

Matkailu on merkittävä toimiala – tiedolla todistettu!

10.6.2025

Matkailu on toimialana kiehtova, jossa on mukana useita erilaisia toimialoja ja laaja repertuaari erilaisia matkailupalveluita tuottavia yrityksiä ja muita tahoja. Matkailualaa voi olla haasteellista selittää, ja jopa useat matkailijoita palvelevat yritykset eivät aina miellä itseään matkailuyrityksiksi. Valitettavasti matkailua saatetaan joskus pitää pikemminkin mukavana puuhasteluna kuin varteenotettavana elinkeinona. Kysymyksessä on kuitenkin merkittävä toimiala, jonka pitäisi pystyä todentamaan merkittävyytensä paitsi muille niin myös toimialalle itselleen. Todentamiseen tarvitaan tietoa ja sitä on onneksi saatavilla.

Etelä-Pohjanmaalla matkailutietoa on kerätty matkailijoilta ja matkailuyrityksiltä. Nyt neljättä kertaa toteutettu Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri antaa tärkeää vertailutietoa muun muassa yritysten investoinneista, kasvuodotuksista ja tulevaisuudesta ylipäätään. Alueellisen tiedon lisäksi on tärkeää seurata koko Suomea matkailutiedon osalta. Matkailu on esimerkiksi tärkeä palveluvientiala ja merkittävä myös toimialan ulkopuolelle operoiville muille toimijoille johtuen sen aluetaloudellisista vaikutuksista.

Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri 2024: näkymiä tulevaisuuteen

Etelä-Pohjanmaan matkailubarometrissa nostetaan esiin matkailuyritysten tulevaisuuden odotuksia vuodelle 2025 verrattuna vuoteen 2024 (Järvinen ym., 2025, s. 49). Kun yritykset saivat arvioida omaa kokonaistilannettaan vuodelle 2025, niin lähes puolet eli 48 % arvioi sen olevan parempi ja melkein yhtä suuri osuus eli 46 % arvioi kokonaistilanteen pysyvän ennallaan (mts. 49). Kokonaistilanteen arvioi huonommaksi

vain 7 % yrityksistä. Samansuuntaisesti 26 % arvioi yritystoiminnan laajenevan ja 5 % supistuvan (mts. 51). Positiivinen asenne näkyy odotuksissa yrityksen liikevaihdossa vuodelle 2025: vastaajista 54 % arvioi liikevaihdon olevan parempi, 44 % pysyvän ennallaan ja vain 2 % liikevaihdon huononevan (mts. 49). Lisäksi kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden määrän arvioidaan kasvavan edelliseen vuoteen verrattuna. Yrityksistä 44 % arvioi kotimaisten matkailijoiden määrän kasvavan, siinä missä ulkomaalaisten matkailijoiden kasvua ennakoi 31 % yrityksistä (mts. 49). Kuitenkin matkailijoiden tilannetta näin arvioineiden yritysten osuus on hieman pienempi kuin kahtena aiempana vuonna. Tätä saattaa selittää koronavuosien jälkeen tasaantunut kotimaan matkailijoiden määrä sekä epävarma taloudellinen tilanne.

Odotukset tulevasta kasvusta heijastuvat yritysten työllistävyyteen niin, että 11 % yrityksistä arvioi henkilöstömääränsä kasvavan ja 2 % pienenevän (Järvinen ym., 2025, s. 49). Myös muut yritysten arvioimat muutokset tuleville vuosille ovat sellaisia, että niiden on mahdollista vahvistaa matkailuliiketoiminnan kasvua. Tarkemmin kysyttäessä yritykset arvioivat muutosodotuksiaan omalle matkailuliiketoiminnalleen tuleville kolmelle vuodelle seuraavasti: vastaajista noin kolmannes remontoi tai uudistaa tilojaan, panostaa kestävään matkailuun ja vastuullisuuteen, kehittää yhteistyöverkostoa muiden yritysten kanssa sekä kerää tietoa ja hyödyntää sitä liiketoiminnan tueksi. Vastaajista noin joka neljäs panostaa digitalisaatioon ja kasvattaa palveluvalikoimaa ja joka viides panostaa kansainvälisyyteen sekä lisää yrittäjän/yrittäjien ja henkilöstön koulutusta (mts. 51).

Yritysten oli mahdollista kommentoida suunnittelemiaan muutoksia tarkemmin (Järvinen ym., 2025, s. 52). Yritystoiminnan laajenemista arvioitiin tapahtuvan esimerkiksi lisäämällä kapasiteettia, tapahtumia, palveluita ja tuotteita. Palveluvalikoiman kasvua arvioitiin saatavan esimerkiksi uudistamalla ja laajentamalla toimintaa, tuomalla enemmän yhteistyökumppanien palveluita esille ja tekemällä paketointia sekä tarjoamalla enemmän tapahtumia. Kapasiteetin lisäämisen arvioitiin kohdistuvan pääosin majoitus- tai ravintolakapasiteettiin.

Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri 2024: investoinnit matkailuun

Yritykset tekivät vuonna 2024 investointeja omaan matkailuliiketoimintaansa kokonaisuudessaan jonkin verran enemmän aiempaan vuoteen verrattuna (Järvinen ym., 2025, s. 43). Vastaavasti niiden yritysten määrä väheni 3 prosenttiyksikköä, jotka eivät investoineet lainkaan. Investointeja tekivät vuonna 2024 verrattuna vuoteen 2023, 2 % yrityksistä huomattavasti enemmän, 25 % jonkin verran enemmän, 43 % suurin piirtein saman verran, 10 % jonkin verran vähemmän, 5 % huomattavasti vähemmän ja 16 % ei investoinut lainkaan (mts. 43). Investointeja tehtiin muun muassa kalusto- ja laitehankintoihin, uudis- ja korjausrakentamiseen sekä markkinointiin, verkkosivuihin, verkkokauppaan ja matkailuesitteisiin.

Suunnitellut investoinnit vuodelle 2025 ovat samansuuntaisia kuin edellisen vuoden investoinnit: 7 % yrityksistä aikoo investoida huomattavasti enemmän, 21 % jonkin verran enemmän, 38 % suurin piirtein saman verran, 15 % jonkin verran vähemmän, 7 % huomattavasti vähemmän, 5 % ei aio investoida lainkaan ja 8 % ei osaa vielä sanoa (Järvinen ym., 2025, s. 45). Vastausten perusteella vaikuttaa siltä, että niiden yritysten määrä vähenee edelleen, jotka eivät aio investoida lainkaan.

Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri 2024: kasvua näkyvissä?

Yritykset arvioivat tulevia kasvutavoitteitaan matkailutoiminnassa siten, että suurimmalla osalla eli 51 % on tavoitteena säilyttää nykyinen markkina-asema, mikä tarkoittaa liiketoiminnan vuosittaista kasvua joillakin prosenteilla (Järvinen ym., 2025, s. 53). Yrityksistä 41 % tavoittelee kohtalaista kasvua, jolloin liikevaihdon kasvutavoite on vähintään 10 % vuodessa. Yrityksistä 5 % on voimakkaasti kasvuhakuinen, jolloin liikevaihdon kasvutavoite on vähintään 30 % vuodessa. Yrityksistä 2 % ei ole kasvutavoitteita lainkaan ja 2 % yrityksistä on lopettelemassa toimintaansa. Suurimmat muutokset yritysten kasvutavoitteissa edelliseen vuoteen verrattuna on niiden yritysten joukossa, joilla ei ole kasvutavoitteita (vähentynyt 7 prosenttiyksikköä) ja niissä yrityksissä, joiden tavoitteena on säilyttää nykyinen markkina-asema (kasvanut 15 prosenttiyksikköä). Yhä suuremmalla osalla yrityksistä on siis tavoitteena markkina-aseman säilyttäminen tai liikevaihdon kasvattaminen.

Matkailu on merkittävä palvelujen vientierä

Visit Finland on osa Business Finlandia ja sen tehtävänä on tukea matkailuelinkeinon menestystä Suomessa erityisesti edistämällä Suomeen suuntautuvaa matkailua (Visit Finland, i.a.). Visit Finland järjestää vuosittain What’s up with trends and strategies -seminaarin, jonka ohjelmassa matkailutiedolla on merkittävä rooli. Tänä keväänä seminaari järjestettiin 15.5. Helsingissä, jossa käsiteltiin matkailun nyky- ja tavoitetilaa sekä maabrändin rakentamista. Nykytilaan liittyen puheenvuoron käytti Gonzalo Vilar Bloom Consultingista, joka tarkasteli matkailukysyntää Suomessa ja Pohjoismaissa. Vilar totesi puheenvuorossaan, että yritysten digitaalinen jalanjälki on äärimmäisen tärkeää, jopa tärkeämpää kuin koskaan aiemmin. Vilar muistutti, että vaikka tiedonhaussa käytetään tekoälyä yhä enemmän, niin tekoäly käyttää samoja lähteitä kuin muutkin perinteiset hakukoneet. Vilar kävi läpi esityksessään Suomeen kohdistuvia matkailuhakuja. Vilarin mukaan vuonna 2024 Suomen matkailuun kohdistui 8,5 miljoonaa hakua. Hakujen määrän kasvu on ollut tasaista jo useana vuonna peräkkäin ja vuoteen 2023 verrattuna kasvua oli syntynyt 15 prosentin verran.

– Kaukomarkkinoilta suuntautuvat haut ovat kasvussa, mutta ensimmäistä kertaa Euroopan alueelta suuntautuvat haut olivat laskussa. Suomen lisäksi myös muissa Pohjoismaissa on havaittavissa sama ilmiö, Vilar totesi.

Verratessa Suomea muihin Pohjoismaihin Suomi sijoittuu hakutuloksissa viimeiseksi. Positiivista on kuitenkin se, että Suomeen kohdistuva kasvu on toiseksi suurinta, heti Islannin jälkeen. Vilarin mukaan Suomessa on siis tehty hyvää työtä ja oikeita valintoja.

Seminaarissa Tilastokeskuksesta Marianne Laalo ja Heidi Pukkila esittelivät matkailun taloudellista vaikuttavuutta lukujen valossa. Tilastokeskus on yksi tärkeimmistä matkailutiedon tuottajista, joista yksi on matkailutilinpito. Esityksessään Laalo ja Pukkila nostivat esiin Matkailutilinpidon 2022–2023 päätuloksia sekä arvioita vuodesta 2024 (Nurmi, 2025, s. 5–6). Tulosten mukaan matkailukysyntä oli vuonna 2024 16,6 miljardia euroa eli sen verran rahaa kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat käyttivät rahaa Suomessa

matkaillessaan. Ulkomaisten matkailijoiden osuus koko määrästä oli 4,7 miljardia euroa. Matkailu oli vuonna 2024 kolmanneksi suurin palvelujen vientierä; vientiä syntyi yhteensä 38 miljardin euron verran. Tämä oli kaikkiaan 14 % kaikista palvelujen viennistä ja viisi prosenttia kaikesta viennistä.

Matkailulla on monipuolinen vaikutus Etelä-Pohjanmaan aluetalouteen

Matkailun kestävä siirtymä -hankkeen yhtenä toimenpiteenä Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti selvitti matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia maakunnassa. Tarkastelun kohteena olivat kuusi matkailukohdetta ja viisi tapahtumaa sekä vapaa-ajanasuminen (Kujala & Hakala, 2025, s. 9). Selvityksen tulosten mukaan Kujala ja Hakala (s. 46) toteavat, että kaikilla tarkastelluilla matkailun muodoilla on selkeä vaikutus maakunnan aluetalouteen. Tulosten perusteella vapaa-ajanasukkaiden kulutuksen vaikutus Etelä-Pohjanmaan bruttokansantuotteeseen oli yli 14 miljoonaa euroa, tarkasteltujen matkakohteiden vaikutus oli yli 50 miljoonaa euroa ja tapahtumien noin 20 miljoonaa euroa (s. 9). Lisäksi selvityksessä tarkasteltiin matkailun vaikutusta työllisyyteen, ja selvityksen mukaan tarkasteltujen matkakohteiden vaikutus työtuloihin oli yli 30 miljoonaa euroa ja tapahtumien noin seitsemän miljoonaa euroa.

Matkailulla on suorien vaikutusten lisäksi myös välillisiä vaikutuksia matkailutoimialan ulkopuolisiin toimijoihin. Selvityksen mukaan matkailuyritysten toiminnan kautta välillisiä vaikutuksia syntyy noin 0,5–0,6 euroa yhtä liikevaihtoeuroa kohden (Kujala & Hakala, 2025, s. 46). Matkailusta hyötyvät useat eri toimialat. Selvityksen mukaan esimerkiksi matkakohteiden aluetaloudelliset vaikutukset jakautuvat muun muassa rakentamisen, kuljetuksen ja varastoinnin, elintarviketeollisuuden, energia-, vesi- ja jätehuollon, kaupan sekä terveys- ja sosiaalipalveluiden toimialoille (s. 40–41).

Tieto on tarkoitettu käytettäväksi!

Matkailutuote koostuu usein palveluista, joiden tuottamiseen on tarvittu useita erilaisia muita taustalla toimivia palveluntuottajia. Kasvua haettaessa yritykset joutuvat usein investoimaan ja hankkimaan uutta osaamista, ja usein nämä ovat arvokkaita hankintoja. Jotta investointeja osataan kohdentaa oikein ja perustella niitä, on taustalle haettava monenlaista tietoa. Varsinaisen päätöksenteon tueksi käytettävälle kovalle tiedolle voi tarvetta olla myös niin sanotulle vertaistiedolle. Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri on osaltaan molempia edellä mainittuja. Barometrista saatavilla tiedoilla voidaan osoittaa matkailuyrityksen tarpeita esimerkiksi kehittämisen osalta, mutta ne myös kertovat yrityksille, mitä toimialalla yleisesti ajatellaan ja miten tulevaisuus nähdään.

Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten raportissa esitetyt luvut ovat pysäyttäviä ja tarkastelun alla on ollut vain muutamia matkakohteita ja tapahtumia. Jo pelkästään näiden osalta voidaan osoittaa matkailun merkittävyys Etelä-Pohjanmaalle. Kujala ja Hakala (2025, s. 44) toteavat, että matkakohteiden osalta niiden aluetaloudellinen vaikutus on todellisuudessa arvioituakin suurempi.

Tietoa tarvitaan, sitä on olemassa ja saatavilla. Tiedonhankkiminen on usein arvokas ja pitkäaikainen

prosessi ja tässä prosessissa hyödynnetään usein kehittämishankkeita. Seinäjoen ammattikorkeakoulu on tuottanut matkailutoimialalle tietoa, ja ne ovat kerättynä SEAMK matkailuhankkeiden koontisivulle, tutustu sivuun osoitteessa: https://projektit.app-staging.seamk.hion.dev/yrittajyys-ja-kasvu/matkailuhankkeet-seamkissa/matkailuhankkeiden-materiaalit/. Maaliskuussa julkaistiin Etelä-Pohjanmaan matkailutieto -sivu, johon on kerätty dataa ja visualisoitu Power BI -työkalulla. Etelä-Pohjanmaan matkailutietoa -sivu löytyy osoitteesta: https://projektit.app-staging.seamk.hion.dev/etela-pohjanmaan-matkailutieto

Tämä artikkeli on kirjoitettu osana Matkailun kestävä siirtymä -hanketta. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama. Hankkeessa tuotetaan ja hyödynnetään matkailutoimialalle maakunnallista matkailutietoa ja hiilijalanjälkitietoa. Hanketta toteuttavat yhdessä Seinäjoen ammattikorkeakoulu ja Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti.

Elina Järvinen
Asiantuntija TKI
SEAMK

Miska Rossinen-Kaihlamäki
Asiantuntija TKI
SEAMK

Kirjoittajat ovat TKI-asiantuntijoita, jotka työskentelevät matkailu- ja yrityshankkeissa Seinäjoen ammattikorkeakoulussa.

Lisätietoja: Elina Järvinen, projektipäällikkö
p. 040 868 0610, elina.jarvinen@app-staging.seamk.hion.dev

Lähteet

Järvinen, E., Rossinen-Kaihlamäki, M., & Katajavirta, M. (2025). Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri 2024: Kyselyn tulokset. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2025051341618

Kujala, S. & Hakala, O. (4.3.2025). *Etelä-Pohjanmaan matkailun aluetaloudelliset vaikutukset: Esimerkkeinä vapaa-ajanasuminen sekä tapahtumia ja matkakohteita (Raportteja ; 239).* Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti. http://hdl.handle.net/10138/593484

Nurmi, O. (2025). *Matkailun taloudellinen vaikuttavuus lukuina.* Tilastokeskus. https://www.visitfinland.fi/49ab08/contentassets/32e285af7b7e42d2a2c40a8733d6baec/nurmi_matkailun-taloudellinen-vaikuttavuus-lukuina-whatsup2025-1.pdf

Visit Finland. (i.a). *Visit Finland kehittää matkailua koko Suomessa.* https://www.visitfinland.fi/etusivu/visit-finlandin-tehtava