p>Liikenteen hallinnonalalla teemaa on edistetty osana normaalia kävelyn ja pyöräliikenteen edistämiseen kytkeytyvää työtä. Liikenne 12-suunnitelmassa linjataan kävelyn ja pyöräliikenteen edistämisestä.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>Varmistetaan matkailullisesti tärkeiden reitistöjen (ulkoilureitit, ladut, luontopolut, pyöräreitit, moottorikelkkäväylät) ja niitä tukevan infrastruktuurin digitaalinen löydettävyys ja saavutettavuus.</p> <p>Vastuutahot: YM, MMM, LVM, Metsähallitus, Liikenne- ja viestintävirasto, Väylävirasto, Pyörämatkailukeskus, Tukes, kunnat, alueorganisaatiot, yritykset, pelastuslaitokset</p>	4	<p>Luontoon.fi-sivuston uudistus ja Retkikartan uudistaminen sen osana tukevat reitistöjen löydettävyyttä ja saavutettavuutta. Uudistuksen valmistuminen vuonna 2024 vie toimenpidettä merkittävästi eteenpäin. (ks. matkailuliiketoiminnan digitaalisen kehittämisen toimenpiteet)</p> <p>Digitaalisten palveluiden ja reitistöjen kehittämistyötä tehdään myös alueellisissa ja paikallisissa hankkeissa. Kokonaisuudyn saavuttamisen kannalta olisi tärkeää yhteensovittaa matkailutoimijoiden ja ympäristöhallinnon kehitystyö. Luontoon.fi-uudistuksen sisältö on osalle matkailutoimijoista vielä vieras, eikä sen mahdollisuuksia tunneta.</p>

3.4 Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

Suomen matkailualan kilpailukyky rakentuu yhteistyölle, osaamiselle, tutkimukselle ja innovaatioille. Alan kilpailukykyyn edistäminen ja matkailun kehittämistä koskevien toimien yhteensovittaminen edellyttää poikkihallinnollista yhteistyötä. Päätöksenteossa tulisi aiempaa vahvemmin kiinnittää huomiota tulevaisuustiedon hyödyntämiseen ja matkailualan tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa on tarpeen vahvistaa.

Suomen matkailumarkkinointia terävöitetään matkailukysynnän kehittämiseksi. Eriyisesti kansainvälisen huomion kääntäminen uudeksi kasvuksi ja työpaikoiksi Suomessa edellyttää yhteistyötä ja Suomen matkailullisen maakuvan vahvistamista. Matkailullisen maakuvatyön ja matkailumarkkinoinnin resursointiin panostetaan valtion sekä matkailuyritysten ja -alueiden yhteistyönä. Maakuvatyössä huomioidaan myös Suomen yhteiskunnan ja matkailupalveluiden turvallisuutta tukevat ominaisuudet. Kotimaanmatkailun markkinointiin ja kehittämiseen panostaminen vahvistavat ympärivuotisuutta sekä tasaisuutta tuovan kotimaanmarkkinan olemassaoloa.

Haasteet osaavan työvoiman löytämisessä ovat nousseet yhä useamman matkailuyrityksen kasvun esteeksi. On keskeistä vahvistaa monialaista osaamista, tukeaa ammatillista ja alueellista liikkuvuutta sekä huomioida työntekijöiden ja heidän perheidensä hyvinvointi ja palvelut. 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 työvoimatietokartan toimeenpano ja datapohja tukevat matkailustrategian toimeenpanoa.

3.4.1 Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen

Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistamisen toimet ovat suurelta osin ministeriöiden, Visit Finlandin ja alueellisten toimijoiden perustyötä. Toimenpiteiden edistämiseksi on tehty onnistuneita toimenpiteitä ja niissä on edistytty. Toimenpiteille ei ole kuitenkaan määritelty tavoitetasoja, joiden avulla voisi arvioida onnistumista perustyössä. Visit Finlandiin ja muihin matkailutoimijoihin kohdentuvat säästötoimenpiteet heikentävät suoraan toimijoiden perustoimintaan kytkeytyvien toimenpiteiden etenemistä.

Matkailualan välisen yhteistyön määrän sijaan tavoitteenasettelua tulisi jatkossa kohdentaa vaikutuksiin, kuten matkailuviennin kasvuun. Välillisesti yhteistyön parantaminen palvelee myös muiden toimenpiteiden toteuttamista.

Taulukko 6. Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen -teeman eteneminen

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
27. Lisätään matkailurahoittajien välistä tiedonvaihtoa matkailuhankkeiden koordinaation tehostamiseksi. Vastuutahot: TEM, MMM, OKM	4	TEM:n toimialapalvelu on järjestänyt vuosittain matkailurahoittajien tapaamisen, jossa on keskusteltu myös rahoitettujen hankkeiden painopisteistä. Joillakin alueilla rahoittajien välinen yhteistyö on jo toimivaa, ja hyviä yhteistyömahdollisuuksia olisi tarpeen saada levitettyä. Alueellista yhteistyötä rahoittavia tahoja on useita, ja niiden suhteellinen merkitys kasvaa kansallisen rahoituksen vähentyessä. Esimerkiksi Maaseuturahastosta on rahoitettu matkailun koordinaatiohanketta ja uudella kaudella on käynnistynyt hanke Rural Finland Tourism Hub: Maaseutumatkailun osaamisverkosto.

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>28. Osallistutaan aktiivisesti kansainväliseen matkailuyhteistyöhön matkailustrategian tavoitteiden ja sisältöjen edistämiseksi.</p> <p>Vastuutahot: ministeriöt, Visit Finland, maakuntien liitot, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueorganisaatiot, yritykset, edunvalvontaorganisaatiot, Suoma ry</p>	4	<p>Kansainväliseen yhteistyöhön osallistuminen on osa ministeriöiden ja muiden matkailua edistävien organisaatioiden perustyötä. Tehdyn yhteistyön määrä riippuu toimijasta. TEM on aktiivisesti osallistunut EU-maiden, Pohjoismaiden ja OECD-maiden sekä Itämeren, Barentsin ja arktisen alueen väliseen yhteistyöhön kirjauksen mukaisesti. Visit Finland on mukana European Travel Commission -järjestössä, ja Visit Finlandin Finland Convention Bureau (FCB) on aktiivinen jäsen kansainvälisissä kokous- ja kongressimatkailujärjestöissä, kuten ICCA ja UIA. FCB kuuluu myös Euroopan kansallisten Convention Bureau -toimijoiden verkostoon. Visit Finland tekee myös aktiivista yhteistyötä muiden Pohjoismaiden sekä Baltian maiden kanssa yhteisillä kohdemarkkinoilla järjestämällä mm. yhteisiä tilaisuuksia ja myyntitapahtumia matkanjärjestäjille sekä yhteisillä messuosastoilla kansainvälisillä alan messuilla. OKM on osallistunut Eurooppa-neuvoston kulttuurireittitoimintaan.</p> <p>SMAL osallistuu Euroopan matkatoimistoliitto ECTAA:n toimintaan sekä pitää tiivistä yhteyttä pohjoismaisiin ja Baltian maiden matkailujärjestöihin. Lisäksi SMAL osallistuu yhteiseurooppalaisiin hankkeisiin, joilla vahvistetaan suomalaisyritysten roolia eurooppalaisessa matkailukentässä.</p> <p>Maakuntien liitot ja alueelliset matkailuorganisaatiot puolestaan tekevät mm. hankemuotoista yhteistyötä ja osallistuvat erilaisiin verkostoihin.</p> <p>Kansainvälinen yhteistyö on tärkeää matkailun edistämisen kannalta, mutta mitattavan tavoitteen tulisi liittyä yhteistyöllä saavutettuihin hyötyihin, kuten matkailuviennin kehitykseen.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>29. Päivitetään kansallinen matkailun poikkeustilanneviestinnän suunnitelma ajan tasalle ja viestitään siitä aktiivisesti matkailualueille ja matkailualalle.</p> <p>Vastuutaho: Visit Finland</p>	1	<p>Visit Finland käynnisti vuoden 2023 loppupuolella kriisien hallinnan projektin, johon saatiin EU:n tarjoamaa ulkopuolista fasilitointiapua. Tavoitteena oli osana tätä laajempaa kriisien hallinnan projektia päivittää kansallinen matkailun poikkeustilanneviestinnän suunnitelma. Projekti jouduttiin kuitenkin keskeyttämään keväen aikana resurssien vähäisyyden takia.</p> <p>Yksittäinenkin projekti voi olla tärkeä, mutta ei välttämättä jatkossa strategiatason toimenpide.</p>
<p>30. Selvitetään matkailun turvallisuusverkoston toteuttamismahdollisuudet aluetasolla sekä kullekin alueelle sopiva organisoinnin tapa ja toimintaa käynnistävä taho.</p> <p>Vastuutahot: matkailun alueorganisaatiot, yritykset, maakuntien liitot, kunnat, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, Tukes, alueelliset pelastusviranomaiset</p>	2	<p>Valtaosa alueorganisaatioista ei ole toteuttanut toimia aluetasolla. Yksittäiset toimijat kuten BusinessTampere (tapahtumaturvallisuus) sekä Kuopion kaupunki ja Savonia (kokonaisturvallisuus) ovat edistäneet tavoitetta. Tukes osallistuu turvallisuusverkostojen toimintaan tukevana tahona.</p> <p>Joidenkin maakuntien liittojen näkemysten mukaan turvallisuuden edistäminen nähdään tärkeänä, sillä viimeaikaiset kriisit yllättivät niin matkailun kehittäjät kuin matkailuyrittäjätkin, mikä edellyttää parempaa varautumista myös matkailualueilla.</p>
<p>31. Edistetään investointeja matkailualalla; houkutteellaan ulkomaisia investointeja, investoidaan majoituskapasiteetin lisäksi matkailutuotteiden sisältöön ja yritysten liiketoiminnan kehittämiseen.</p> <p>Vastuutahot: Business Finland, ELY-keskukset, alueelliset kehittämissyhtiöt, Finnvera</p>	4	<p>Toimenpide kuuluu Business Finlandin, alueellisten kehittämissyhtiöiden, ELY-keskusten ja Finnveran perustehtävään. Business Finlandin tilastojen perusteella Suomessa vuosina 2022–2023 matkailutoimialalla aloitti yhdeksän uutta kansainvälistä yritystä. Majoitusliikkeiden huonekapasiteetti on pysynyt seurantajaksolla muuttumattomana koko maan tasolla. ELY-keskukset kuvaavat merkittävän osan yritysten kehittämiseen kohdentuvasta rahoituksesta liittyvän jollain tavoin myös matkailuun.</p> <p>Toimenpiteelle olisi tarkoituksenmukaista asettaa tavoitetasoja osana vuosittaista määrällistä seurantaa.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>32. Selvitetään koulujen kesälomien siirron yhteiskunnallisia vaikutuksia koulumaailmaan kansantalouden vaikuttavuuden rinnalla sekä käynnistetään tulosten perusteella tarvittavat toimenpiteet.</p> <p>Vastuutahot: TEM, OKM</p>	1	<p>Toimenpidettä ei ole edistetty, eikä sen edistämistä aktiivisesti valmistella. Jos toimenpide ei ole ajankohtainen ja toimeenpanolle ei ole konkreettista kehittämissuunnitelmaa, tulisi toimenpide poistaa strategiasta.</p>
<p>33. Kehitetään eri tasoilla tehtävää kaavoitusta ja muuta alueidenkäytön suunnittelua siten, että myös matkailuelinkeinon tarpeet tulevat huomioituksi (mm. elinkeinon yhteensovitus, prosessien sujuvoittaminen).</p> <p>Vastuutahot: YM, Metsähallitus, maakuntien liitot, ELY-keskukset, kunnat</p>	3	<p>Elinkeinoelämän, ml. matkailun tarpeiden huomioiminen on osa eri tasoilla tehtävää kaavoitusta. YM valmistelee alueidenkäytön lainsäädännön uudistusta. Lainsäädännön tasolla matkailun erityishuomioimiselle suhteessa muihin elinkeinoihin ei kuitenkaan ole perusteita.</p> <p>Metsähallitus on edistänyt matkailun tarpeiden parempaa huomioimista osana luonnonvarasuunnittelua ja perustanut mm. yhteistyöryhmiä tärkeimmille matkailukeskittymäalueille. Maakunnan liitot ja kunnat edistävät tavoitetta omilla tasoillaan.</p>
<p>34. Osallistutaan aktiivisesti lyhytaikaista majoitustoimintaa koskevan Euroopan komission aloitteen valmisteluun ja toteutetaan aloitteen mahdolliset toimet Suomessa.</p> <p>Vastuutahot: TEM, YM, OM</p>	4	<p>Toimenpide on lähes valmis. Euroopan unionin neuvosto ja Euroopan parlamentti hyväksyivät maaliskuussa 2024 EU-asetuksen lyhytaikaisia vuokramajoituspalveluja koskevien tietojen keruusta ja jakamisesta. Suomessa ei ole käynnistetty toistaiseksi keskustelua asetuksen kansallisesta toimeenpanosta. Ennen toimeenpanoa tulisi edistää hallitusohjelmaan kirjattuja tavoitteita selkeyttää asuntojen vuokrausta koskevaa lainsäädäntöä ja uudistaa majoitusliiketoimintaa koskeva lainsäädäntö vastaamaan nykypäivän tarpeita ja käytäntöjä. TEM osallistui asetuksen valmisteluun ja neuvotteluihin neuvoston matkailutyöryhmässä. Suomen kantojen valmistelussa tehtiin yhteistyötä erityisesti OM:n ja VM:n sekä matkailualan ja vuokra-asuntojen välittäjien kanssa. Jatkotavoitteet tulisi kytkeä tavoiteltuihin muutoksiin lyhytaikaisessa vuokraustoiminnassa.</p>

3.4.2 Suomen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen

Matkailumarkkinoinnin kehittäminen on osa Visit Finlandin ja muiden matkailutoimijoiden perustyötä, jonka laajuus riippuu käytettävissä olevista resursseista. Seurantajaksolla rahoitusta on vähennetty, mikä heikentää merkittävästi mahdollisuuksia toteuttaa toimenpiteitä. Tältä osin strategian toimenpiteet limittyvät poliittiseen päätöksentekoon, mihin osoitetut vastuutahot eivät voi vaikuttaa.

Kohdemarkkinoiden valintaan ja priorisointiin on käytössä aiempaa enemmän työkaluja erityisesti ulkomaisen matkailun osalta. Vasta Team Finland -työn uudistuksen toteuduttua, on mahdollista uudelleen arvioida matkailun edistämistä osana Team Finland -työtä.

Taulukko 7. Suomen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen -teeman eteneminen

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>35. Lisätään Business Finlandille / Visit Finlandille matkailun edistämiseen, erityisesti markkinointityöhön, osoitettua rahoitusta.</p> <p>Vastuutahot: TEM, Business Finland</p>	0	<p>Toimenpidettä on edistetty, mutta tavoitetta ei ole saavutettu. Tavoitteen saavuttaminen edellyttäisi poliittista päätöstä rahoituksen lisäämisestä. Nykyiset vastuutahot voivat sitten edelleen kohdentaa rahoitusta esimerkiksi markkinointiin, jos sitä pidetään vaikuttavimpana.</p> <p>Poliittiseen päätöksentekoon vaikuttaminen rahoituksen lisäämiseksi ei sovellu matkailustrategian toimenpiteeksi, vaikka matkailustrategian yleisenä tavoitteena onkin nostaa esille alan ja alaan liittyvien hallinnonalojen näkemys yhteisesti tärkeiksi koetuista rahoituskohteista.</p>
<p>36. Vahvistetaan Suomen digitaalista ja perinteistä (mm. matkanjärjestäjäyhteistyö) matkailumarkkinointia kotimaassa.</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Suoma ry</p>	3	<p>Matkailumarkkinoinnin kehittäminen on osa alueorganisaatioiden ja yritysten perustettävää, jota Suoma ry:n toimenpiteet tukevat. Mahdollisten kehittämistoimien laajuus on suoraan kytköksissä käytettävissä oleviin kehittämisresursseihin.</p> <p>Tunnistettuja tarpeita ovat jatkossa alueellisen yhteistyön vahvistaminen ja alueen vahvuuksien ja erottumistekijöiden parempi hyödyntäminen.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>Vahvistetaan Suomen digitaalista ja perinteistä (mm. matkanjärjestäjä-yhteistyö) matkailumarkkinointia Visit Finlandin koordinoimana kansainvälisillä markkinoilla.</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland,</p>	3	<p>Matkailumarkkinoinnin kehittäminen on osa Visit Finlandin, alueorganisaatioiden ja yritysten perustehtävää. Mahdollisten kehittämistöimien laajuus on suoraan kytköksissä käytävissä oleviin kehittämisresursseihin.</p> <p>Sekä digitaalinen että perinteinen matkailumarkkinointi on Visit Finlandin perustyötä, jota on tehty resursseihin nähden tuloksellisesti. Markkinoinnin vahvistamista ei resursien vähentyessä ole pystytty toteuttamaan. Määrällisesti markkinointitoimenpiteitä on voitu tehdä aiempaa vähemmän, mutta pyrkimyksenä on ollut toteuttaa vaikuttavampia toimenpiteitä kohdemarkkinoiden priorisoinnilla.</p>
<p>Seurataan ja kehitetään markkinoinnin vaikuttavuutta.</p> <p>Vastuutahot: yritykset, alueorganisaatiot, Visit Finland, Suoma ry</p>	3	<p>Markkinoinnin vaikuttavuuden seuraamiseksi Visit Finlandissa ja alueorganisaatioissa on kehitetty Business Intelligence -työkaluja. Yhtä yhtenäistä tapaa vaikuttavuuden seurantaan ei kuitenkaan vielä ole. Pääsääntöisesti markkinoinnin vaikuttavuutta mitataan välillisin mittarein, kuten esimerkiksi kampanjoiden tunnusluvuilla. Visit Finland on kehittänyt RRF-rahoituksella kansallista tiedolla johtamisen mallia myös markkinoinnin vaikuttavuuden huomioiden.</p> <p>Alueilla työtä on edistetty useissa hankkeissa. RRF-rahoituksella Visit Finland on kehittänyt myös erilaisia raportointityökaluja, kuten dashboardeja ja PowerBI -raportteja tiedon helpomman hyödynnettävyyden edistämiseksi. Resurssien vähentyessä vaikuttavuuden seuraamisen tärkeys kasvaa jatkossa entisestään.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>37. Valitaan matkailun kohdemarkkinat ja -ryhmät tietoon perustuen Suomeen suuntautuvassa matkailussa ja suomalaisten matkailussa palveluiden kehittämisen ja markkinoinnin tehostamiseksi.</p> <p>Vastuutahot: Visit Finland (Suomeen suuntautuva matkailu), alueorganisaatiot, yritykset, Suoma ry (100 syytä matkailla Suomessa -kampanja)</p>	4	<p>Visit Finland on määritellyt Market Rating viitekehysten kohdemarkkinoiden valintaan ja priorisointiin. Viitekehys arvioi eri markkinoita markkinan koon, kasvuodotusten, verkostojen priorisoinnin sekä kestävyysnäkökulman osalta. Visit Finland teetti vuonna 2023 kattavan ”Suomen positio, potentiaali ja kohderyhmät” -tutkimuksen, jonka pohjalta on luotu vapaa-ajan matkailijoiden segmentointimalli koko toimialan käyttöön.</p> <p>Jokaiselle Visit Finlandin markkinalle tehdään vuosittain markkinakohtaiset toimenpidesuunnitelmat. Suunnitelmia ohjaavat Visit Finlandin strategiset painopistealueet matkailualan taloudellisen kasvun, kestävä kehityksen ja kilpailuvuon vahvistamisessa.</p> <p>Vastaavia työkaluja ja kehitystyötä voidaan hyödyntää myös kotimaan markkinoinnissa, mutta tältä osin toiminta ei ole vielä yhtä systemaattista.</p>
<p>38. Hyödynnetään Suomen ainutlaatuisia erottautumistekijöitä ja maakuvan vahvuuksia matkailun edistämiseksi Team Finland -työssä. Kasvatetaan tietoisuutta Suomesta johtavana kestäväna kohdemaana mm. säännöllisellä PR- ja mediatyöllä, innovatiivisella kampanjoinnilla sekä aktiivisella monikanavaisella viestinnällä.</p> <p>Vastuutahot: Business Finland, UM, TEM ja muut Team Finland -toimijat</p>	3	<p>Toimenpiteen edistäminen on osa Team Finland -työtä. Kokonaisuus on laaja, ja toimenpiteen relevanssia on tarpeellista arvioida uudelleen Team Finland -uudistuksen jälkeen.</p>

3.4.3 Matkailualan tki-toiminnan vahvistaminen

Matkailun tietopohja on vahvistunut seurantajaksolla. Visit Finland on teettänyt yhdessä suurimpien matkailun alueorganisaatioiden kanssa Kansallisen tiedolla johtamisen toimintamallin vuonna 2021 ja yhdessä Tilastokeskuksen kanssa Matkailijamittarin vahvistamaan matkailijoiden määrän, segmenttien ja rahankäytön tietopohjaa. Vastaavia työkaluja tulisi hyödyntää laajemmin myös kotimaanmatkailun kehittämisessä.

Tiedolla johtamisen merkitys kasvaa entisestään resurssien vähentyessä. Uudet tiedolla johtamisen työkalut palvelevat jatkossa strategian etenemisen seurantaa. Tki-toiminnan vahvistamiseen tarvitaan panostuksia ja uusia kehittämistavoitteita jatkossakin.

Matkailualaa on kannustettu hyödyntämään tki-rahoitusta, ja hankkeita on rahoitettu myös osana Suomen RRF-ohjelmaa. Tki-toiminnan edistämisen ja tki-hankkeiden tulosviestinnän kehittämisen tavoitteet ovat yleistasoisia, ja vastaavat vastuutahojen perustyötä.

Taulukko 8. Matkailualan tki-toiminnan vahvistaminen -teeman eteneminen

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>39. Toimeenpannaan matkailun kansallista tiedolla johtamisen toimintamallia.</p> <p>Vastuutahot: Visit Finland, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, alueorganisaatiot, yritykset</p>	5	<p>Visit Finland teetti yhdessä suurimpien matkailun alueorganisaatioiden kanssa yhteistyössä Kansallisen tiedolla johtamisen toimintamallin vuonna 2021. Toimintamallia päivitetään syksyllä 2024, jolloin arvioidaan, miten kansallinen tavoitetila on kehittynyt ja miten vuoden 2021 toimintamallissa esiin nousseet tiedolla johtamisen kehittämistä rajoittavat haasteet on onnistuttu ratkomaan. Toimintamallissa päivitetään myös matkailualueiden tiedolla johtamisen tavoitetilaa ja luodaan kehityskartta, jota eri toimijat voivat hyödyntää esimerkiksi omisa hankkeissaan. Tiedolla johtamisen raportoidaan olevan tärkeä osa alue- sekä tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden paikallisia kehittämishankkeita.</p> <p>Visit Finland on käynnistänyt useita projekteja, joissa tavoitteena on kerätä laadukasta ja matkailualueiden välistä vertailukelpoista tietoa matkailun menestyksestä sekä vastuullisesta ja kestävästä kehityksestä matkailuyrityksissä tai matkailun alueorganisaatioissa ja kehittänyt Visit Finland Akatemian tarjoamia palveluita yhdessä Akatemiakouluttajien kanssa. Tiedolla johtaminen on ollut vahvasti esillä suosituissa What's up -seminaareissa. Lisäksi on perustettu Matkailun Pulssi -sivusto ja Matkailun Pulssi -webinaari.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>40. Selvitetään ulkomaalaisten matkailijoiden rahankäyttöä ja matkustuskäyttäytymistä Suomessa.</p> <p><i>Tavoite: vuoden 2024 loppuun mennessä on laadittu uusi tutkimusmalli ja toteutettu tutkimus kahteen kertaan</i></p> <p>Vastuutahot: Visit Finland, Tilastokeskus</p>	5	<p>Tavoite on saavutettu. Visit Finland ja Tilastokeskus ovat kehittäneet yhdessä matkailuelinkeinon kanssa uuden kuukausitilaston (Matkailijamittari) täyttämään merkittäviä tietoaukkoja matkailijoiden määrään, rahankäyttöön, hiilijalanjälkeen sekä matkailijasegmentteihin liittyvissä kysymyksissä. Vuoden 2024 loppuun mennessä tietoa on kerätty lähes kahden vuoden ajan.</p> <p>Tiedot perustuvat Tilastokeskuksen tekemän otantasuunnitelman mukaan tehtäviin matkailijoiden henkilökohtaisiin rajahaastatteluihin. Data jaetaan avoimen rajapinnan kautta, mikä mahdollistaa yksityisille toimijoille uusien kaupallisten tietopalveluiden kehittämisen, uusia analyysiratkaisuja sekä aineiston käytön tutkimustarkoituksen. Data on tarjolla myös tietokantatauluina Tilastopalvelu Rudolfissa sekä interaktiivisena visuaalisena raporttina. Lisäksi yksityisen sektorin toimijat (esim. Visitory Oy, Norstat Oy) ovat keskeisessä roolissa liittyen tiedonkeruun toteutukseen lentokentillä ja satamissa sekä tiedon jalostamisessa matkailutoimijoita hyödyttäväksi palveluiksi. Tilastokeskus käyttää Matkailijamittaria matkustustaseen laskennassa. Tietopohjaa voidaan hyödyntää strategian muiden toimenpiteiden seurannassa. Tutkimustiedon tuottaminen on kuitenkin erittäin kallista, ja sen toteuttamismahdollisuudet yksin Visit Finlandin rahoituksella ovat merkittävästi heikentyneet.</p>
<p>41. Toimeenpannaan matkailun tki-rahoitusohjelma.</p> <p><i>Tavoite: vuoden 2024 loppuun mennessä Business Finland on myöntänyt rahoitusta 35 yritykselle ja korkeakoululle/tutkimusorganisaatiolle rahoitushaun ehtojen mukaisesti.</i></p> <p>Vastuutahot: Business Finland, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, yritykset</p>	4	<p>Toimenpide toteutettiin osana Suomen RRF-ohjelmaa. Toimenpide on toteutunut, mutta pienemmässä mittakaavassa. Rahoitusta myönnettiin 14 hakijalle myönnettävissä olevan rahoituksen vähennyttä poliittisen päätöksen seurauksena.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>42. Kannustetaan matkailualaa hyödyntämään kansainvälistymisessä Business Finlandin tki-toiminnan palveluita (ml. EU-rahoitusneuvonta), jonka kehittämisessä huomioidaan matkailualan kansainvälistymisen tarpeet.</p> <p>Vastuutahot: Business Finland, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	4	<p>Business Finland on kannustanut matkailualan yrityksiä hyödyntämään tki-toiminnan palveluita yleisen markkinoinnin ja viestinnän keinoin ja normaaleissa palveluprosesseissa. Matkailualalle oli tarjolla vuonna 2022 oma EU:n RRF-elpymisväline matkailun kestävyiden ja digitaalisuuden tukemiseen. Eryitystä huomiota matkailualan yritysten sparrauksessa ja arvioinnissa on kiinnitetty siihen, että asiantuntijat tunnistavat ns. käänteisen viennin lisäarvon, vaikka Business Finlandin kanssa asioivan yrityksen palvelutuotanto tapahtuisi kokonaisuudessaan Suomessa. Rahoituspalveluissa matkailualan rahoituspalvelut on keskitetty henkilöille, joilla on matkailualan työkokemusta ja ymmärrys matkailualan erityispiirteistä ml. käänteinen vienti.</p> <p>Vuoden 2024 alusta tki-rahoitukseen on tarjolla sparrausta ennen rahoitushakemuksen jättämistä. Sparrauksen toteuttaa pääsääntöisesti matkailualan aiempaa työkokemusta omaava henkilö. Matkailualan erityispiirteitä koulutetaan myös jatkossa Business Finlandin asiantuntijoille.</p> <p>Toimenpide on osa Business Finlandin ja tutkimusorganisaatioiden perustoimintaa.</p>
<p>43. Viestitään tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden matkailun tki-toiminnan strategisista painopisteistä. Viestinnällä selkeytetään erityisesti korkeakoulujen rooleja ja yhteistyön mahdollisuuksia matkailualan kehittymisen tueksi.</p> <p>Vastuutahot: tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	3	<p>Viestintä on tärkeä osa tietoisuuden kasvattamista ja osa tutkimus- ja koulutusorganisaatioiden perustoimintaa. Toimenpiteeseen kytkettyä systemaattista ja yhteensovittettua viestintää tki-toiminnasta ja eri toimijoiden rooleista ei ole raportoitu.</p> <p>Toimenpide on kirjattu niin yleisellä tasolla, ettei etenemisen seuranta ole mahdollista.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>44. Kiinnitetään vahvemmin huomiota korkeakoulujen matkailun tki-toiminnan tulosten viestintään tki-hankkeiden toteutuksessa.</p> <p>Vastuutahot: tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, tki-toiminnan rahoittajat mm. Business Finland, maakuntien liitot, ELY-keskukset</p>	3	<p>Tulosviestintä on osa hankeraportointia, ja rahoittajat tukevat kehittämishankkeiden viestintää mm. koulutuksilla ja työkaluilla. Esimerkiksi Business Finland kannustaa tutkimusrahoituksen hakijoita viestimään tuloksista ja vaikuttavuudesta. Business Finland tarjoaa myös omia markkinointi- ja viestintäkanaviaan yhteistyössä asiakkaiden kanssa tapahtuvaan viestintään esim. menestystarinoiden muodossa.</p> <p>Pelkkä tulosviestinnän tärkeyden painottaminen ilman mittareita tai tavoitteita on strategian toimenpiteeksi hyvin yleinen. Viestinnän tavoitteita olisi mahdollista määritellä hankerahoitusten ehdoissa. Toimenpiteen vaikuttavuus syntyy vasta tuloksien leviämisen kautta osana matkailualan yritysten toimintaa. Esimerkiksi maakunnallinen tki-tiekartta ja klusteroitumista edistävät toimenpiteet voivat edistää tulosten hyödyntämistä ja synergioiden löytämistä.</p>

3.4.4 Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen

Haasteet osaavan työvoiman saatavuudesta rajoittavat edelleen matkailualan kasvua. Koronan jälkeistä toimintaympäristöä haastavat Venäjän Ukrainaan kohdistaman hyökkäyssodan vaikutukset.

Osaamistarpeiden ennakointiin, osaamisen kehittämiseen, työvoiman saatavuuteen, alan imago-ongelmiin ja kansainvälisten rekrytointien lisäämiseen liittyvät toimenpiteet vastaavat eri näkökulmista samaan haasteeseen, ja edellyttävät alan yhteisiä toimenpiteitä. Toimenpiteet soveltuisivat luontevasti alan yhteisen osaavan työvoiman saatavuutta edistävän toimenpideohjelman tavoitteiksi, joiden edistämiseksi tarvitaan useita eri toimenpiteitä. Matkailustrategian osatavoitteina ne jäävät hyvin yleisiksi, vaikka teeman onkin hyvä näkyä myös matkailustrategiassa. Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen on yksittäistä toimialaa laajempi kysymys.

Taulukko 9. Osaavan työvoiman saatavuuden varmistaminen -teeman eteneminen

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>45. Edistetään matkailualan osaamistarpeiden ennakkointia Osaamisen ennakkointifoorumin ja MaRaMa-alan toimialakohtaisen työvoimatietokartan avulla.</p> <p>Vastuutahot: OPH, OKM, TEM, edunvalvontaorganisaatiot</p>	4	<p>Osaamisen ennakkointifoorumi/OPH tekee ennakkointia jatkuvasti virkatyönä. Ennakkointifoorumin toiminta on alan arvioiden perusteella toimivaa, ja mukana on oikeita tahoja. Ulkoista tiedottamista voisi edelleen selkeyttää ja edistää. Osaamisen ennakkointifoorumin tuloksista on vuonna 2023 koottu julkaisu "Laaja-alainen osaaminen 2030-luvulla". Lisäksi on toteutettu pitkän aikavälin osaamistarveysely vuonna 2023.</p> <p>TEM on edistänyt toimenpiteen toteuttamista muilla kuin toimenpiteessä mainituilla toimenpiteillä. Ammattibarometri muutettiin Työvoimabarometriksi syksyllä 2023. Työvoimabarometri tarjoaa kattavamman kuvan työmarkkinoiden tarpeista ja näkymistä, sillä siinä tarkastellaan ammattinimikkeiden lisäksi myös osaamistarpeita. Uutta on myös toimialakohtainen lähestymistapa, jonka myötä työvoimatarpeista piirtyy tarkempi kuva.</p>
<p>46. Toimeenpannaan MaRaMa-alan toimialakohtaisessa työvoimatietokartassa tunnistetut toimenpiteet.</p> <p>Vastuutahot: Työvoimatietokartassa tunnistetut vastuutahot</p>	2	<p>Tiekartasta ei ole käynnistetty toimeenpanohanketta eikä seurantaa. Strategiaa laadittaessa tiekartta oli vielä valmistelussa eikä vastuutahojen tarkempi määrittäminen ei ollut mahdollista. Jatkossa vastuutahot tulisi määrittää selkeämmin.</p> <p>Toimenpidettä ei tulisi välttämättä sisällyttää nykymuodossaan seuraavaan strategiaan, sillä se vaatii oman toimenpideohjelmansa ja sen seurannan arvioinnin. Matkailustrategiaan voisi sisältyä yksittäisiä työvoiman saatavuutta parantavia toimia, mikäli niitä ei sisälly muihin strategioihin tai toimenpideohjelmiin.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>47. Parannetaan alan imagoa, arvostusta ja houkuttelevuutta sekä työhyvinvointia ympärivuotisen osaavan työvoiman turvaamiseksi.</p> <p>Vastuutahot: yritykset, edunvalvontaorganisaatiot, henkilöstöpalveluyritykset, tutkimusja koulutusorganisaatiot, OPH</p>	3	<p>Alan imagoon tunnistetaan liittyvän kielteisiä piirteitä, joista koko ala kärsii työvoiman saatavuuden vaikeutena. Toimialan kohtaamat toimintaympäristön haasteet vaikeuttavat tilannetta entisestään. Alan imagon parantamiseen liittyvät toimet kytkeytyisivät luontevasti muihin työvoiman saatavuutta parantaviin toimiin yhtenä kokonaisuutena. Ilman vastuutahoja ne jäävät matkailustrategian toimenpiteenä irralliseksi.</p> <p>Yksittäisistä toimijoista esimerkiksi SMAL on palveluyhtiönsä Smalser Oy:n kautta järjestänyt mm. Matkamessuilla erilaisia seminaareja ja rekry-tapahtumia sekä tehnyt tiivistä ja monipuolista oppilaitosyhteistyötä. Asia on säännöllisesti esillä myös SMALin toimintaryhmissä ja kokoustapahtumissa. Finavialla tehdään aktiivisesti työntajamielikuvatyötä ilmailun ja matkailun työvoiman varmistamiseksi.</p> <p>Tavoitteen saavuttamiseksi tarvitaan positiivista viestintää kaikilta toimijoilta. Ympäri- vuotisuutta tukevat toimet parantavat myös alan houkuttelevuutta työvoiman saatavuuden näkökulmasta.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>48. Edistetään osaavan kansainvälisen työvoiman rekrytointia ja työllistymistä matkailualalle.</p> <p>Vastuutahot: TEM, TE-toimistot, henkilöstöpalveluyritykset, yritykset, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot</p>	<p>3</p>	<p>Matkailualan kausityö on yksi kansainvälisen rekrytoinnin Eures-verkoston keskeisiä toimialoja, millä pyritään tukemaan työvoiman saatavuutta. Kansainvälistä rekrytointia matkailualalle tuetaan mm. vuosittain järjestettävällä virtuaalisella Work in Lapland -rekrytointitahtumalla.</p> <p>Toimenpide on edennyt vuosina 2022–2023 osana työ- ja koulutusperusteisen maahanmuuton Talent Boost -ohjelmaa. Talent Boost -toimenpiteillä on pystytty madaltamaan alan työnantajien rekrytointikynnystä. Viime hallituskaudella työ- ja koulutusperusteisen maahanmuuton Talent Boost -ohjelman yhdeksi painopisteeksi nostettiin työvoimapulasta kärsivät alat.</p> <p>Valtion kansainvälisen rekrytoinnin toimet on koottu valtakunnallisen Work in Finland -toiminnon alle. Julkisten toimijoiden roolia EU/ETA-alueen ulkopuolelle suuntaavissa rekrytoinneissa on mallinnettu ja kehitetty rakenteita kysynnän ja osaajatarjonnan kansainvälisen kohtaannon parantamiseksi ja rekrytointikynnyksen madaltamiseksi.</p> <p>Majoitus- ja ravitsemisalalan yhteistyötä on tiivistetty EU/ETA-alueen Eures-verkostossa. Lupakäsittelyjä on sujuvoitettu ja nopeutettu merkittävästi digitalisoinnin ja automatisoinnin keinoilla. Kausityöntekijöiden mahdollisuuksia vaihtaa työnantajaa parannettiin lakimuutoksella ja ulkomaisen työvoiman hyväksikäytön ehkäisytoimia on kehitetty määrätietoisesti.</p> <p>Tehdyt toimet kytkeytyvät muihin Suomen houkuttelevuutta työvoiman kohdemaana kehittäviin toimiin.</p>

Toimenpide	Toteuma vuonna 2024	Kuvaus toimenpiteistä ja toteutukseen vaikuttaneista tekijöistä
<p>49. Vahvistetaan työvoiman osaamisen kehittämistä huomioimalla myös matkailualan tarpeet, alan monialaisuus sekä alan osaamisen uudistumistarve.</p> <p>Vastuutahot: OKM, OPH, TEM, tutkimus- ja koulutusorganisaatiot, TE-toimistot, henkilöstöpalveluyritykset, edunvalvontaorganisaatiot</p>	3	<p>Ammatillisessa koulutuksessa on uudistettu vuosien 2022–2023 aikana ”Matkailualan perustutkinto” -tutkinnon perusteet. Tutkinnon perusteet uudistetaan aina yhteistyössä koulutusjärjestäjien, alan työelämän, alan edunvalvontaorganisaatioiden sekä työelämätoimikunnan kanssa.</p> <p>Osaamisen kehittämisen osalta työvoimakoulutusta on ollut tarjolla matkailualan osaavan työvoiman saatavuuden edistämiseksi erityisesti niillä alueilla, jossa ko. alan osaavasta työvoimasta on pulaa. Esimerkiksi Lapin ELY-keskuksen alueella matkailualan osaamisen kehittämiseen on panostettu voimakkaasti.</p> <p>SMAL järjestää avoimia koulutustilaisuuksia ajankohtaisista lainsäädäntö- ja muista asioista. Toimialan moninaisuus huomioidaan mm. siinä, että koulutustilaisuudet ovat hyvin edullisia tai kokonaan ilmaisia. Koulutuksiin on mahdollista osallistua myös etänä, ja koulutusmateriaali on mahdollista ostaa erikseen. SMAL tekee jatkuvaa kartoitusta siitä, minkä tyyppistä ja -sisällöistä koulutusta yritykset tarvitsevat.</p> <p>Toimenpide kuvastaa tutkintorakenteen osalta normaalia toimintatapaa. Työllisyyskoulutukset ja jatkuvan oppimisen koulutustarjonta ovat ketteriä tapoja päivittää alan osaamista, ja niiden suunnittelussa alueellinen yhteistyö on tärkeää.</p>

4 Johtopäätökset

4.1 Johtopäätökset

Kaikissa pääteemoissa on toteutettu matkailualaa hyödyttäviä toimenpiteitä.

Kestävyyden ja digitalisaation edistämisen alle sijoittuvat toimenpiteet ovat kokonaisuutena katsoen edenneet lähimmäs tavoitteitaan. Näistä toimista osalle oli myös määritelty tavoitetasot. Mitattava taso osaltaan vaikuttaa siihen, että tavoitteiden voidaan myös arvioida täyttyneen. Myös saavutettavuuden ja tki-toiminnan teemojen toimenpiteistä monet ovat edenneet pitkälle.

Lähes kaikki toimenpideryhmät ovat edenneet strategiakauden edetessä.

Verrattuna vuoden 2021 toteuman seurantaan, vähiten muutosta näkyy toimissa, joiden kytkös matkailustrategiaan on välillinen. Näiden toimien edistäminen on ennemminkin riippuvainen jostain muusta kuin toimenpiteelle osoitetun vastuutahon toiminnasta. Näitä ovat esimerkiksi osa työvoiman saatavuuden edistämisen toimenpiteistä. Toimenpiteet, jotka tässä vaiheessa eivät ole edenneet juuri lainkaan, eivät todennäköisesti etene strategiakaudella jatkossakaan.

Rahoituksen väheneminen on vaikuttanut varsinkin eri toimijoiden perusteh-

tävän osana edistettäviin toimenpiteisiin. Monet matkailun kilpailukykyistä toimintaympäristöä edistävästä toimista ovat sellaisia, joihin matkailun edistämiseen ja kehittämiseen kohdentuvat säästötoimet vaikuttavat suoraan vähenevinä henkilöstö- tai kehittämisresursseina. Samalla osa jo saavutetuista tavoitteista on vaarassa, mikäli ylläpitoon tai jatkokehittämiseen ei löydy rahoitusta.

Taulukkoon 10 on koottu yhteenveto toimenpiteiden etenemisestä toimenpideryhmittäin.

Taulukko 10. Yhteenveto toimenpiteiden etenemisestä

Teema/toimenpideryhmä	Yhteenveto etenemisestä
Matkailuliiketoiminnan kestävydestä Suomen matkailun kilpailuvaltti	
Matkailuyritysten, -alueiden ja matkailijoiden ohjaaminen kohti vastuullisia valintoja	<p data-bbox="635 544 667 577">4</p> <ul data-bbox="691 544 1361 846" style="list-style-type: none"> • STF-merkin kansallinen käyttöönotto ja tunnettuus sekä STF-ohjelmaan kytketyt toimenpiteet ovat edenneet ja saavuttaneet tavoitteitaan osin täysimääräisestikin. • Ravitsemusalan kestävyystoimiin sitoutumisen tavoitteet ovat täyttyneet, ja ilmastojulistukseen sitoutuneiden matkailuyritysten määrä on kasvanut. • Sosiaalisen kestävyden painoarvo on toistaiseksi jäänyt muita kestävyden ulottuvuuksia vähäisemmäksi.
Kehitetään matkailupalveluja teemapohjaisesti sesonkien tasaamiseksi	<p data-bbox="635 857 667 891">3</p> <ul data-bbox="691 857 1361 1406" style="list-style-type: none"> • Matkailupalveluiden teemapohjaista kehittämistä toteutetaan jatkuvasti eri tasoilla, määrällisesti eniten paikallisesti. Yksittäisiä toimia ovat mm. kulttuurimatkailun kansallisen kehittämisen tiekartta sekä Hungry for Finland -toimenpiteet. • Teemallisen tuotekehityksen tukeminen on Visit Finlandissa jouduttu lopettamaan resurssien pienentyessä. Tämän takia eri puolilla maata tapahtuvaa kehittämistyötä ei myöskään enää koordinoita, mikä saattaa johtaa päällekkäiseen kehittämiseen. • Yksittäisten teemojen kehittäminen strategian toimenpiteinä on ongelmallista, sillä alueelliset vahvuudet eroavat eri toimijoiden ja alueiden välillä. Teemat limityvät vahvasti toisiinsa, ja paikallisella tasolla kehittäminen vaatii yhteistyötä eri teemojen toimijoiden välillä.
Matkailualan digitaalinen kehittäminen	
Matkailualan digitaalinen kehittäminen	<p data-bbox="635 1462 667 1496">4</p> <ul data-bbox="691 1462 1361 1915" style="list-style-type: none"> • DataHubin kehittämiseen liittyvät tavoitteet ovat edenneet, ja sen laaja hyödyntäminen kuvastaa onnistunutta alan yhteistyötä. • Digitaalisten jakelukanavien hyödyntäminen on edennyt, digitaalisten ratkaisujen hyödyntäminen osana palveluita on vielä vähäisempää. • Metsähallituksen Luontoon- ja Eräluvut-uudistukset sekä DataHub-rajapinnan kehittäminen ovat edenneet suunnitellusti, ja niiden arvioidaan valmistuvan vuoden 2024 loppuun mennessä. • Kyberturvallisuuden edistämisen toimet ovat vielä hajanaisia.

Teema/toimenpideryhmä	Yhteenveto etenemisestä	
Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus		
Matkailuliiketoiminnan kasvua tukeva saavutettavuus	3	<ul style="list-style-type: none"> • Liikennejärjestelmä on matkailutoimialaa suurempi kokonaisuus, ja matkailun tarpeet ovat edenneet osana Liikenne 12 -suunnitelman toimeenpanoa. • Haja-asutusalueiden tietoliikenneyhteyksiä on edelleen parannettu. • Reitistöjen osalta korjausvelkaa on seurantajaksolla saatu vähennettyä ja erityisesti Metsähallituksen Luontoon.fi -uudistus valmistuessaan parantaa reittien ja palvelujen löydettävyyttä. • Digitaalisten matkaketjujen ostettavuus on parantunut mm. VR:n ja Matkahuollon yhteistyönä. • Sähköisen lentoliikenteen tai valtakunnallisen moottorikelkkareitistön toimenpiteet eivät ole edenneet.
Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen		
Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistaminen	4	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailualan tuloksellisen yhteistyön vahvistamisen toimet ovat suurelta osin ministeriöiden, Visit Finlandin ja alueellisten toimijoiden perustyötä. • Matkailurahoittajien välisen tiedonvaihdon sekä kansainvälisen yhteistyön edistämisen toimenpiteet ovat edenneet. Myös investointeja matkailualalle on edistetty osana perustehtäviä. • Kansallinen matkailun poikkeustilannesuunnitelma tai turvallisuusverkosto eivät ole edenneet seurantajaksolla.
Suomen matkailumarkkinoinnin terävöittäminen	3	<ul style="list-style-type: none"> • Market Rating -viitekehys kohdemarkkinoiden valintaan ja priorisointiin tukee matkailumarkkinointia. • Markkinoinnin vahvistamista ei resurssien vähentymässä ole pystytty toteuttamaan, eivätkä toimenpiteet siksi ole edenneet tavoitellusti.
Matkailualan tki-toiminnan vahvistaminen	4	<ul style="list-style-type: none"> • Kansallinen tiedolla johtamisen toimintamalli ja Matkailijamittari vahvistavat tietopohjaa huomattavasti. • Rahoituksen tukitoimenpiteet ja viestinnän kehittämisen ovat toteutuneet lähinnä osana perustehtäviä.
Osaavan työvoiman saataavuuden varmistaminen	3	<ul style="list-style-type: none"> • Myös matkailuala hyötyy osaamisen ennakoitifoorumien työstä sekä muista työvoiman saatavuutta tukevista toimista, jotka eivät suoraan liity matkailustrategian toimeenpanoon.

Matkailustrategian neljää pääteemaa pidetään ajankohtaisina ja relevantteina jatkossakin. Pääteemat kuvastavat kattavasti matkailualan tunnistamia kehittämistarpeita, ja niissä on pystytty huomioimaan toimintaympäristön muuttuminen. Myös valtaosaa yksittäisistä toimenpiteistä pidetään edelleen hyvin relevantteina. Vähintäänkin pääteemojen sisältöjen katsotaan edelleen kuuluvan strategiaan, vaikka ne eivät toimenpiteenä olisikaan täysin toimivia (esimerkiksi vaikeasti mitattavia). Teemat ja toimenpideryhmät tukevat matkailualan kehittämistä eri näkökulmista:

- **Kestävyys- ja vastuullisuuskysymysten painoarvo kasvaa jatkuvasti,** ja strategian toimenpiteillä alaa on pystytty tukemaan näihin vastaamisessa. Luontokadon ehkäisemisen huomioiminen on tullut ajankohtaisemmaksi seurantajaksolla.
- Vastaavasti **digitalisaation merkitys kasvaa edelleen,** mikä vaatii myös uusien tavoitteiden tunnistamista. Tekoälyn hyödyntäminen ja sen mahdollisuudet ovat myös matkailualalle tärkeitä seurattavia kohteita.
- **Saavutettavuus on matkailuliiketoiminnalle elintärkeää ja sen kehittämisen tulisi jatkossakin olla yksi painopisteistä.** Suhteessa matkailustrategiaan monet toimista kytkeytyvät muiden hallinnonalojen kehittämiseen, esimerkiksi Liikenne 12 -suunnitelmaan. Matkailustrategiassa olisi tärkeä tunnistaa, mitkä ovat juuri matkailuelinkeinolle oleellisia kehittämistarpeita, jotka eivät välttämättä etene ilman matkailustrategiaa.
- **Kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön toimista yhteistyön ja tiedolla johtamisen työkalujen vahvistaminen mahdollistavat resurssien mahdollisimman tehokkaan kohdentamisen,** johon myös markkinoinnin kehittämisen toimenpiteet kytkeytyvät. Teeman toimenpiteistä monet ovat lähellä vastuutahojen perustyötä ja riippuvaisia siihen osoitetuista resursseista.
- **Osaavan työvoiman saatavuus on edelleen toimintaympäristön haasteista merkittävin,** ja se hyötyisi omasta toimenpideohjelmasta, joka muodostuisi luontevasti nykyisten toimenpiteiden tavoitteiden saavuttamiseksi.

Resurssien vähentyessä toimenpiteiden rajaaminen, tarkempi kohdentaminen sekä yhteistyön vahvistaminen lisäävät vaikuttavuutta. Useita nykyisistä toimenpiteistä ei ole mahdollista edistää nykyistä vähäisemmillä kehittämisresursseilla. Tämä korostaa tarvetta kohdentaa käytössä olevat resurssit mahdollisimman vaikuttavasti, hyödyntää synergioita sekä välttää päällekkäistä kehittämistä. Alueellisen tason suhteellinen merkitys kasvaa rahoituksen myöntämisessä ja alueen matkailutoimijoiden yhteistyön onnistuminen määrittää, missä määrin matkailulinkeino alueella hyötyy kehittämisestä. Merkittävä osa kehittämistoimista tapahtuu yritysten tasolla, ja niillä on omalla toiminnallaan mahdollisuus osaltaan vahvistaa koko alan toimintaedellytyksiä.

4.2 Näkökulmia matkailustrategian kehittämiseen

4.2.1 Kehittämisen periaatteita

Matkailustrategia sisältää laajan joukon erilaisia toimenpiteitä, joiden yhteismitallinen seuranta on ollut haastavaa. Toimenpiteiden päivittämisen yhteydessä vuonna 2022 osa toimenpiteistä muotoiltiin uudelleen sisältämään myös tavoitetasoja.

Tässä raportissa toimenpiteet jaettiin kolmeen osaan: a) toimenpiteet, joilla on mitattava tavoite ja määritelty tavoitetaso b) toimenpiteet, joilla voisi olla mitattava tavoite, mutta ei määriteltyä tavoitetilaa ja c) toimenpiteet, jotka lähinnä kuvaavat tavoitetilaa. Lisäksi useita toimenpiteistä jaettiin osiin. Näistä vain kahta ensimmäistä on mielekästä seurata juuri toimenpiteinä.

Selvityksen tiedonkeruussa koottiin vastuutahojen näkemyksiä strategian sekä sen toimenpiteiden ja niiden seurannan jatkokehittämiseksi. Näiden perusteella tunnistettiin seuraavia periaatteita jatkokehittämisen tueksi:

1. Mitattavuus. Jotta etenemisen seuranta olisi mahdollista, kaikille toimenpiteillä tulisi olla määriteltyä tavoitetaso, johon lähtötilannetta verrataan. Matkailustrategian toimenpiteiden rajaaminen tällä periaatteella rajaisi automaattisesti ulkopuolelle osan ministeriön tai viraston perustyöhön sisältyvistä ja yleiselle tasolle jäävistä toimenpiteistä, sillä näille tavoitetason määrittelemine ei välttämättä ole mahdollista.

Mittaamisen helppouden ei kuitenkaan tulisi koskaan olla tavoitteita ohjaava tekijä. Jatkossakin myös ”edistetään”-tyylisille toimenpiteille voisi olla paikkansa toimenpiteiden joukossa, mutta niihin voisi sisällyttää osavaiheita, joita seurata: esimerkiksi 1) laaditaan toimenpideohjelma, joka sisältää tavoitetasot ja 2) toteutetaan toimenpideohjelma.

2. Sopiva laajuus. Matkailustrategia sisältää toimenpiteitä yksittäisistä selvityksistä aina laajoihin lainsäädäntöhankkeisiin. Sopiva taso on jossain näiden välillä. Liian pieni toimenpide strategisena tavoitteena esitettynä voi viedä uskottavuutta koko strategialta. Liian suurelle tai monitahoiselle toimenpiteelle taas voi olla liian vaikea osoittaa vastuutahoa tai tavoitetasoa.

Kaikkien toimenpiteiden toteutuksen tulisi myös olla vähintäänkin jossain määrin riippuvainen matkailustrategian syötteestä, mikä käytännössä tarkoittaa toimenpiteen rajaamista matkailunäkökulmasta. Esimerkiksi saavutettavuutta edistävästä toimista on vaikea erottaa matkailustrategian vaikutusta toimenpiteen toteutumiseen tai matkailuelinkeinon saamaa hyötyä. Jos toimenpidettä edistetään muussa ohjelmassa tai strategiassa, myös seuranta kannattaa toteuttaa siellä matkailustrategian sijaan.

3. Toteuttamiskelpoisuus. Osa toimenpiteistä vaatii poliittista tahtotilaa edetäkseen. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi linjauksia uusista avauksista tai merkittävää resurssien lisäämistä. Näiden toimenpiteiden osalta tavoitteiden päivityssykli voisi olla tarkoituksenmukaista kytkeä hallituskausiin. Valtaosa toimenpiteistä kuitenkin hyötyy pitkäjänteisestä ja ylihallituskautisesta kehittämisestä, mutta mikäli toimenpiteiden toteutuminen seurantajaksolla ei ole realistista tai tavoiteltavaa, ei niiden etenemistäkään kannata seurata.

4. Vaikutusten painottaminen mahdollisuuksien mukaan. Mahdollisuuksien mukaan toimenpiteiden tavoitetasoja tulisi kytkeä määrällisiin mittareihin (nykyisiin tai toimenpiteissä kehitettyihin). Esimerkiksi tietoisuus, yhteistyön lisääminen tai osallistuminen verkostoon eivät ole itseisarvo, vaan ne tukevat muiden tavoitteiden saavuttamista. Jos kyseessä on välitoimenpide, joka vie kohti varsinaista tavoitetta, myös tuotoksia kuvaavat mittarit ovat soveltuvia.

Ehdotetut periaatteet eivät tarkoita strategian sisällöllistä rajaamista. Alan tärkeänä pitämät teemat on mahdollista pitää mukana strategiassa myös muulla tavoin, esimerkiksi strategisten tavoitteiden tai toimintaympäristön kuvaamisen kautta, vaikka ne eivät sisältyisikään toimenpiteisiin. Monet vastuutahojen

vastauksista kysymykseen toimenpiteiden relevanssista toivat esiin, että teeman olisi tärkeä näkyä matkailustrategiassa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että toimenpiteen nykyinen muotoilu ja vastuutahot olisivat välttämättä ainoa tapa näkymiseen.

4.2.2 Näkökulmia vastuutahoihin

Monet matkailustrategian toimenpiteistä edellyttävät monialaista kehittämistä ja yhteistyötä kansallisella, alueellisella ja/tai yritysten tasolla. Toimenpiteille on siksi tunnistettu useita vastuutahoja, jotka liittyvät toimenpiteen toteutukseen.

Vain yksi määritelty vastuutaho selkeyttäisi toimenpiteiden edistämistä ja seuranta. Tällöin muut toimenpiteeseen kytkeytyvät tahot ilmoitettaisiin sidosryhminä. Jos toimenpide on alun perin rajattu sopivalla tavalla (ks. edellä periaatteista), luontevan yksittäisen vastuutahon löytämisen pitäisi olla mahdollista.

Vastuutaholla pitää olla todellinen mahdollisuus vaikuttaa toimenpiteen etenemiseen. Käytännössä tämä johtaisi monien toimenpiteiden osalta nykyistä operatiivisemmän tason vastuutahon valintaan. Ministeriöt ovat usein toiminnan mahdollistajan kuin toimenpiteen toteuttajan roolissa (pl. perustehtäviin kytkeytyvät toimenpiteet). Luontevia vastuutahoja jatkossakin ovat esimerkiksi Visit Finland ja alueelliset matkailuorganisaatiot tai Metsähallitus.

Alueellisten matkailuorganisaatioiden ja maakuntien liittojen roolia saattaa olla tarkoituksenmukaista kasvattaa. Jos toimenpiteitä kehitetään edelleen operatiivisempaan ja konkreettisempaan suuntaan, tarkoittaa tämä myös alueellisen tason merkityksen kasvamista. Monet toimenpiteistä vaativat koordinoituja toimenpiteitä alueen toimijoiden kesken. Tämä ei välttämättä tarkoita nykyisten toimenpiteiden uudelleen vastuuttamista, vaan tilannetta, jossa nykyisten toimenpiteiden alle muodostuisi tarkkarajaisempia alatavoitteita. Monissa, erityisesti kansallisesti koordinoituissa, toimenpiteissä alueellisten matkailuorganisaation olisi luontevinta olla vastuutoteuttaja. Vastuutahosta riippumatta resurssien riittävyys on kuitenkin edellytys roolin kasvattamiselle.

LÄHTEET

- Metsähallitus. (2024). Kansallispuistot ja retkeilyalueet tärkeitä paikallistaloudelle. [Verkkajulkaisu.] Saatavilla: <https://www.metsa.fi/vapaa-ai-ka-luonnossa/hyvinvointia-luonnosta/talouslyotyja-luonnosta/kansallispuistojen-hyotyja-paikallistalouteen/>
- Nurmi, Ossi. (2024). Kansallinen ja alueellinen matkailutilinpito 2022 ja matkailukysynnän arviot 2023. Tilastokeskuksen seminaariesitys Visit Finlandin järjestämässä 'What's Up with Measuring Success' -seminaarissa 17.4.2024. Saatavilla: <https://www.visitfinland.fi/ajankohtaista/tapahtumat/2024/whats-up-with-measuring-success--seminaari>
- Tilastokeskus. Majoitustilasto. Saatavilla: <https://stat.fi/tilasto/matk>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2024). Valtakunnallinen ja alueellinen matkailutilinpito. Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2021–2022. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2024:15. [Verkkajulkaisu.] Saatavilla: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/165558>
- Työ- ja elinkeinoministeriö. (2022). Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun – Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2022:51. Helsinki. [Verkkajulkaisu.] Saatavilla: <https://tem.fi/documents/1410877/90165564/Suomen+matkailustrategia+2022-2028+ja+toimenpiteet+2022-2023.pdf/>

Verkkajulkaisu
ISSN 1797-3562
ISBN 978-952-327-652-9

Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi