

Matkailun tietoaineistot yritysten voimavarana

Juha Riikonen

Mitä kotimaisia tietoaineistoja suomalaiset matkailuyritykset hyödyntävät liiketoiminnassaan ja mistä lähteistä näistä tietoja haetaan? Mihin tarkoituksiin matkailun tietoaineistoja käytetään ja miten hyödyllisinä niitä pidetään? Pohdin puheenvuorossani näitä kysymyksiä tekemäni opinnäytetyön (Riikonen, 2016) pohjalta. Tutkimuksen taustalla vaikutti Suomen matkailun tutkimuksen toimintaohjelmassa vuosille 2011–2020 (TEM, 2011, s. 7) esitetty havainto: matkailun tutkimustiedot ovat vaikeasti tulkittavissa ja löydettävissä eikä tietoja ole analysoitu toimialan kannalta hyödylliseen muotoon.

Tieto ja tietoaineistot matkailussa

Mitä tieto on? Platonin mukaan se voidaan ymmärtää hyvin perustelluksi tosi uskomukseksi (Niiniluoto, 1980, s. 138). Tiedon moninaista luonnetta kuvaavat englannin kielessä käytetyt termit. Data eli potentiaalinen informaatio on usein symboleita tai numeroita. Tutkimuksessa data jalostetaan siirrettäväksi, viestittäväksi tai välitettäväksi informaatioksi (information). Informaatiosta puolestaan muodostuu hyödynnettävissä oleva tieto (knowledge), jota tiedon arvoketjussa seuraa viisaus (wisdom), kyky soveltaa ja hyödyntää tietoa omassa toiminnassa. (Huotari, 2007.)

Matkailussa tietämys eli yleisesti hyväksytyjen, käytettävissä olevien tietojen kokonaisuus (vrt. Niiniluoto, 1996, s. 61) syntyy useiden eri tieteenalojen vuorovaikutuksessa (Benckendorff & Zehrer 2013, s. 123 – 124; ks. kuvio 1).

Kuvio 1. Matkailutietämyksen muodostuminen Tribea mukailen (Lähde: Benckendorff & Zehrer, 2013, s. 124).



Matkailututkimukset keskittyvät pääosin 1) ihmisiin, jotka liikkuvat normaalin elinympäristönsä ulkopuolelle, 2) matkailuelinkeinoon, joka pyrkii vastaamaan matkailijoiden tarpeista sekä 3) vaikutuksiin, joita matkailijoilla ja matkailulla on kohdemaan tai -alueen yhteiskunnalliseen, taloudelliseen, kulttuuriseen ja fyysiseen ympäristöön (Jafari, 1977, s. 8). Ensimmäiset tieteelliset matkailututkimukset tehtiin noin sata vuotta sitten, ja alkuvaiheessa tutkimuksia leimasi vahva taloustieteellinen painotus. Myös suomalaisessa matkailututkimuksessa taloustieteellinen näkökulma oli hallitseva. Ensimmäisen kotimaisen matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia kartoittaneen tutkimuksen (*Turismen i Hangö*) tekivät Falenius, Grönholm ja Lehtonen vuonna 1963. Matkailun taloudellisia vaikutuksia tutkittiin niin sanotun pohjoismaisen mallin mukaisesti varsin laajasti sekä Suomessa että muissa Pohjoismaissa 1970-luvulla. (Kauppila, 2004.)

Erityisesti kansainvälisen matkailun ja matkailututkimuksen kannalta 70-luku oli merkittävä vuosikymmen. Silloin perustettiin *Tourism and Recreation Working Group*, jonka kokouksissa tarkasteltiin muun muassa matkailututkimuksia, matkailun ammattisanastoa, matkailun fyysistä ympäristöä, kansainvälisten rajojen vaikutusta matkailuun, matkailua alueellisena kehittäjänä, matkailun alueellisia malleja, matkakohteiden ja matkailuorganisaatioiden suunnitelmia sekä muutoksia suosituimmissa matkailu- ja vapaa-ajan kohteissa (Kaur, 1976, s. 41). Samalla vuosikymmenellä alettiin julkaista matkailun yhtä tärkeimmistä tieteellisistä julkaisusta *Annals of Tourism Researchia* (Xiao & Smith, 2006a, s. 495).

Matkailututkimusten ja niihin myönnettyjen tutkimusapurahojen sekä tieteellisten julkaisujen määrä kasvoi voimakkaasti 1980- ja 90-lukujen aikana (Benckendorff & Zehrer, 2013, s. 123). Nykyisin käytettävissä oleva matkailuun liittyvän tiedon määrä on valtava. Haasteena ei ole niinkään tiedon puute vaan pikemminkin relevantin tiedon löytäminen.

Matkailutoimialaan liittyvää tietoa on saatavilla monessa muodossa: väitöskirjoja ja muita tieteellisiä tutkimuksia, opinnäytetöitä, markkinatutkimuksia ja -katsauksia sekä markkina-tilanneanalysejä, ennakointi- ja trenditietoja, matkailuun liittyviä artikkeleita alan lehdissä, matkailutilastoja, toimialaraportteja, taloustietoja, yritys- ja toimipaikkatietoja, oppaita kotimaisille matkailuyrittäjille, oppikirjoja ja matkaoppaita. Esimerkiksi Euroopan tiedeneuvoston

(ECR) ohjeistuksen mukaan kaikki sen rahoittamat tutkimusaineistot on tallennettava julkisar-kistoihin ja avoimiin tietokantoihin, joten ne ovat julkisia ja vapaasti saatavilla (Tieteen tieto-tekniikan keskus, 2010, s. 112). Edellä mainittujen tietolähteiden lisäksi matkailuyritykset saa-vat tietoa muun muassa erilaisista matkailualan seminaareista, messuilta ja tapahtumista sekä verkkosovelluksista, kuten TripAdvisorista, joka kerää asiakkaiden arvioita matkakohteista ja -yrityksistä

Maailman matkailujärjestö (UNWTO) kerää kansainvälisen matkailun keskeisimpiä tilas-toja (saapuneet matkailijat, matkustustulot ja matkustusmenot), jotka löytyvät järjestön *Tou-rism Highlights* -julkaisusta ja YK:n tilastollisesta vuosikirjasta (UNWTO, 2017). Muita tärkeitä kansainvälisiä matkailutiedon tuottajia ovat OECD, WTTC (World Travel & Tourism Council), Eurostat (Statistical Office of the European Union) sekä korkeakoulut ja tutkimuslaitokset (TEM, 2011, s. 9). Matkailun kansainvälinen tilastointijärjestelmä, matkailun satelliittitilinpito, joka mittaa matkailun aikaansaamia taloudellisia ja työllisyysvaikutuksia, on erittäin merkittä-vä kansantalouden näkökulmasta (Tilastokeskus, 2017).

Suomessa Visit Finland kokoaa verkkosivuilleen tutkimuksia ja ylläpitää tilastopalvelu Ru-dolfia, joka sisältää tärkeimmät matkailutilastot. Tilastokeskuksen lisäksi muita keskeisiä koti-maisia tiedon tuottajia ovat matkailualan järjestöt MaRa (Matkailu- ja Ravintolapalvelut) ry ja SMAL (Suomen matkatoimistoalan liitto). Tärkeimmät kotimaiset matkailu- ja ravintola-alan tilastot (ks. Art Travel Consulting, 2016) ovat majoitustilastot (Tilastokeskus), suomalaisten matkailu ulkomaille (SMAL), lentoliikenteen matkustajamäärät (Finavia), kotimaan ja ulko-maiden välisen laivaliikenteen matkustajamäärät (Liikennevirasto), tax-free-myyntien määrät maittain ja paikkakunnittain (Global Blue), kongressitilastot (Finland Convention Bureau), rajanylitykset Venäjän rajalla (Rajavartiolaitos) ja venäläisille myönnettyjen viisumien määrä (Ulkoasiainministeriö). Lisäksi MaRa tuottaa kotimaisia alkoholi- ja ruokamyyntitilastoja ja Valvira anniskelutilastoja (MaRa, 2015).

Modernissa markkinataloudessa tiedon hyödyntämisestä on tullut keskeinen tuotannon-tekiä; tietojen tulee olla päivitettyjä ja vastata organisaation tiedontarpeita (Krugman, Obstfeld & Melitz, 2012, s. 172.) Tuoreen tutkimustiedon hyödyntäminen edistää uusien innovaatioiden syntymistä ja tuotekehitystyötä, mikä on erityisen tärkeää matkailuyrityksille ja matkakohteille (Cooper, 2006, s. 47; Hjalager, 2002). Tietojen tehokas hyödyntäminen edellyttää eri tietoläh-teistä saatujen tietojen yhdistelemistä keskenään. Tiedonhallinta on laaja ja moniulotteinen prosessi, johon kulminoituu suuri osa yrityksen tehtävistä (Wiig, 1997, s. 6). Tiedonhallintapro-cessissa tutkimustieto muutetaan yrityksen liiketoiminnan kannalta hyödylliseksi toimenpi-teiksi (Frechtling, 2004, s. 100).

Tiedon hyödyntäminen on kiinnostanut aiheena sekä akateemisia tutkijoita että tiedon-käyttäjiä jo pitkään (Xiao & Smith, 2006b, s. 310). Kansainvälisesti on havaittu, että akateemisia tutkimustuloksia ei ole pystytty hyödyntämään matkailualalla yhtä tehokkaasti kuin muilla toi-mialoilla (Cooper, 2006, s. 47; Jenkins, 1999; Stamboulis & Skyannis, 2003). Kuten puheenvuoro-ni alussa totesin, myös meillä Suomessa matkailun tutkimustiedot ovat vaikeasti löydettävissä eivätkä ne ole toimialan kannalta parhaassa mahdollisessa muodossa.

Suomalaiset matkailuyritykset tiedonkäyttäjinä

Kyselytutkimuksessani selvitin, miten suomalaiset matkailuyritykset hyödyntävät kotimaisia matkailun tietoaineistoja. Keräsin tutkimusaineiston sähköisellä kyselylomakkeella (Webropol) marras-joulukuussa 2015. Lähetin kyselyn 1715 henkilölle, jotka työskentelivät matkailun eri toimialoilla (henkilöliikenteen kuljetuspalvelut, ravitsemis- ja majoitustoiminta, kylpylät, matkatoimistot ja muut varauspalvelut; opastuspalvelut, kulttuuri, viihde ja muu virkistystoiminta). Poimin vastaajat yksinkertaisella satunnaisotannalla Matkatoimittajien Killan Matkailun tärkeimmät nimet 2015 -luettelosta, Fonectan B2B-Finderista ja B2B-kohdistamiskoneesta, Suomen Maaseutumatkailuyrittäjät ry:n ja Suomen matkatoimistoalan liiton (SMAL:n) jäsenrekistereistä, **ABC.fi**-yrityshakemistosta sekä tasapuolisesti Lapin, Järvi-Suomen, rannikko- ja saaristoalueiden sekä pääkaupunkiseudun alueorganisaatioiden matkailuyritysluetteloista. Vastaaminen tapahtui sähköpostiin lähetetyn henkilökohtaisen linkin kautta.

Kyselyn lopullinen vastaajamäärä oli 188 ja vastausprosentti 11 %. Enemmistö (61 %) vastaajista toimi matkailuyrittäjänä tai matkailu- ja ravitsemisalan yrityksen toimitusjohtajana. Joka viides (20 %) työskenteli alan muissa johtotehtävissä. Loput työskentelivät myynti- ja markkinointitehtävissä (13 %) tai muissa (6 %), esimerkiksi rahoitukseen liittyvissä tehtävissä.

Tulokset osoittivat, että matkailun tietoaineistoja hyödynnetään kotimaisten matkailuyritysten liiketoiminnassa kaiken kaikkiaan melko monipuolisesti. Kaksi kolmannesta (68 %) vastaajista kertoi hyödyntäneensä tietoaineistoja liiketoiminnassaan. Eniten oli hyödynnetty matkailu- ja majoitustilastoja, matkailun toimialaraportteja ja matkailun toimialojen näkymiä esitteleviä katsauksia. Näissä suosituimmista lähteistä tieto on yleisluontoista; tiedot ovat helposti hyödynnettävissä ja tulkittavissa. Nämä lähteet olivat vastaajille myös tutumpia kuin muut tietoaineistot. Kaikkein suosituimmiksi tietolähteiksi osoittautuivat Visit Finlandin, Maran ja Tilastokeskuksen verkkosivut. Uusista kotimaisista matkailun tietoaineistoista hyödyllisimpinä pidettiin Visit Finlandin vuosittaista matkailututkimusta ja markkinakatsauksia eri kansallisuuksittain. Matkailun tietoaineistoja hyödynnettiin muun muassa myynti- ja markkinointitehtävissä, tuotekehityksessä sekä strategisessa suunnittelussa.

Kyselyyn mukaan valittuja tuoreita matkailun tietoaineistoja (esimerkiksi matkailuyrittäjän kansainvälistymisopasta, verkkokauppaopasta matkailuyrittäjälle, Modernit humanistit -työkirjaa tai maksullista kotimajoitustutkimusta) ei tunnettu kovinkaan hyvin. Näyttääkin siltä, että uusien tutkimusten, raporttien ja oppaiden anti ei parhaalla mahdollisella tavalla tavoita matkailuyrityksissä työskenteleviä.

Tilastoista hyödyllisimmiksi koettiin matkailijoiden rahankäyttöä Suomessa sekä yöpymiä asuinmaittain kuvaavat tilastot. Ne molemmat löytyvät Visit Finlandin tilastopalvelu Rudolfista. Visit Finlandin laajaa tunnettuutta olisikin hyvä hyödyntää entistä enemmän, koska sitä kautta matkailuyritykset näyttäisivät eniten etsivän tietoja.

Toimialojen väliset erot tietoaineistojen hyödyntämisessä olivat varsin ymmärrettävät ja odotetut. Ravitsemisalan yritykset hyödynsivät aktiivisimmin matkailu- ja ravintola-alan talouden tärkeimpiä tunnuslukuja, tietoja työvoiman saatavuudesta alueellisesti sekä ravintolaruokailun trenditutkimusta. Koska osaavasta työvoimasta on eniten pulaa ravitsemisalan yrityksissä, ei ole yllätys, että niille työvoiman saatavuutta koskevat tiedot ovat tärkeitä. Myös

MaRan verkkosivuja hyödynsivät aktiivisimmin ravitsemisalan yritykset. Majoitusalan yrityksetkin hyödynsivät MaRan verkkosivuja enemmän kuin matkatoimistot, matkanjärjestäjät ja varaupalvelut. Finavian ja Suomen matkatoimistoalan liiton verkkosivuja olivat puolestaan hyödyntäneet tiedonlähteenä eniten matkatoimistot ja matkanjärjestäjät.

Valtaosa (86 %) vastaajista toivoi matkailun toimialaraporttien laajuudeksi enintään 20 sivua. Tästä voidaan päätellä, että myös akateemisten tutkijoiden tulisi osata ilmaista tärkeimmät tuloksensa selkeästi, lyhyesti ja ytimekkäästi – siten, että mahdollisimman moni matkailualan käytännön toimija voi niitä hyödyntää. Tätä johtopäätöstä tukee toinen tutkimukseni havainto: suurin syy matkailun tietoaineistojen hyödyntämättä jättämiseen oli aika- ja resurssipula. Pitkien ja vaikeaselkoisten akateemisten tutkimusraporttien läpi käyminen on liian haasteellinen tehtävä varsinkin, jos tutkimusermejä ja -tuloksia ei ilmaista riittävän ymmärrettävästi.

Yli puolet vastaajista toivoi toimialaraportteihin tulevaisuusorientoitunutta tietoa: tulevaisuuden ennusteita ja tuoretta tietoa matkailutrendeistä. Tärkeänä pidettiin myös reaaliaikaista tietoa tärkeimmistä koti- ja ulkomaisista matkailijasegmenteistä sekä tuoreita matkailututkimuksia. Lisää tietoa kaivattiin seuraavista yksittäisistä aihepiireistä: liikentoyhtiöiden ja tilausliikenteen kannattavuus, aasialaisten tarpeet ja toiveet sekä maaseutumatkailuyrityksiin kohdistuvat odotukset. Uusia tilastotoiveita puolestaan olivat kansainväliset jatkolennot Helsingistä Pohjois-Suomeen sekä kokonaistilasto Suomesta lähtevistä lennoista ja ryhmämatkustustilasto.

Havaitsin tutkimusta tehdessäni, että henkilöliikenteen kuljetuspalvelujen yrityksille on tietoa saatavilla hyvin vähän. Edes matkailun toimialaraporteista ei löydy tietoa henkilöliikenteen kuljetuspalveluyritysten tueksi.

Kolmannes (32 %) kyselyyn vastanneista matkailuyritysten edustajista ei ollut hyödyntänyt mitään matkailun tietoaineistoja. He mainitsivat syiksi tähän etenkin aika- ja resurssipulan sekä sen, että tiedot eivät vastaa heidän tiedontarpeitaan tai he eivät tiedä, mistä tietolähteestä tarvittavat tiedot löytyvät. Tarvitaankin lisää vuoropuhelua tutkijoiden, muiden tiedontuottajien ja tiedonkäyttäjien välillä, jotta tiedot saadaan entistä paremmin vastaamaan eri tiedonkäyttäjryhmien tarpeita. Oman haasteensa matkailututkijoille asettaa se, että matkailuyritysten verkosto muodostuu monesta eri toimialasta, joiden tiedontarpeet poikkeavat toisistaan. Myös matkailualojen – etenkin samassa matkakohteessa toimivat – yritykset voisivat jakaa tietoa avoimemmin keskenään ja nähdä toiset yritykset yhteistyökumppaneina eikä kilpailijoina. Samaan asiaan viittaa Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu *Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun* eli Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025 (TEM, 2015).

Lähteet

Art Travel Consulting (2016). Tuoteryhmät. Matkailualan tilastointi. Haettu osoitteesta http://www.arttravelconsulting.com/tuoteryhmat/matkailualan_tilastointi.php

Benckendorff, P. & Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 43, 121–149. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.04.005>

- Cooper, C. (2006). Knowledge management and tourism. *Annals of Tourism Research*, 33, 47–64. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.04.005>
- Falenius, H., Grönholm, H. & Lehtonen, L. (1963). Turismen i Hangö. *Meddelanden från Ekonomisk-Geografiska Institutionen vid Svenska Handelshögskolan Helsingfors*, 23, 117–156.
- Frechtling, D. C. (2004). Assessment of tourism/hospitality journals' role in knowledge transfer: An exploratory study. *Journal of Travel Research*, 43, 100–107. <https://doi.org/10.1177/0047287504268230>
- Hjalager, A. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23, 465–474. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00013-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00013-4)
- Huotari, M.-L. (2007). Internetix. Informaatiotutkimus 1. Mitä tieto on? Haettu osoitteesta http://oppimateriaalit.internetix.fi/fi/avoimet/oviestinta/informaatiotutkimus/poi/perusteet/01_mita_tieto_on/
- Jafari J. (1977). Editor's page. *Annals of Tourism Research*, 5, 6–11.
- Jenkins, C. (1999). Tourism academics and tourism practitioners: Bringing the great divide. Teoksessa D. G. Pearce & R. W. Butler (toim.), *Contemporary issues in tourism development* (s. 52–63) London: Routledge.
- Kauppila, P. (2004) *Matkailukeskuksen kehitys ja rooli aluekehityksessä paikallistasolla: Esimerkkeinä Levi, Ruka, Saariselkä ja Ylläs*. (Nordica Geographical Publication 33:1.) Oulu.
- Kaur, J. (1976). 16U WORKING GROUP Report on International Symposia on Tourism & Recreation. *Tourism Recreation Research*, 1(1), s. 41–44.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2012). *International economics: Theory & policy*. Boston: Pearson.
- MaRa Ry (2015). Toimiala. Tilastoja- ja tutkimuksia. Alkoholi- ja ruokamynttilastoja. Haettu osoitteesta <https://www.mara.fi/toimiala/tilastoja-ja-tutkimuksia/ravintolat>
- Niiniluoto, I. (1980). *Johdatus tieteenfilosofiaan: Käsitteen- ja teorianmuodostus*. Helsinki: Otava.
- Niiniluoto, I. (1996). *Informaatio, tieto ja yhteiskunta: Filosofinen käsiteanalyysi*. Helsinki: Edita.
- Riikonen, J. (2016). Matkailun tietoaineistojen hyödynnettävyytystutkimus. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Opinnäytetyö, Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma. Haettu osoitteesta http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/110452/Riikonen_Juha_TEM_Toimialapalvelu.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Stamboulis, Y. & Skyannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24, 35–43. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00047-X)
- TEM (2011). Suomen matkailun tutkimuksen toimintaohjelma vuosille 2011–2020. Työ- ja elinkeinoministeriö.
- TEM (2015). *Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025*. (TEM raportteja 2/2015.) Työ- ja elinkeinoministeriö.
- Tieteen tietotekniikan keskus (2010). Tutkimusaineistot – olennaisen käsikirja päättäjille.

- Tilastokeskus (2017). Matkailutilinpito. Haettu osoitteesta <http://www.stat.fi/meta/til/matp.html>
- UNWTO (2017). *Tourism highlights: 2017 edition*. Haettu osoitteesta <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- Wiig, K. M. (1997). Knowledge management: An introduction and perspective. *Journal of Knowledge Management*, 1, 1, 6–14.
- Xiao, H. & Smith, S. (2006a). The making of tourism research: Insight from a social sciences journal. *Annals of Tourism Research* 33, 490–507. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.004>
- Xiao, H. & Smith, S. (2006b). Use of tourism knowledge: Research proposition. *Annals of Tourism Research*, 34, 310–331. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.09.001>