A photograph of two mountaineers climbing a snowy mountain peak. The climber in the foreground is wearing a red jacket and a large black backpack, using ice axes to ascend. The climber in the background is wearing a green jacket and a black helmet. The scene is set against a clear blue sky and snow-covered mountain ridges.

Matkailualan yhteiset tavoitteet hallitusohjelmaan



Kasvua matkailualalta

1.

Matkailualan yritykset ovat kärsineet suuria tappioita koronapandemian ja pitkään jatkuneiden ankarien matkustus-, kokoontumis-, yleisötilaisuus- ja ravintolarajoitusten takia. Lähes samanaikaisesti kuin viimeiset rajoitukset poistuivat, Venäjä aloitti hyökkäyssodan Ukrainaan. Hyökkäyssota ja sen seurauksena asetetut pakotteet ja vastapakkotteet lopettivat Venäjän ylilennot, mikä vähensi aasialaisten matkailijoiden määrää Suomessa. Päätös estää turistiviisumilla pääsy Suomeen lopetti venäläisten matkailun Suomeen ennalta määräämättömäksi ajaksi.

Venäjän hyökkäyssota kiihdytti myös hintojen nousua ennennäkemättömällä tavalla. Sähkön, polttoaineiden ja muun energian sekä elintarvikeraaka-aineiden hinnat ovat kohonneet lyhyessä ajassa kymmeniä tai jopa satoja prosentteja. Korkotason nousu heikentää matkailuyritysten investointimah-

dollisuuksia. Inflaation nopea ja voimakas kiihtyminen heikentää myös asiakkaiden, niin kotimaisten kuin ulkomaalaistenkin, ostovoimaa.

Kevään eduskuntavaalien jälkeisessä hallitusohjelmassa tulee edistää matkailualan toipumista koronarajoituksista ja Venäjän sodan kielteisistä vaikutuksista. Matkailualalla on erittäin hyvät mahdollisuudet palata koronapandemiaa edeltävälle kasvurallalle, mutta se edellyttää toipumista ja kasvua tukevia toimia myös seuraavalta hallitukselta.

Tässä esitteessä Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry, Suomen Matkailualan liitto ry, Finnish Lapland Tourist Board ry, Visit Finland, Finnair Oyj, Eckerö Line Oy, Viking Line Oyj ja TallinkSilja Oyj esittävät yhteiset näkemyksensä seuraavaan hallitusohjelmaan otettavista asioista.

2.

Matkailualan merkitys kansantaloudessa

Matkailu työllisti 154 100 henkilöä¹. Työvoiman määrä kasvoi 18 prosenttia vuosina 2011–2019. Toimialan työllisten osuus kaikista työllisistä oli 5,8 prosenttia. Matkailu työllistää kaikkialla Suomessa.

Suomessa toimi 29 000 matkailualan yritystä. Matkailukysyntä oli 16,3 miljardia euroa, josta ulkomaalaisten matkailijoiden osuus oli 5,3 miljardia euroa. Matkailuvienti on palveluennin kolmanneksi suurin toimiala.

¹ Tämän kohdan kaikki luvut ovat koronapandemiaa edeltävältä ajalta 2019.

3.

Työvoiman saatavuus ja vetovoima

3.1. Työperäisen maahanmuuton edistäminen

Suomen väestö ikääntyy muita EU-maita nopeammin. Siksi Suomen huoltosuhde muuttuu rajusti seuraavien kymmenien vuosien aikana (kuvio seuraavalla aukeamalla). Huoltosuhteen heikkeneminen uhkaa hyvinvointivaltion perusteita. Työvoimapulasta on

muodostunut matkailu-, ravintola- ja tapahtuma-alan koronarajoituksista toipumisen ja kasvun este.

Nopeasti vaikuttavia keinoja työvoimapulan ratkaisemiseksi ei ole. Suomen on ryhdyttävä aktiivisesti houkuttelemaan ulkomaalaisia Suomeen töihin. Tänne tarvitaan kaikenlaisia työntekijöitä, myös käytännön työtä tekeviä.



PORVOSSA
KÄSINTEKIÄYT
PRALINIT
1,20€ /KPL

PRALINIT
7,50€ /KPL

PRALINIT
10€ /KPL

HANDMADE
IN
SWEDEN

Lime-Cacahu



Ulkomaalaisesta työvoimasta kilpailevat Suomen kanssa muun muassa muut Pohjoismaat, joissa palkkataso on Suomea korkeampi. Työperäisen maahanmuuton edistämisellä on kiire. Aikaa ei ole hukattavissa.

► **Suomen tulee edistää voimakkaasti työperäistä maahanmuuttoa. Suomeen tarvitaan kaikenlaisia työntekijöitä, ei pelkästään korkeakoulutettuja ulkomaalaisia.**

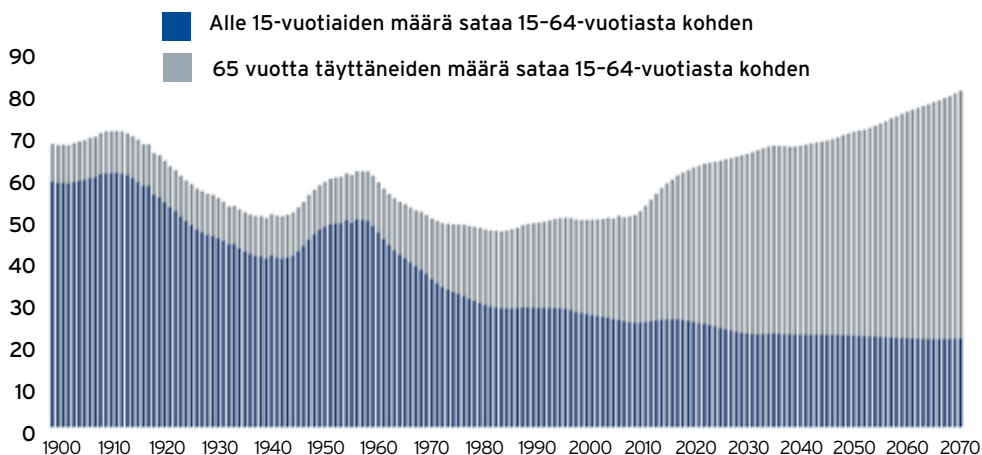
3.2. Saatavuusharkinnan poistaminen

Julkisen vallan määräämät koronapandemian aikaiset rajoitukset ovat romahduttaneet matkailualan työntekijöiden määrän. Noin 20 000 henkilöä on siirtynyt pysyvästi muille toimialoille. Työvoimavajetta ei voida korjata ilman ulkomaalaista työvoimaa.

EU:n ulkopuolisen työvoiman saatavuusharkinta pitkittää ja vaikeuttaa ulkomaalaisen työvoiman

palkkaamista yrityksiin. Toimialan työvoimatarve on niin ilmeinen, että matkailualan työntekijöiden saatavuusharkinnasta tulisi luopua kokonaan kaikkialla Suomessa.

► **Työvoiman saatavuusharkinnasta matkailualalla tulee luopua kaikkialla Suomessa.**



Väestöllinen huoltosuhde (alle 15-vuotiaiden ja 65 vuotta täyttäneiden ja tätä vanhempien henkilöiden suhde 100 työkäistä kohti), 1900-2070

4.

Saavutettavuudella ratkaiseva merkitys matkailualalle

Saavutettavuudella on ratkaiseva merkitys Suomen matkailulle. Yhtäältä Suomen sijainti on syrjäinen. Myös välimatkat Suomessa ovat pitkiä. Toisaalta Suomi on saari, joten kilpailukykyinen lento- ja meriliikenne on välttämätön ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun kehitykselle. Henkilöauto on usein ainoa vaihtoehto matkakohteeseen pääsemiselle.

Valtion on panostettava toimivaan liikennejärjestelmään, sujuviin matka- ja kuljetusketjuihin sekä liikenneverkon ylläpitämiseen ja kehittämiseen.

4.1. Liikennejärjestelmä ja sujuvat matka- ja kuljetusketjut

Suomalaisen matkailun kehittämisessä ensiarvoisen tärkeää on kehittää valtakunnallista liikennejärjestelmää kokonaisuutena. Valtakunnallinen kaksitoistavuotinen liikennejärjestelmäsuunnitelma antaa tähän hyvät lähtökohdat ja sen toteuttaminen tulee sisällyttää väyläverkon investointiohjelmiin. Matkailun vahvistaminen Suomessa edellyttää

liikkumisen palveluiden kehittämistä siten, että maan sisäinen saavutettavuus paranee. Matkaketjujen suunnittelussa ja toteutuksessa tulee varmistaa palvelujen selkeys ja asiakaslähtöisyys. Toteutuessaan saumattomat, liikennemuotojen väliset matkaketjut esimerkiksi lentoasemilta ja rautatieasemilta tukevat suomalaisen matkailualan vahvistumista.

Suomi tarvitsee enemmän investointeja tie- ja rautatieverkoston kehittämiseen ja kunnan heikkenemisen pysäyttämiseen sekä riittäviä määrärahoja perusväylänpitoon. Kattavan tie- ja rautatieverkon ylläpitäminen ja kehittäminen mahdollistaisivat myös nykyistä laajemmat mahdollisuudet bussimatkapakettien ja junalla matkustamiseen perustuvien matkakokonaisuuksien toteuttamiseen.

► **Matkaketjujen sekä tie- ja rautatieverkoston kehittämistä tulee resursoida ja toteuttaa tulevilla vaalikaudella Valtakunnallisen kaksitoistavuotisen liikennejärjestelmäsuunnitelman mukaisesti.**





4.2. Kilpailukykyinen henkilöautoliikenne on välttämätön kotimaanmatkailun kilpailukyvyllle

Suomi on pohjoinen pitkien etäisyyksien harvaanasuttu maa, jossa julkinen liikenne ei ole samalla tasolla kuin tiheästi asutuissa Manner-Euroopan maissa. Kotimaanmatkailu perustuu pitkälti oman henkilöauton käyttöön, koska määränpään pääsemiseksi tai siellä liikkumiseen ei ole usein muita vaihtoehtoja.

Suomen tavoitteena on puolittaa liikenteen päästöt vuoteen 2030 mennessä. Tavoitteen saavuttamiseksi tehdyn valmistelun perusteella vaikuttaa siltä, että tavoitteet aiotaan saavuttaa suurelta osin henkilöautoliikenteen päästöjä alentamalla korottamalla sen kustannuksia merkittävästi. Oikea tapa päästöjen puolittamiseen on luoda autoilijoille positiivisia kannusteita hankkia vähäpäästöisempiä autoja ja tukea vaihtoehtoisten polttoainesten tuilla sähköautojen suurteho-latauspisteiden markkinaehtoista lisääntymistä liikenneasemilla ja maanteiden varsilla olevissa palveluyrityksissä.

Keinoina tavoitteen saavuttami-

seksi on ehdotettu muun muassa kilometriveroa, tietulleja, polttoaineiden päästökauppaa ja polttoaineverojen korotuksia. Ne tekisivät henkilöautolla ajamisesta yhä kalliimpaa. Henkilöautoliikenteen veroista vuotuinen kiinteä ajoneuvovero on kotimaanmatkailun ja työmatkailun kannalta neutraali vero.

► **Tieliikenteen päästöjen vähentämisen kohdistaminen pääasiassa henkilöautoliikenteeseen nostaa henkilöautolla liikkumisen kustannuksia. Kilometrivoero, päästökauppa, tietullit ja polttoainesten verojen korotukset lisäävät asiakkaiden kustannuksia.**

4.3. Vahva kotimainen lentoyhtiö turvaa yhteydet

Suomalaiselle matkailulle on tärkeää, että kotimaassa on riittävän suuri lentoyhtiö, joka osaltaan pystyy tukemaan niitä tarpeita, joita Suomen matkailutoimialalla on. Tätä tehtävää Finnair on omalta osaltaan toteuttanut verkostomallisella lentoliikenteitoiminnalla, joka on tarjonnut kattavat yhteydet Suomesta ja Suomeen. Koronakriisin ja Venäjän sodan seu-

rauksena Suomen saavutettavuus on kuitenkin heikentynyt.

Samalla kun kansainvälisen ja eurooppalaisen lentoliikenteen tulee perustua vapaaseen kilpailuun, Finnairin erityisasema suomalaisen matkailuliiketoiminnan ytimessä tulee huomioida. Suomalaiselle matkailulle äärimmäisen tärkeät matkustusvirrat Aasiasta ovat kriisien myötä pienentyneet voimakkaasti. Suomalainen matkailu tarvitsee kuitenkin yhä kipeästi maahan kohdistuvaa matkailua, niin Aasiasta kuin muualta maailmasta. Kotimaisella lentoyhtiöllä on tässä keskeinen, enustettavuutta ja vakautta vahvistava roolinsa.

Lentoliikenne on kansainvälistä, globaalia liiketoimintaa, jossa kunakin lentoyhtiön kilpailukyky perustuu kansainvälisiin pelisääntöihin. Suomalainen matkailu tarvitsee ympäristöllisesti ja taloudellisesti kestävää lentoliikennepolitiikkaa, joka tekee matkailun kehittämisen mahdolliseksi, ei mahdottomaksi. Tulevalla vaalikaudella Suomen tulee systemaattisesti tukea vain sellaisia lentoliikenneratkaisuja, jotka eivät heikennä suomalaisen matkailualan

asemaa. Tämä tarkoittaa yhteiseurooppalaisen lainsäädännön ja globaalien päästöratkaisujen tukemista, sekä sellaista kansallista lentoliikennestrategiaa, jolla kannustetaan kehittämään kestäväää lentoliikennettä Suomelle merkittäväksi kilpailutekijäksi.

► **Finnair on matkailualan elintärkeä kumppani. Valtion tulee huolehtia siitä, että Finnairilla on kilpailukykyiset toimintaedellytykset kilpailijoihin verrattuna.**

4.4. Suomalaisen merenkulun kilpailukyky on turvattava

Pandemia ja Venäjän hyökkäys Ukrainaan ovat vaikuttaneet merkittävästi merilogistiikkaan. Polttoainneiden hinnan nousu, pakotteet ja boikotit vaikuttavat vahvasti varustamojen toimintaan.

Pitkäkestoisen pandemian vaikutukset näkyvät vielä vuosia erityisesti matkustajaliikennettä harjoittavissa varustamoissa. Pandemiaa seurasi työvoimapula, joka hankaloittaa yritysten toimintaa laajasti. EU:n ulkopuolisen työvoiman käytön joustavuutta on lisättävä ja viranomaispää-

tösten ja tarkastusten on toimittava tehokkaasti ja nopeasti, jotta työvoima saadaan työmarkkinoiden käyttöön.

Merenkulku on globaali elinkeino ja kilpailu on maailmanlaajuisia. Suomalaiset ja muiden EU-maiden varustamot kilpailevat globaalissa kilpailussa, jossa on mukana suuria toimijoita ns. halpalippumaista, joissa ei vastuullisuus (mm. ympäristö, turvallisuus, sosiaalinen vastuu) ole niin merkittävässä roolissa kuin meillä. Suomen on tärkeää olla samassa veneessä 15 muun eurooppalaisen merenkulkuvaltion kanssa ja varmistaa suomalaisen merenkulun kilpailukyky EU:n suuntaviivojen mukaisesti.

► **Suomalainen matkustajamerenkulku on kovassa kansainvälisessä kilpailussa. Suomen on turvattava suomalaisen merenkulun kilpailukyky EU:n suuntaviivojen mukaisesti.**

► **Matkailualalla on merkittävä asema ilmastomuutoksen torjunnassa. Globaali ongelma vaatii globaaleja ratkaisuja.**

5.

Arvonlisäverot vaikuttavat matkailualan kilpailukykyyn

Kulutuksen verotus Suomessa on eurooppalaisessa vertailussa kireää. Kulutusverojen suhde bruttokansantuotteeseen on Suomessa OECD-maiden kolmanneksi korkein (kuvio 1).

Alkoholin anniskelua sekä Suomessa ja muualla EU:n alueella toteutettavia matkatoimistopalveluita lukuun ottamatta lähes kaikki matkailualan palvelut ovat joko 10 tai 14 prosentin alennetuissa arvonlisäverokannoissa. Alennetuilla arvonlisäverokannoilla on erityinen merkitys alan palveluille. Ne tukevat toimialan kilpailukykyä.

Myös matkailupalveluita yhdeksi kokonaisuudeksi paketoivien yritysten marginaalivero tulee saada alennetun verokannan piiriin. Tämä on erityisen tärkeää yritysten välisessä matkakaupassa, jotta suomalaisyritysten heikkoa kilpailukykyä voidaan parantaa suhteessa kansainvälisiin toimijoihin.

Alan kustannusrakenne on kokonaisuutena erittäin raskas, minkä takia Suomen matkailu- ja ravintola-alan palvelujen hinnat ovat heti Tanskan ja Ruotsin jälkeen EU:n kolmanneksi korkeimmat (kuvio 2).

Aiemmin katsottiin, että kulutuksen ve-

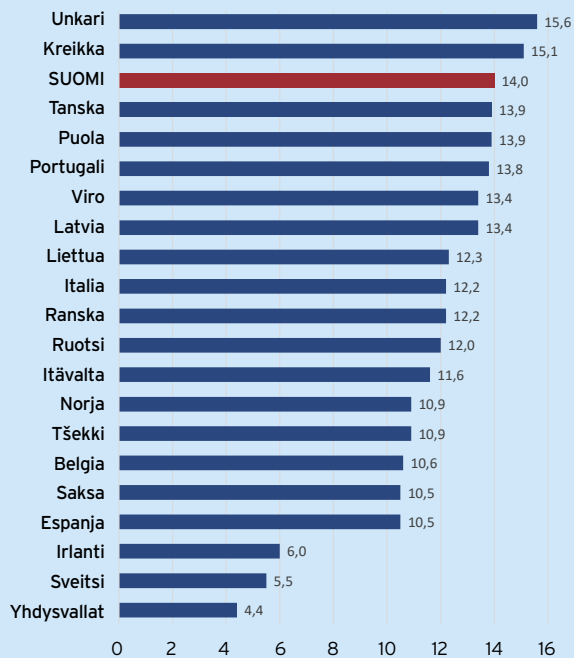
rotusta voidaan korottaa, koska se ei vaikuta yritysten kansainväliseen kilpailukykyyn. Kysymys olisi paikallisesti kulutetuista palveluista. Tämä ei pidä nykyään paikkaansa, jos koskaan pitikään.

Suomessa toimiva, täällä työllistävä ja tänne veronsa maksava matkailuala on erittäin tiukassa kansainvälisessä kilpailussa. Kilpailu on tiukkaa sekä ulkomaalaisten houkuttelemiseksi Suomeen että matkailussa kotimaassa. Kilpailussa hintatasolla on erittäin suuri merkitys.

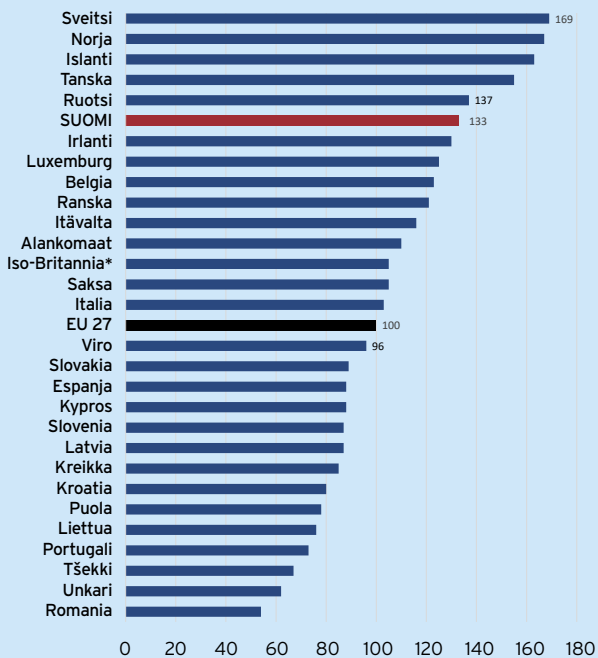
Matkailu on ainoa vientiala, jonka tarjoamista tuotteista maksetaan arvonlisäveroa. Matkailupalvelujen arvonlisäverot jäävät ulkomaalaisten matkailijoiden lopullisesti maksettaviksi.

► **Arvonlisäverot vaikuttavat merkittäväällä tavalla Suomen matkailualan kilpailukykyyn.**

► **Alennettujen arvonlisäverokantojen korottaminen heikentäisi sekä kotimaanmatkailun että Suomen suuntautuvan kansainvälisen matkailun kilpailukykyä.**



Kuvio 1. Kulutusverot suhteutettuna bruttokansantuotteeseen eräissä OECD-maissa vuonna 2021.



Kuvio 2. Hintatasoindeksi vuonna 2021 (*2020), EU27 = 100: ravintolat ja hotellit.



Visit Finlandin perusrahoitus on tuplattava

6.

Koronapandemia on runnellut pahasti Suomen matkailualaa. Kun rajoitukset ovat purkautuneet, kysyntä matkailupalveluille maailmanlaajuisesti on valtava. Suomi on kaukana ja heikosti tunnettu.

Pandemian jälkeen matkailijat hakevat matkakohteita, joissa on väljyyttä, puhdas luonto, korkeatasoinen hygienia ja palvelut. Suomella on erinomaiset mahdollisuudet kasvattaa osuuttaan kansainvälisen matkailun kakusta. Meidän tulee vain saattaa Suomen matkailun ylivoimatekijät kansainvälisten matkailijoiden tietoon.

Venäjän hyökkäyssodan, pakotteiden ja vastapakotteiden takia suomalainen matkailu on menettänyt venäläiset matkailijat pitkäksi aikaa. Myös japanilaisten ja kiinalaisten matkailijoiden määrät ovat vähentyneet olennaisesti Venäjän ylilentokiellon takia ja pitkään jatkuneiden koronarajoitusten takia. Näiden kolmen maan osuus Suomen matkailuvientitulosta oli noin 30 prosenttia

vuonna 2019. Visit Finlandin ja matkailuyritysten tulee hankkia matkailijoita muilta markkinoilta muun muassa Euroopasta, Yhdysvalloista ja Etelä-Aasiasta. Tämä edellyttää merkittäviä lisäsatsauksia markkinointiin Suomen heikomman kilpailuaseman kompensoimiseksi.

Valtio on leikannut Visit Finlandin ja sen edeltäjien perusmäärärahoja matkailun edistämiseen tuntuvasti viimeisen 15 vuoden aikana. Rahoitusta on myös muutettu hankeperusteiseksi, mikä ei ole tuonut toivottuja tuloksia. Hankkeiden rahoituksen loppuessa käteen on jäänyt vain vähän.

Visit Finlandin perusrahoitus tulee nostaa 10 miljoonan euron tasolta 20 miljoonaan euroon vuodessa. Summa on vähäinen, kun ottaa huomioon, että Suomen matkailuviennin arvo oli ennen koronaa 5,3 miljardia euroa.

► **Visit Finlandin perusrahoitus on nostettava 20 miljoonaan euroon vuodessa.**



Kuvat Visit Finland, s. 10 Finnair, s. 16 Viking Line, s. 2 Shutterstock



Matkailu- ja Ravintolapalvelut
MaRa ry



Suomen Matkailualan liitto ry



Lapin Matkailuelinkeinon
Liitto ry



Visit Finland



Finnair Oyj



Eckerö Line Oy



TallinkSilja Oy



Viking Line Oyj