

**MAJOITUSYRITYKSEN KEHITTÄMISSUUNNITELMAN  
KEHITTÄMINEN TILASTOINTIANALYYSIN AVULLA**

Koskinen Valtteri  
Luokkanen Kimmo

Opinnäytetyö  
Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

2023

Restonomikoulutus (AMK)  
Restonomi

---

<b>Tekijä</b>	Valtteri Koskinen & Kimmo Luokkanen	<b>Vuosi</b>	2023
<b>Ohjaaja</b>	Marja Lempiäinen		
<b>Toimeksiantaja</b>	Guesthouse Borealis		
<b>Työn nimi</b>	Majoitusyrityksen kehittämissuunnitelman kehittämisen tilastointianalyysin avulla		
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b>	41 + 1		

---

Opinnäytetyön aiheena oli kansallisuusjakauman selvityksen avulla matkailuyrityksen toimintasuunnitelman kehittäminen. Toimeksiantajana oli Guesthouse Borealis, joka on Rovaniemellä toimiva guesthouse- tyyppinen majoitusyritys. Opinnäytetyön tehtävänä oli luoda Borealikselle tilastoinnin kautta kansallisuusjakauman selvitys, jonka avulla selvittää mahdollisia kehittämistoimia Borealoksen toiminnan parantamiseksi. Opinnäytetyön tavoitteena oli kansallisuusjakauman selvitys, tämän vertaaminen koko Suomen tilanteeseen, jotta nähdään, onko koko Suomen matkailustrategiassa hyödynnettäviä metodeja Borealoksen käyttöön.

Opinnäytetyön tietoperustan muodostivat tilastointi, kansallisuusjaukauma ja tiedolla johtaminen. Opinnäytetyö on tulevaa kehittämistyötä varten pohjana mahdollisille kehittämisideoille yritystä varten. Opinnäytetyön toteutus oli menetelmällään kvantitatiivinen. Aineistoa kerättiin dokumenttianalyysillä, jossa kerättiin Borealoksen tilastointi, mistä tehtiin tilastoanalyysi. Aineistoa analysoitiin aikasarja-analyysillä.

Tilastojen vertailut osoittivat, että Borealoksen kansallisuusjaukauma on yhdenmukainen koko Suomen kanssa, joten koko Suomen mittakaavassa toteutetut toimet olivat sovellettavissa Borealoksen toimintaan. Työtä varten tehty tilastoinnin koonti oli itsessään koko Suomen laajuisten kehittämistoimien tiedolla johtamisesta osan mukainen, mikä oli opinnäytetyön keskeinen tulos. Opinnäytetyön tuloksista hyötyy Guesthouse Borealis ja mahdollisesti lapin amk:lle.

**Avainsanat** kansallisuusjaukauma, matkailu, tilastointi, tiedolla johtaminen, dokumenttianalyysi

Degree Program in Hospitality Management  
Bachelor of Hospitality Management

---

<b>Author</b>	Valtteri Koskinen & Kimmo Luokkanen	<b>Year</b>	2023
<b>Supervisor</b>	Marja Lempiäinen		
<b>Commissioned by</b>	Guesthouse Borealis		
<b>Subject of thesis</b>	Developing accommodation company's improvement plan through statistical analysis		
<b>Number of pages</b>	41 + 1		

---

The subject of the thesis was the development of a business plan for a tourism company through nationality distribution analysis. The client for the thesis was Guesthouse Borealis, a guesthouse-type accommodation business located in Rovaniemi. The aim of the thesis was to create a nationality distribution analysis for Borealis through statistics, aiming to identify potential improvement measures for the company. The objective of the thesis was to analyse the nationality distribution and compare it to the overall situation in Finland to determine if there were methods from the national tourism strategy that could be applied to Borealis.

. The theoretical framework of the thesis included statistics, nationality distribution, and data management. The thesis serves as a foundation for future development work and potential improvement ideas for the company. The methodology of the thesis was quantitative. Data was collected through document analysis, focusing on Borealis' statistics, which were then subjected to statistical analysis. The data was further analysed using time series analysis.

Comparisons of the statistics revealed that Borealis' nationality distribution aligns with the overall distribution in Finland. Therefore, measures implemented on a national scale in Finland could be applicable to Borealis. The compilation of statistics created for the thesis itself was in line with the data management aspect of nationwide development efforts, which was a key finding of the thesis. The results of the thesis are beneficial for Guesthouse Borealis and potentially for Lapland University of Applied Sciences.

**Key words** nationality distribution, travel, statistics, knowledge-based management, analysis of documentary evidence

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	6
2 TIETOPERUSTAA TYÖLLE .....	7
2.1 Mitä ja miten löysimme materiaalia tietoperustaan .....	7
2.2 Tietoperustan avausta .....	7
3 TOIMEKSIANTAJALTA SAADUN TILASTOINNIN KÄSITTELY JA AVAUS ..	9
3.1 Toimeksiantaja Guesthouse Borealis .....	9
3.2 Tilastoinnin materiaali, sen hankinta ja työstäminen .....	9
3.3 Tilastojen analysointia.....	11
3.4 Muualta saadut tilastot .....	21
3.5 Näkökulman saaminen omistajan haastattelulla .....	28
4 TILASTOT BOREALIKSESTA JA KOKO SUOMEN MITTAKAAVASTA .....	30
4.1 Tilastojen tulkitseminen.....	30
4.2 Dokumenttianalyysiä.....	30
5 KEHITTÄMISIDEOITA BOREALIKSELLE .....	33
5.1 Suomenlaajuisen matkailustrategian painopisteet ja niiden sovellettavuus.....	33
5.2 Tärkeät yhteneväisyydet ja eroavaisuudet.....	35
6 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	36
6.1 Tilastoista saatu tieto .....	36
6.2 Mahdolliset kehittämisideat.....	36
7 POHDINTA .....	38
LÄHTEET.....	40
LIITTEET .....	41

## ALKUSANAT

Haluamme kiittää Guesthouse Borealista mahdollisuudesta tehdä tämä opin-  
näyte heille, sekä yrityksen omistajaa Saila Lehtomaata osallistumisesta haastat-  
teluun ja mahdollisuudesta käsitellä työhön tarvittavaa aineistoa, mitä yrityksestä  
keräsimme työtä varten.

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä selvitetään koronaepidemian vaikutus majoitusyrityksen kansallisuusjakaumaan. Majoitusyritys ja toimeksiantaja on Rovaniemellä sijaitseva Guesthouse Borealis. Borealis on majoitusyritys, joka tarjoaa edullisia huoneita ulko- että kotimaisille matkailijoille. Työn tehtävänä on selvittää, miten kansallisuusjakauma on muuttunut ja miten nämä muutokset ovat verrattavissa koko Suomen tilanteeseen. Työssä tehdyn vertailun avulla pyritään näkemään, kuinka paljon yrityksen ja koko Suomen tilanteen tilastoilla on eroavaisuuksia ja yhteneväisyyksiä. Yhteneväisyyksien osalta selvitetään, onko koko Suomen kattavassa strategiassa sovellettavia keinoja, joita yritys voisi ottaa suoraan käyttöön.

Kerätty tieto on tarkoitettu yritykselle oman toiminnan tehostamiseksi ja parantamiseksi. Työstä saadulla tiedolla yritys voi kehittää toimintaansa eri kansallisuuksien mukaisesti.

Työssä on myös käytetty oikeinkirjoituksen tarkistamisessa ChatGPT:tä. Työtä tehdessä kirjoitettua osan kappaleista syötimme kappaleen ChatGPT:hen ja kysimme sitä merkkamaan siitä kielioppivirheiset sanat ja kohdat lihavoidulla tekstillä. Teimme sitten näitä korjauksia työhön tämän avulla. Emme kuitenkaan käyneet läpi koko työtä vaan vain osiot, joissa tunsimme olevan paljon virheitä tai missä tuntui olevan jotain virheellistä.

## 2 TIETOPERUSTAA TYÖLLE

### 2.1 Mitä ja miten löysimme materiaalia tietoperustaan

Tietoperustan muodostaminen koostui aluksi työn alkuvalmisteluissa olevasta pohjatyöstä, missä etsimme aiheeseen sopivaa kirjallisuutta ja materiaalia avainsanojen avulla. Löydettyämme kirjallisuutta ja muita lähteitä niitä lukemalla esiin tuli lisää erilaisia teemoja ja avainsanoja opinnäytetyötä varten. Näiden uusien teemojen myötä löysimme uusia lähteitä, joista valitsimme vahvimmat tukemaan työmme tietoperustaa sekä ymmärrystä työmme tarkoitukselle. Tietoperustamme koostuu suurimmaksi osaksi E-kirjoista, jotka on löydetty LUC-Finna hakukoneen avulla.

### 2.2 Tietoperustan avausta

Työssä puhutaan ja mainitaan useasti kansallisuusjakauma ja sillä, tarkoitetaan tässä kontekstissa puhtaasti matkailijoiden ryhmittämistä heidän kansallisuutensa mukaan.

Vuoriston mukaan matkailu käsitteenä tarkoittaa toimintaa ja liikkumista vakituisen asuin- ja työympäristön ulkopuolella ja lähtö- ja saapumis- alueen välistä vuorovaikutusta. Matkailu voidaan lajitella useaan eri kategoriaan sen tarkoituksen mukaan ja tässä työssä matkailusta puhuessa on kyseessä yleensä vapaa-ajan matkailu, turismi. Työn tilastoissa näkyvät matkailijat eivät kuitenkaan kaikki ole turisteja, vaan osa on työperäisiä matkailijoita vaikkakin he ovat pieni osa kaikista matkailijoista. (Vuoristo, 2003, 15)

Tilastointi luo tälle opinnäytetyölle pohjan, jossa analysoimme kerättyjä tilastoja ja miten niistä saatua tietoa voidaan hyödyntää. Työssämme analysoitavia tilastoja kuvataan pylväskuvaajilla, jotta sen esittämät tiedot on helppoa havainnollis-

taa. Tilastoinnin analysointi on ollut kvantitaavista. Analysoinnista saadaan olennainen käsitys tilastojen luvuista kvantitatiivisella lähestymistavalla, tämä menetelmä mainitaan myös Jokivuoren ja Hietalan teoksessa. (Jokivuori & Hietala, 2014,15)

Yhtenä teemana työssä on tiedolla johtaminen, mistä kirjassa Tiedolla johtaminen julkishallinnossa sanotaan sen olevan yksinkertaistetusti toiminnasta syntyvän ja toimintaan vaikuttavan tiedon yhdistämistä ja hyödyntämistä toimintatilanteessa. Eli tiedolla johtaminen on tietoon perustuvaa päätöksen tekoa ja tämä työ itsessään edistää tiedolla johtamista, kuten virtanen Virtanen, Steinvall ja Rannisto kertovat. (Virtanen, Stenvall, Rannisto, 2015, 41)

Dokumenttianalyysi on työssämme käytetty menetelmä, jossa kerätty aineisto valmistellaan litteroimalla (puhtaaksi kirjoittamalla) digitaaliseen muotoon, jotta se on selkeä analysointia varten, kuten Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti ohjeistaa. (Ojasalo, Moilanen, Ritalahti, 2015, 138)

Koko Suomen matkailun kehittämisen toimia tarkastellessamme niistä nousi yhtenä teemana kestävä kehitys. Kestävästä kehityksestä García-Rosell sanoo sen olevan ”kehitystä, joka tyydyttää nykyhetken tarpeet viemättä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa” (Carcía-Rosell, 2017, 230).

Lukiessamme myös lisää kehittämistoimista nousi myös digitalisaatio tärkeänä terminä. Juho Pesonen kertoo, että digitalisaatiolle ei löydy vain yhtä kaikkien tunnistamaa määritelmää. Digitalisaatiosta kuitenkin puhuttaessa matkailualan ja matkailuliiketoiminnan kohdalla yleensä tarkoittavan analogisen toimintojen ja tiedon muuttamista digitaaliseen muotoon. (Pesonen, 2017, 177)



### 3 TOIMEKSIANTAJALTA SAADUN TILASTOINNIN KÄSITTELY JA AVAUS

#### 3.1 Toimeksiantaja Guesthouse Borealis

Toimeksiantaja työlle on Rovaniemellä toimiva Guesthouse Borealis niminen majoitusyritys. Opinnäytetyön aiheena on selvittää Guesthouse Borealoksen asiakaskunnan kansallisuusjaukaumaa ja miten se on muuttunut koronapandemian jälkeen. Samalla vertailemme miten nämä muutokset ovat verrattavissa koko Suomen tilanteeseen.

Toimeksiannossa työn tarkoituksena on kerryttää tilastoinnin avulla tietoa kansallisuusjakaumasta asiakaskunnan selvittämiseksi ja miten tämä kerätty tieto voidaan hyödyntää yrityksen toiminnan kehittämisessä. Työ edistää tiedolla johtamista, missä datan ja konkreettisten tietojen avulla johdetaan ja kehitetään toimintaa. Tiedolla johtamisen edistämiseksi yrityksessä tätä työtä varten tehty tilastointi ja kaaviot ovat koko Suomen laajuisen kehittämissuunnitelman painopisteiden mukaista kehittämistä.

Työtä varten kerättyjä tietoja sekä tuloksia kuvaamme graafisina kuvioina, jotta ne ovat helposti luettavissa ja ymmärrettävissä lukijalle. Kuvioilla on tarkoitus havainnollistaa tiivistetyt tulokset ja ilmiöt, mitä työn aikana on saatu, tämä vastaa Nummenmaan, Holopaisen ja Pulkkinen kirjoittamaa ohjetta tutkimusaineiston graafista kuvailemista tilastojen tuloksista. (Nummenmaa, Holopainen & Pulkkinen, 2019, 35)

#### 3.2 Tilastoinnin materiaali, sen hankinta ja työstäminen

Tilastojen selvittelyä varten kävimme Guesthouse Borealis- majoitusyrityksessä vierailmassa ja saimme käyttöömmme yrityksen tietokoneen, jonka avulla tulostimme itsellemme kopiot tilastoista. Tilastoista selvisi ulkomaalaisten sekä kotimaisten matkailijoiden kävijämäärät vuosilta 2022–2023. Tilastot yltivät vain lokakuulle 2022 asti ja päättyivät syyskuuhun 2023. Tulostetuista tilastoista

teemme Excel- taulukot ja taulukoista kaavioita minkä kaikkien näiden avulla teemme huomiota, päätelmiä ja johtopäätöksiä. Tilastojen selvittelyä varten käytimme dokumenttianalyysiä kuvataksemme tuloksia, tästä menetelmästä kerrotaan lyhyesti Oppariapu sivustolla (Oppariapu 2023, hakupäivä 2.11.2023).

Tulostettua molemmille omat kopiot, kirjasimme tulokset kyseisiltä vuosilta Excel-taulukolle. Näistä taulukoista erittelimme ulkomaalaiset matkailijat kansallisuuden mukaan sekä teimme tuloksista pylväskuvion visualisoidaksemme tuloksia helposti luettavaksi eli suoritimme kvantitatiivisen materiaalin analyysia. Kvantitatiivinen analyysi on isoille tutkimusaineistoille tarkoitettu numeroarvojen tutkimustapa, mikä siis soveltuu metodiksi tämän työn materian tarkasteluun, kuten Nummenmaa, Holopainen ja Pulkkinen kertovat kirjassaan. (Nummenmaa, Holopainen & Pulkkinen 2019,16)

Tekemällä kvantitatiivisen tutkimuksen, saamme tilastoja selvittämällä vastaukset kysymyksiin ”miten paljon ja miksi?” (Jokivuori & Hietala, 2014, 23)

Dokumenttianalyysissä aineisto käsitellään sanalliseen muotoon, jotta se saadaan helposti tulkittavaksi sekä esiteltäväksi. Tiedoista teimme sisällön analyysiä, jolla kuvaamme määrällistä aineistoa, sillä aineistomme käsittelee suureksi osaksi tilastoja. Tämän vuoksi dokumenttianalyysi soveltuu hyvin käytettäväksi työmme aineistoa analysoitavaksi, kuten Ojasalo, Moilanen ja Ritakoski mainitsevat kirjassaan (Ojasalo, Moilanen & Ritakoski, 2015, 136–137). Dokumenttianalyysin tuloksia ja päätelmiä on kuvattu tässä työssä kuvioita hyödyntämällä.

Dokumenttianalyysistä saaduista tiedoista ja tuloksista pidimme aivoriihiä, jonka avulla avasimme ja tulkitsimme tuloksia, jotka kirjasimme ylös ja vahvistimme ymmärryksemme tilastojen paikkansapitävyydestä, jonka jälkeen kirjasimme viimeiset tulokset työstämme.

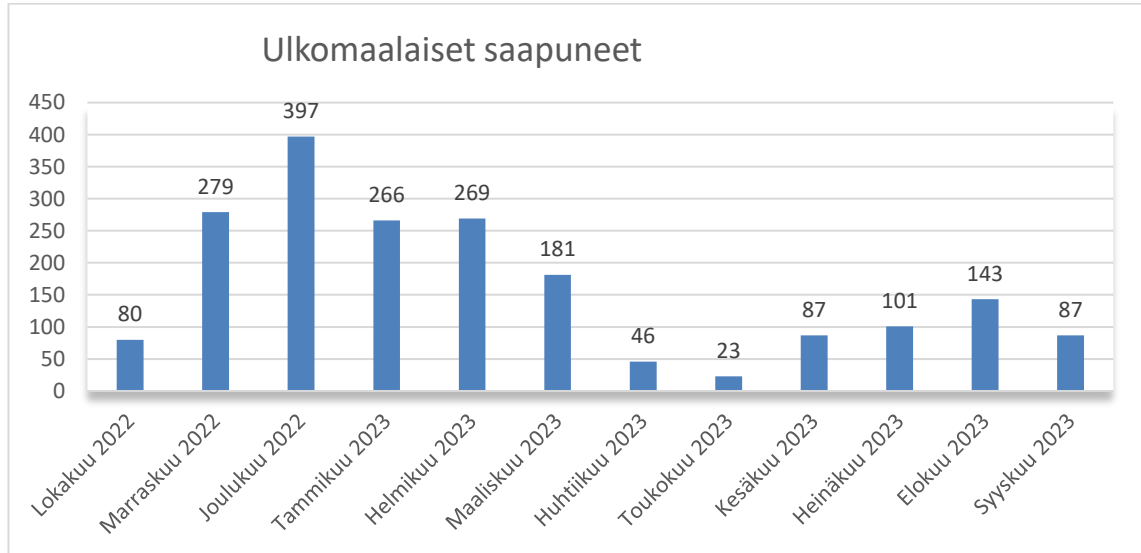
Koko Suomen matkailijoiden saapumistilastoja varten selvitimme tilastokeskuksen kautta kuukausittaiset saapuneet ja heidän yöpymisvuorokautensa asuinmaittain. Tilastot jaettiin eri vuosille, kuukausille sekä saapumismaille. Otimme huomioon myös koko Suomen sekä Lappiin saapuvien matkailijoiden määrän vertailuksi suurimpien saapuvien maiden kesken, erityisesti ennen ja jälkeen koronapandemian aiheuttamien lukumäärien laskun ajoilta saapuvissa matkailijoissa.

Muu kuin Guesthouse Borealixen tilastointi, on tehty käyttämällä tilastokeskuksen majoitustilasto tietokantaa, jonka avulla loimme tarvittavat kaaviot. Nämä kaaviot kuvaavat saapuneiden matkailijoiden lukumääräistä muutosta viimeisen neljän vuoden aikana. Näiden kaavioiden analysoimiseen käytimme aikasarja-analyysistä kausivaihtelua, sillä kaavioista on havaittavissa selkeitä huippukohtia ja pudotuksia tiettyjen kuukausien ajan, jotka toistuvat useampina vuosina. Näistä toistuvista muutoksista totesimme kaavioissa esiintyvän säännönmukaista vaihtelua, joka toistuu aina kiinteiden jaksosten välein, kuten Nummenmaa, Holopainen ja Pulkkinen mainitsevat teoksessaan (Nummenmaa, Holopainen & Pulkkinen, 2019, 281)

### 3.3 Tilastojen analysointia

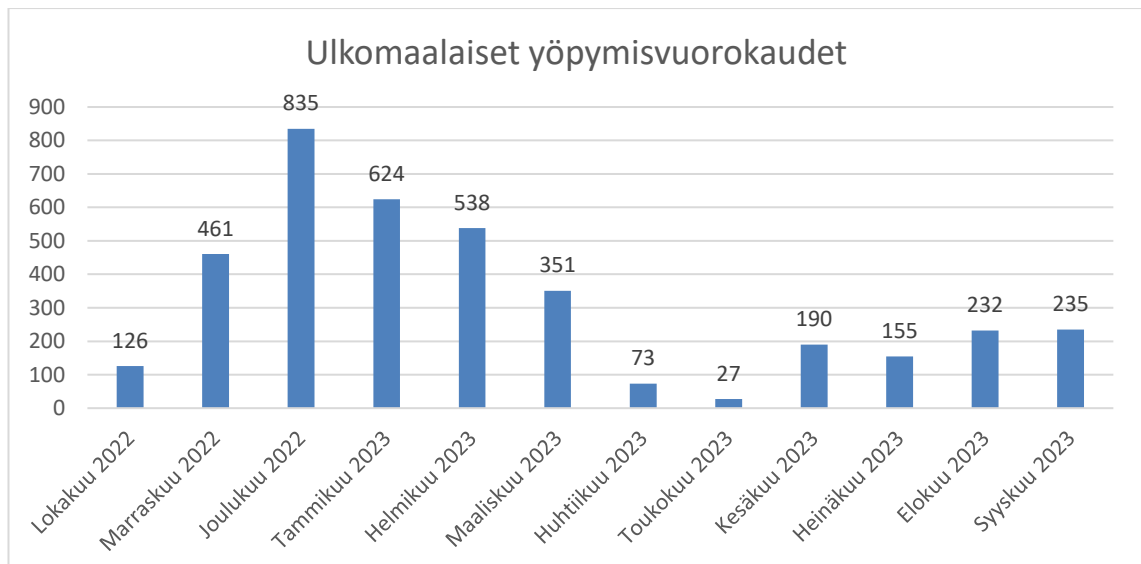
Tilastojen vertailussa pääpisteeksi on välittömästi huomattu saapuneiden ja yöpymisvuorokausien erottaminen toisistaan, koska saapuneiden luvulla jokaisen kuukauden kohdalla on nähtävissä aina uniikit yritykseen saapuneiden lukumäärät. Kun taas yöpymisvuorokautta tarkastellessa nähdään, kuinka pitkään nämä henkilöt ovat yöpyneet. Tämä tieto auttaa välittömästi tulkitsemaan sen, että kuinka paljon yksittäiset henkilöt viettävät pidemmän ajan yrityksessä tai lyhyemmän ajan.

Keräsimme tähän selostettavaksi tilastoista tekemiämme kaavioita. Kaavioiden tarkastelulla teimme havaintoja ja myöhemmin verratessamme niitä keskenään teimme johtopäätöksiä kaavioista ja tilastoinnista tulleen tiedon avulla.



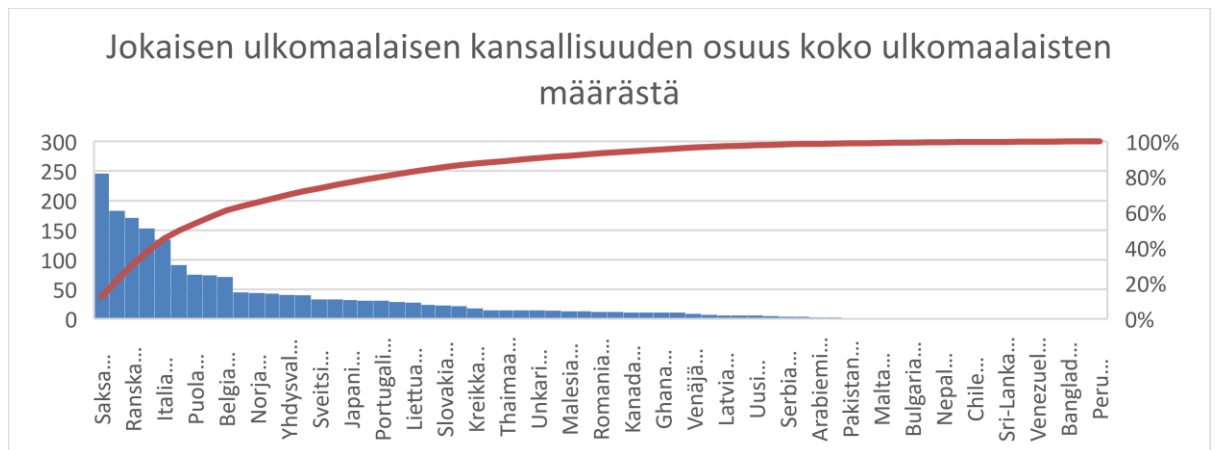
Kuvio 1 Guesthouse Borealixen ulkomaalaisten matkailijoiden saapuneiden määrät lokakuu 2022 - syyskuu 2023

Kuvion 1 avulla nähdään ulkomaalaisten saapuneiden lukumäärä jokaista kuukautta kohden. Pienimmät määrät ovat toukokuussa 2023 ja kun taas suurin on joulukuussa 2022. Arvot näyttävät ilmiselvästi suurimman sesonkiajan eli joulukuun, mutta myös kaikkein hiljaisemman kauden kesäkuun.



Kuvio 2 Guesthouse Borealixsen ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymisvuorokaudet lokakuu 2022 – syyskuu 2023

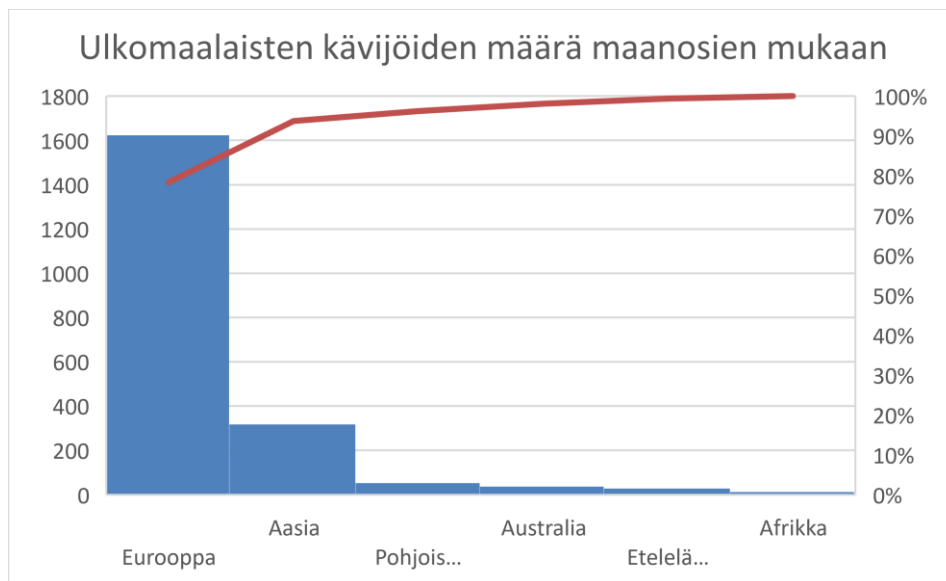
Kuviossa 2 on ulkomaalaisten yöpymisvuorokaudet, josta nähdään välittömästi samankaltaisuuksia, mutta myös suuria eroja ulkomaalaisten saapuneiden kaavion kanssa (kuvio 1). Esimerkkinä joulukuu on kaikkien kuukausien kesken verrattaessa samankokoiset toisiinsa verrattuna, mutta joulukuu kuuluu suurimpaan sesonkiaikaan. Yöpymisvuorokausien määrä on tuplaantunut ulkomaalaisten saapuneiden määrään ensimmäiseen kuvioon verrattuna, kun taas hiljaisin kuukausi toukokuu on lähestulkoon samankokoinen ulkomaalaisten saapuneiden kanssa. Tästä voidaan päätellä mitä lähempänä suurinta sesonkia ollaan sitä suurempi yöpymisvuorokausien määrä on verrattuna saapuneiden määrään.



Kuvio 3 Kaikkien kansallisuuksien osuus koko ulkomaalaisten kävijöiden määrästä

Kuvio 3 on niin iso, että sitä ei tähän saanut näkymään oikean kokoisena mutta se on olemassa yritykselle tekemässämme Excelissä. Kuvio 3 on nähtävissä jokaisen ulkomaalaisten kävijöiden lukumäärät jaettuna kansallisuuksien mukaan. Suurimpana kävijämääränä on nähtävissä heti Saksa, joka on koko tämän tilastointikauden ajan suurimpana noin 18 % arvoisena lukuna koko ulkomaalaisten kävijöiden määrästä. Tällä kaaviolla on helposti erotettavissa suurimmat kävijät

lukumäärältään yrityksessä. Suurimmat kävijät järjestyksessä suurimmasta pienimpään ovat Saksa, Espanja, Ranska, Iso-Britannia, Italia, Kiina, Puola, Alankomaat, Belgia ja Itävalta, mutta näistä kymmenestä suurimmasta ulkomaalaisista kävijöistä lukuun ottamatta suurin yksittäinen kävijäryhmä on kuitenkin suomalaiset, joiden saapuneiden määrä on 1415, joista yöpymisvuorokausia suomalaisilla on 1871.

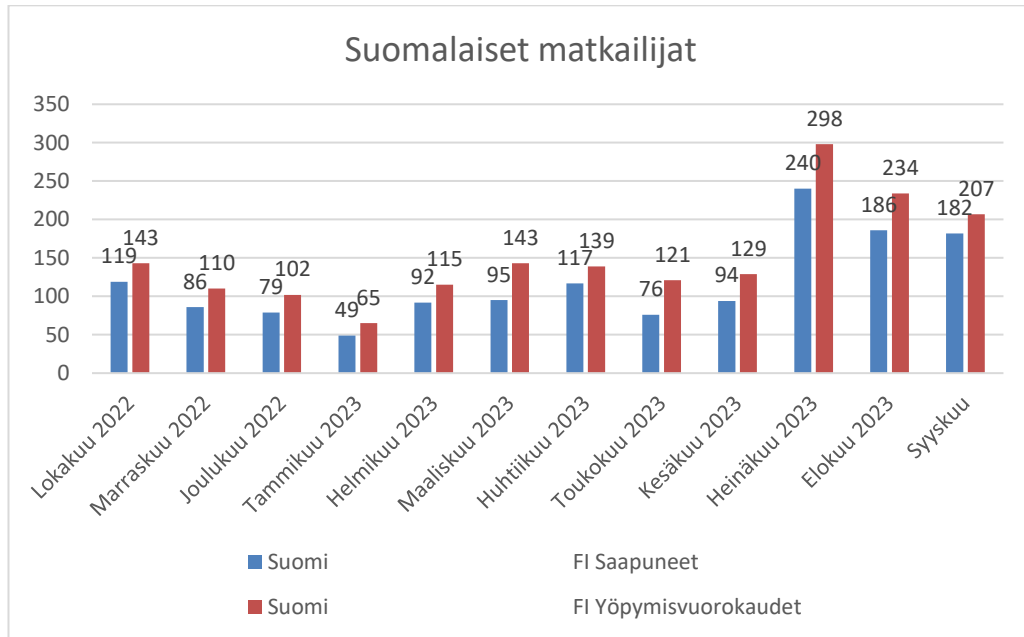


Kuvio 4 Maanosien mukainen ulkomaalaisten kävijöiden jako

Kuvio 4 on nähtävissä kaikki kävijät jaettuna maanosien mukaan. Suurimpana kävijäryhmänä maanosien mukaan Eurooppa noin 1600 kävijämäärällä, mikä on noin 80 % kaikista kävijöistä. Toiseksi isoimpana tulee Aasia, mikä on noin 15 %. Sen jälkeen tulee järjestyksessä Pohjois-Amerikka, Australia, Etelä-Amerikka ja Afrikka.

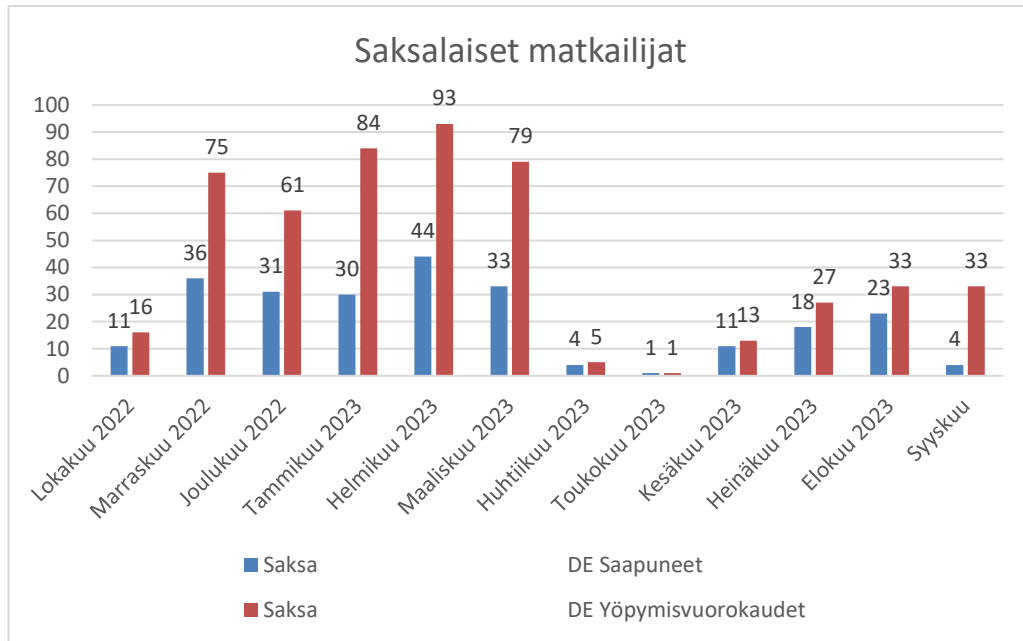
Yritykselle tekemässämme Excelissä yrityksen omasta tilastoinnista näkyy joka ikisen eri kansallisuuden kansallisuusjakauma merkittynä saapuneina ja yöpymisvuorokausien mukaan kuukausittain. Kuukaudet menevät lokakuusta 2022 syyskuuhun 2023 asti. Näillä tiedoilla teimme kuvat 1–4.

Excel taulukossa on poimittu 10 suurinta maata saapuneiden vierailijoiden lukumäärän mukaan. Taulukossa kymmenestä suurimmasta maasta tehtiin kaaviot, jotka nimettiin kuvioiksi 5–14. Näiden kaavioiden tarkoituksena on verrata suurimpien kävijäryhmien jakautumista kuukausien välillä ja toisten kansallisuuksien välillä.



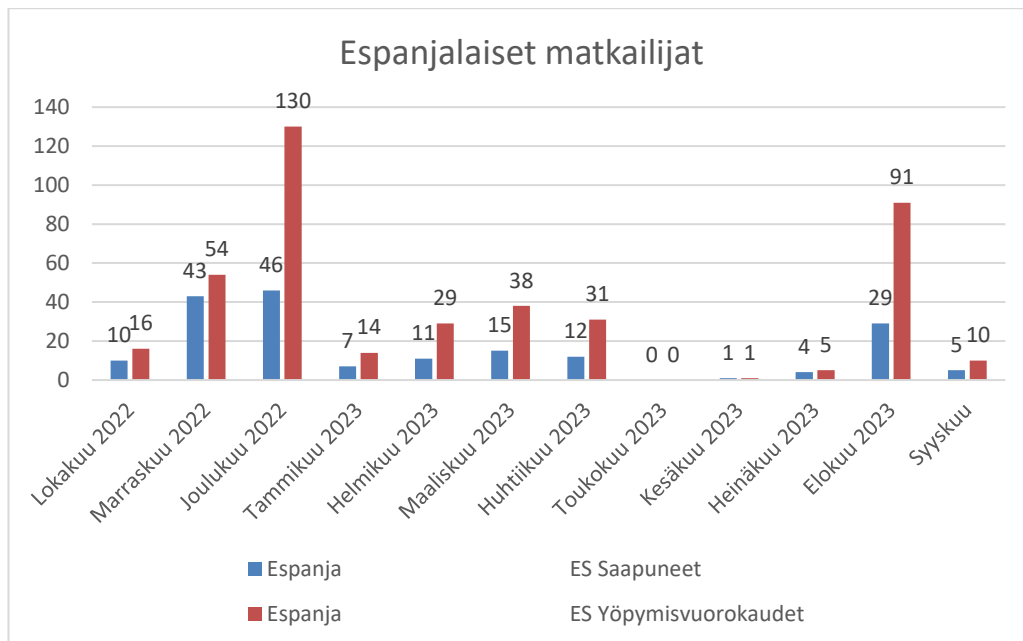
Kuvio 5 Kävijämäärältään suurin vieraileva ryhmä: Suomi lokakuu 2022- syyskuu 2023

Suomi on kävijä määrän mukaan suurin ryhmä. Kuvio 5 jokaisen kuukauden kohdalla sinisellä palkilla on merkitty saapuneiden määrä ja punaisella yöpymisvuorokausien määrä. Vierailija kuukaudet ovat suomalaisten kohdalla hyvin tasaiset, missä suurimpana kävijäkuukautena on heinäkuu. Muuten suomalaisten saapuneiden määrä on jakaantunut tasaisesti kuukausien välillä.



Kuvio 6 Kävijämäärältään toiseksi suurin vieraileva ryhmä: Saksa lokakuu 2022 – syyskuu 2023

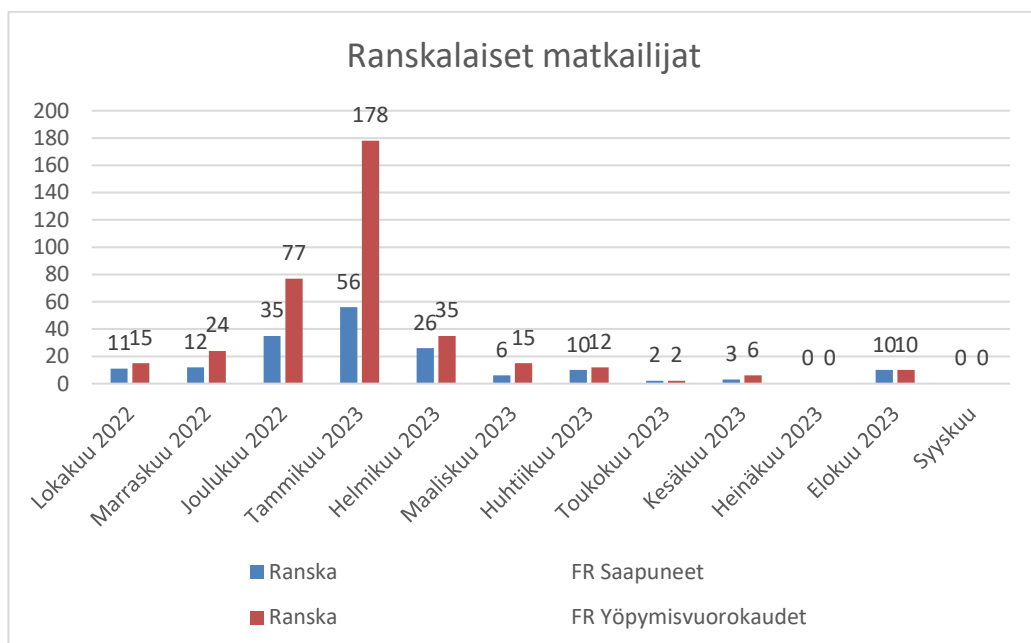
Seuraava kuvio on Excelistä toiseksi suurin Saksa. Saksalaisten vierailusta on heti nähtävissä, että yleisesti ottaen yöpyvät keskimäärin 2 vuorokautta aina saapunutta kohden sellaisina kuukausina, milloin heitä on yli 30. huhti-, touko-, kesä-, ja syyskuun aikaan saksalaisten matkailijoiden määrä on pienimmillään.





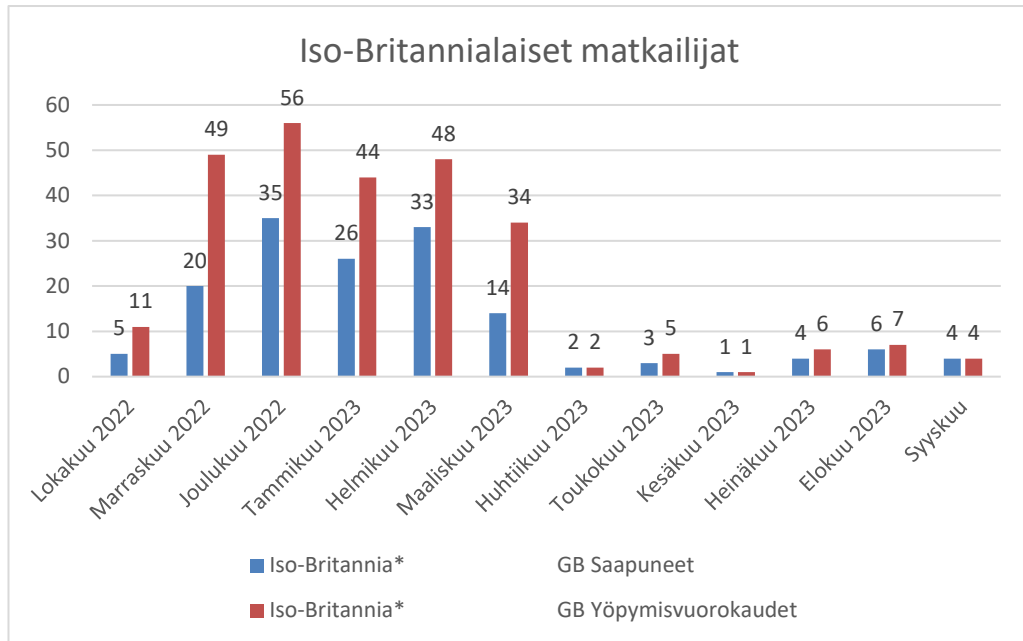
Kuvio 7 Kävijämäärältään kolmanneksi suurin vieraileva ryhmä: Espanja lokakuu 2022 – syyskuu 2023

Kolmanneksi suurin on Espanja, joilla suurin kävijämäärä keskittyy joulukuuhun, missä joka ikistä yhtä saapunutta kohden espanjalaiset viipyvät keskimäärin 3 yötä, muuten espanjalaisia on pieni määrä muina kuukausina, mutta tasaisesti ympäri vuoden.



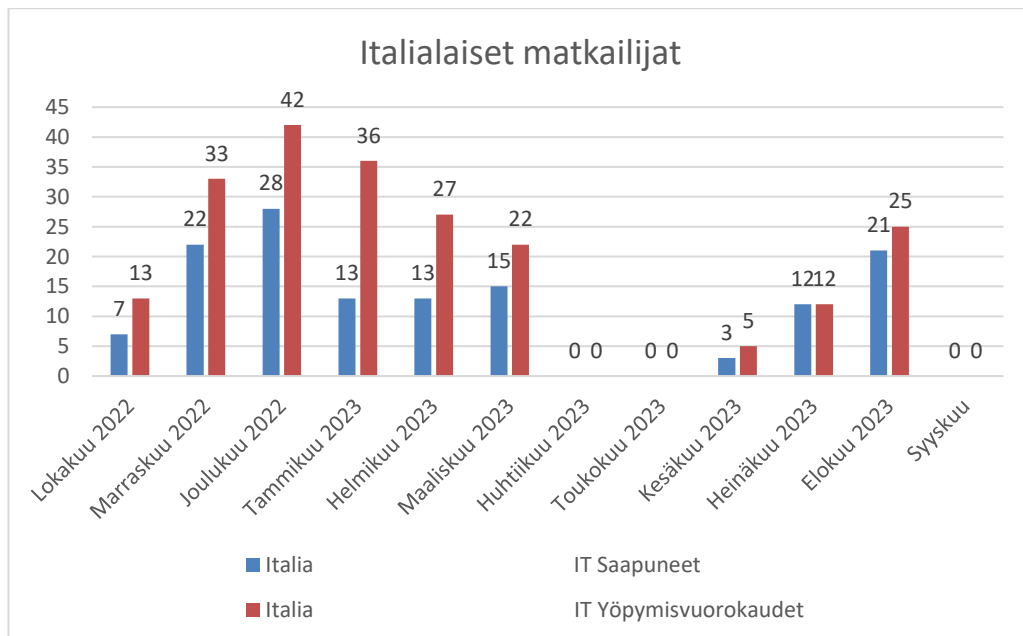
Kuvio 8 Kävijämäärältään neljänneksi suurin vieraileva ryhmä: Ranska lokakuu 2022 – syyskuu 2023

Ranskalaiset ovat hyvin samanlaisia kuin espanjalaiset, mutta joulukuun kohdalla luvut eivät yllä samoihin vaan heidän vierailunsa huippu on tammikuussa.



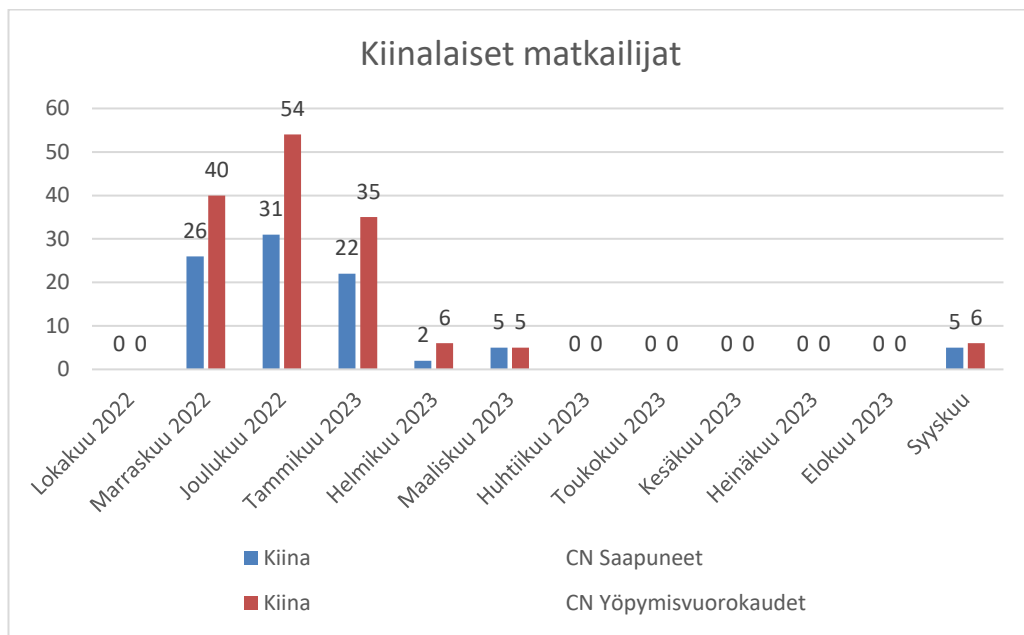
Kuvio 9 kävijämäärältään viidenneksi suurin vieraileva ryhmä: Iso-Britannia lokakuu 2022 – syyskuu 2023

Iso-britannialaiset viidentenä suurimpana jakaantuvat tasaisesti marraskuun ja maaliskuun välille ja muina kuukausina heidän määränsä pysyvät alle 10 vierailijassa per kuukausi.



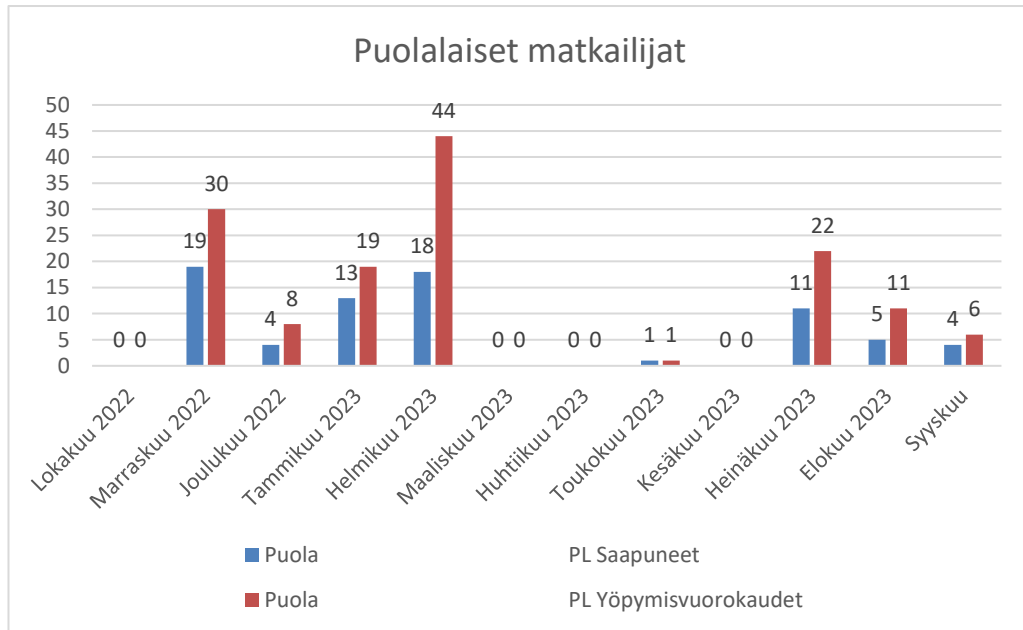
Kuvio 10 kävijämäärältään kuudenneksi suurin vieraileva ryhmä: Italia lokakuu 2022 – syyskuu 2023

Italialaisista matkailijoista näkee suurimman keskittymisen joulukuun ajalle, missä ennen joulukuuta sen kävijämäärä nousee lähes tuplataen joka kuukausi kesäkuusta alkaen ja alkaa vähenemään sitten reilusti maaliskuuhun asti. huhti-, touko- ja syyskuussa kävijöitä ei ole ollenkaan.



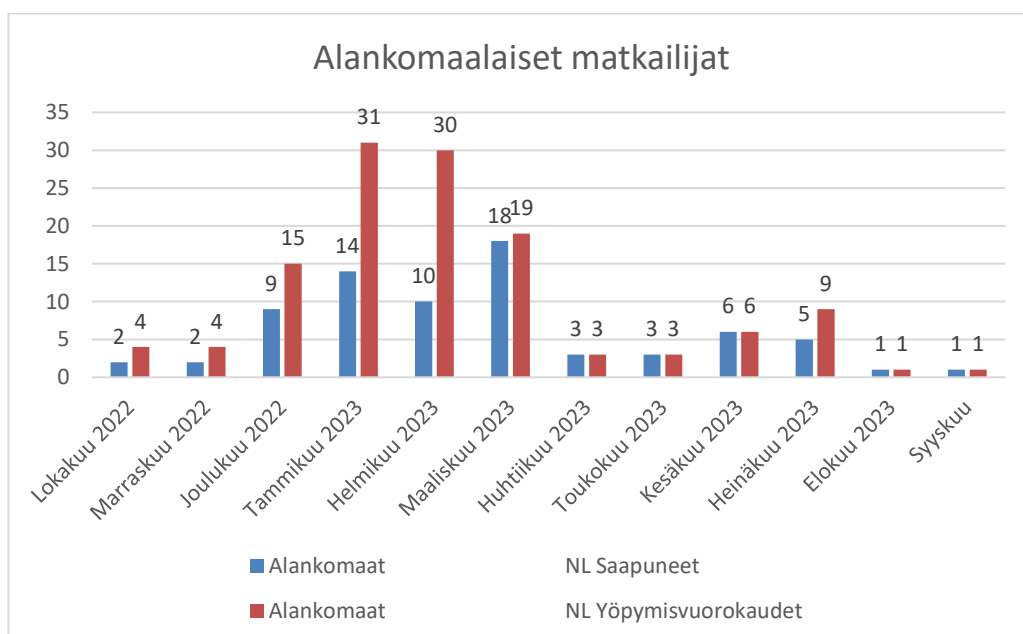
Kuvio 11 kävijämäärältään seitsemänneksi suurin vieraileva ryhmä: Kiinalaiset matkailijat lokakuu 2022 – syyskuu 2023

Kuviossa 11 on ensimmäinen Euroopan ulkopuolinen maa suurimmista vierailija ryhmistä, joka on Kiina. Kiinalaiset matkailijat keskittyvät lähes täysin marras-, joulukuun ja tammikuun ajalle, tästä voidaan päätellä, että kiinalaisten matkailijoiden kiinnostus Rovaniemellä matkailuun on keskittynyt talvisesonkiajalle.



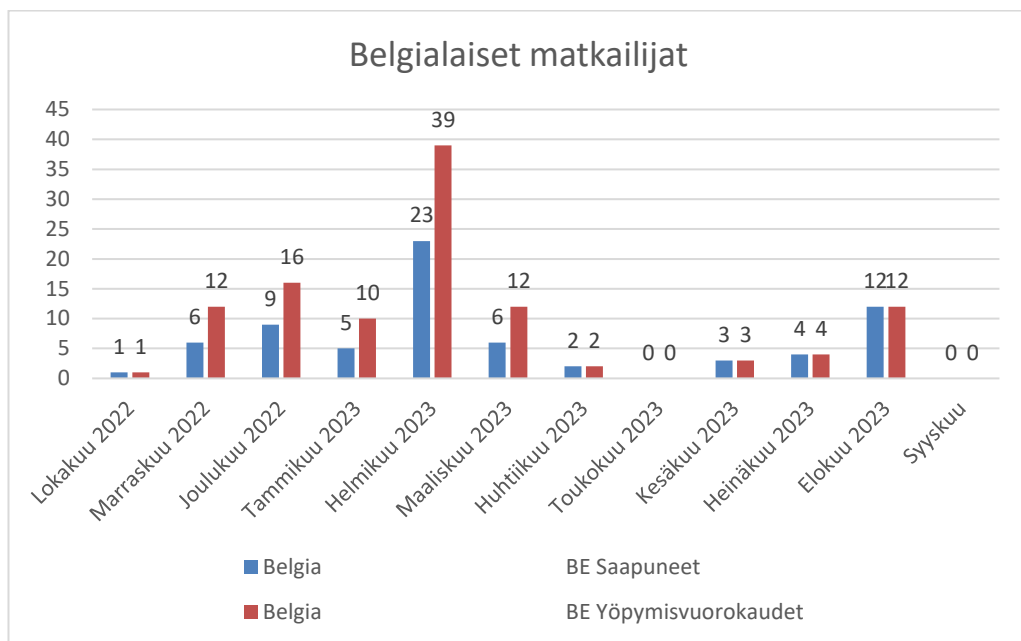
Kuvio 12 kävijämäärältään kahdeksanneksi suurin vieraileva ryhmä: Puola lokakuu 2022 – syyskuu 2023

Puolasta saapuneiden matkailijoiden kohdalla on nähtävissä hyvin mielenkiintoinen seikka suurimmat kävijä kuukaudet ovat marraskuu, että helmikuu eli talvi-sesongin alku ja loppu.



Kuvio 13 kävijämäärältään yhdeksänneksi suurin vieraileva ryhmä: Alankomaat lokakuu 2022 – syyskuu 2023

Alankomaalaisten matkailijoiden kausivierailu on hyvin samantyyppinen, kun muilla muilla mailla mutta heidän kävijämääränsä mukainen huippu kohdistuu maaliskuulle.



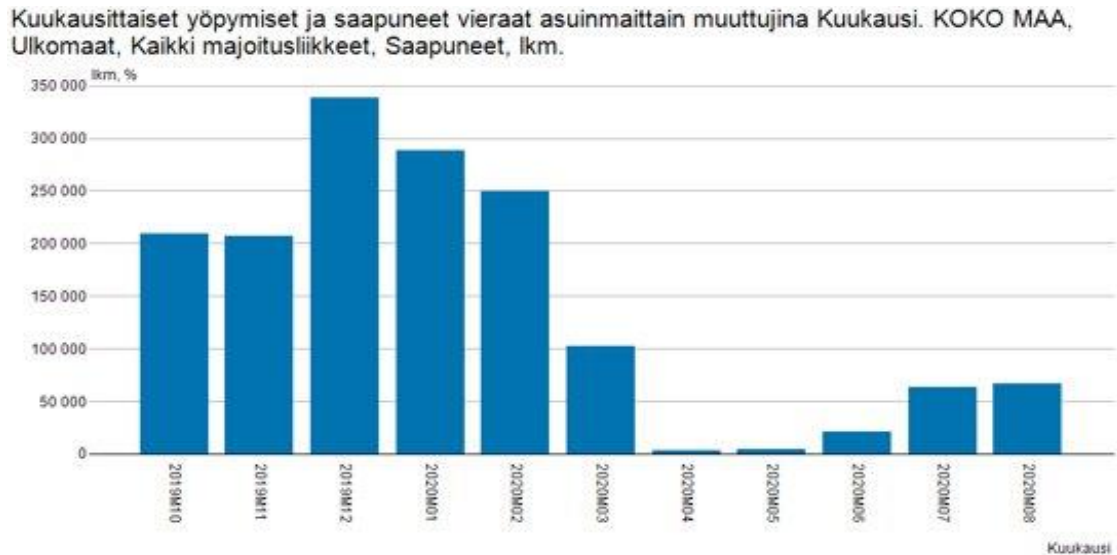
Kuvio 14 kävijämäärältään kymmenenneksi suurin vieraileva ryhmä: Belgia syyskuu 2022 – lokakuu 2023

Belgialaiset matkailijat ovat hyvin tasaisesti jakautuneet ottamatta huomioon helmikuuta, missä näkyy belgialaisen matkailijoiden huippu.

### 3.4 Muualta saadut tilastot

Selvitimme Tilastokeskuksen kautta koko Suomen matkailun ulkomaalaisten saapumisia vuosilta 2019–2023, joista kerätyt tulokset muutettiin kaavioiksi, joista selvisi neljä suurinta maata, joista suomeen saapui eniten matkailijoita.

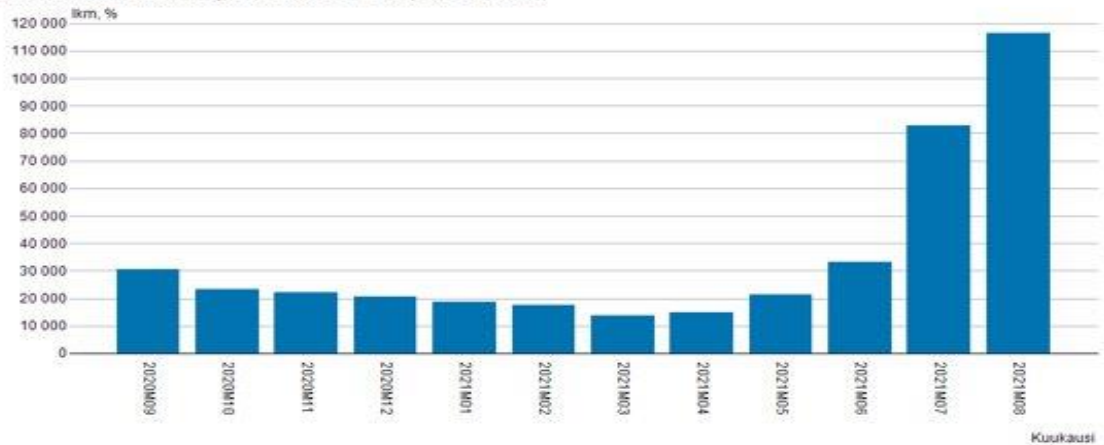
Näitä kerättyjä tilastoja vertailimme Guesthouse Borealikselta saatujen tilastojen kesken vahvistaaksemme tilastojen samankaltaisuuden. Tilastojen helppolukuisuuden vuoksi, niiden luvut muunnettiin kaavioiksi ja tätä menetelmää käytimme koko tilastaselvittelyn ajan.



Kuvio 15. 10.2019–08.2020 Koko Suomen ulkomaalaisten matkailijoiden yhteismäärä kuukausittain

Kuvio 15 nähdään ulkomaalaisten saapuvien vieraiden lukumäärä koko Suomessa, kaikissa majoitusliikkeissä. Kuvioista nähdään, miten saapuneiden määrä laskee maaliskuussa ja saapuneiden matkailijoiden pudotus jatkuu toukokuulle asti. Vasta heinäkuussa saapuneiden lukumäärä kokee pientä, tasaista nousua.

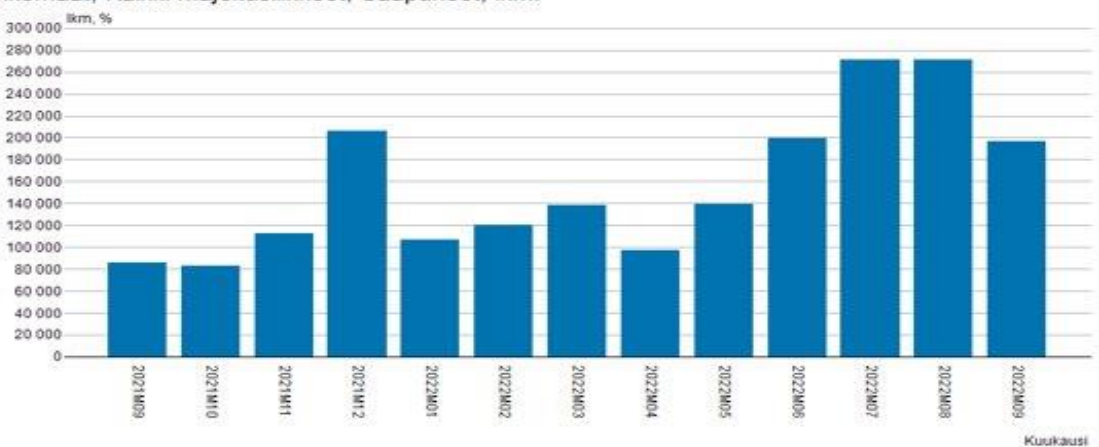
Kuukausittaiset yöpymiset ja saapuneet vieraat asuinmaittain muuttujina Kuukausi. KOKO MAA, Ulkomaat, Kaikki majoitusliikkeet, Saapuneet, lkm.



Kuvio 16. 09.2020–08.2021 Koko Suomen ulkomaalaisten matkailijoiden yhteismäärä kuukausittain

Edellistä kuviota jatkaen kuvio 16, ulkomaalaisten saapuneiden määrä kokee tasan laskun, jopa joulukuussa, jonka oletetaan olevan yleisesti ns. sesonki-kausi. Saapuneiden lukumäärän huomattava nousu nähdään vasta vuonna 2021 heinäkuussa muihin kuukausiin verrattuna.

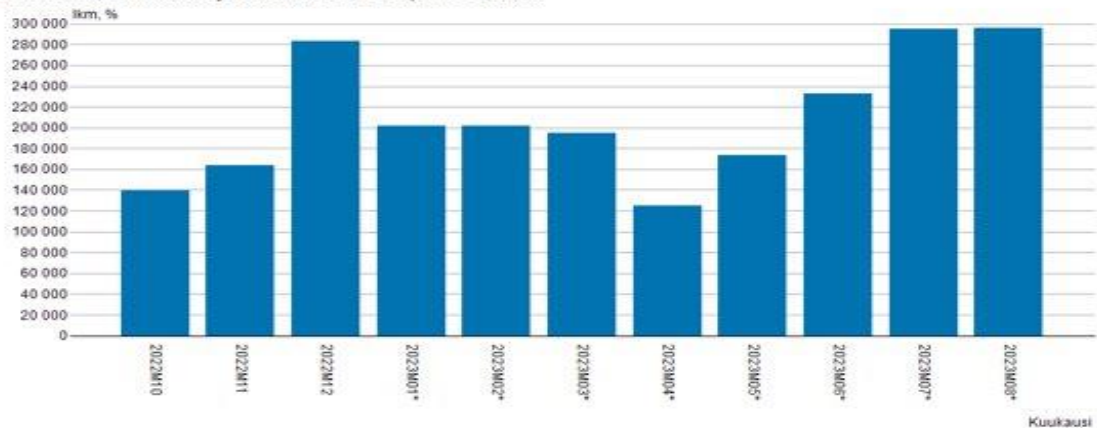
Kuukausittaiset yöpymiset ja saapuneet vieraat asuinmaittain muuttujina Kuukausi. KOKO MAA, Ulkomaat, Kaikki majoitusliikkeet, Saapuneet, lkm.



Kuvio 17. 09.2021–08.2022 Koko Suomen ulkomaalaisten matkailijoiden yhteismäärä kuukausittain

Kuvio 17 verrattaessa kahteen aikaisempiin kuvioihin, voidaan havaita ulkomaalaisten matkailijoiden lukumäärän palautuvan tasaiseksi suurempiin lukuihin, mitä aikaisempina vuosina, joista korkeimmat luvut koetaan joulukuussa 2021, hie- man yli 200 000 saapunutta vierailijaa ja vuonna 2022 heinä- elokuussa, yli 260 000 vierailijaa, mikä ylittää jopa joulukuun 2021 vierailijamäärän.

Kuukausittaiset yöpymiset ja saapuneet vieraat asuinmaittain muuttujina Kuukausi. KOKO MAA, Ulkomaat, Kaikki majoitusliikkeet, Saapuneet, lkm.



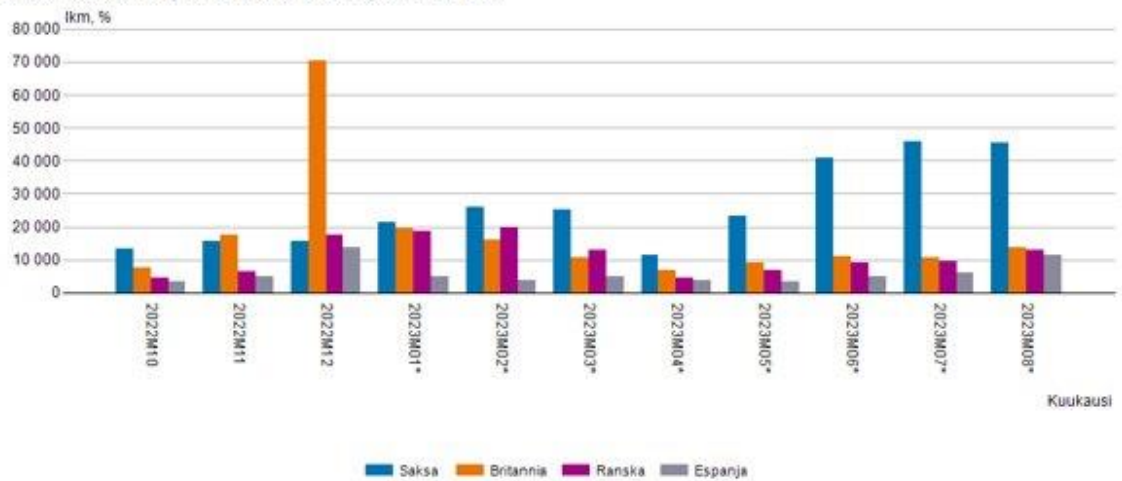
Kuvio 18. 10.2022–08.2023 Koko Suomen ulkomaalaisten matkailijoiden yhteis- määrä kuukausittain

Kuviot 15–18 ovat neljän viimeisen vuoden kuukausikohtainen kävijämäärä. Hel- pottaaksemme vertailua Guesthouse Borealiksesta saadun tilastoinnin ja koko Suomen tilastoinnin välillä jaoimme koko Suomen tilastoinnin vuoden pätkiin kuu- kausi välillä, mikä täsmää Borealiksesta saadun tilastoinnin kuukausiväliä.

Tilastokeskuksesta myös selvisi, että yhdestä suurimmasta suomeen saapuvista maakohteista Iso-Britanniasta on lähivuosina saapunut eniten Suomeen (kuvio 19), mutta suurin osa näistä saapuvista matkailijoista on samaan aikaan saapu- nut Lappiin, joka vie koko saapumislukumäärästä suurimman osan (kuvio 20)



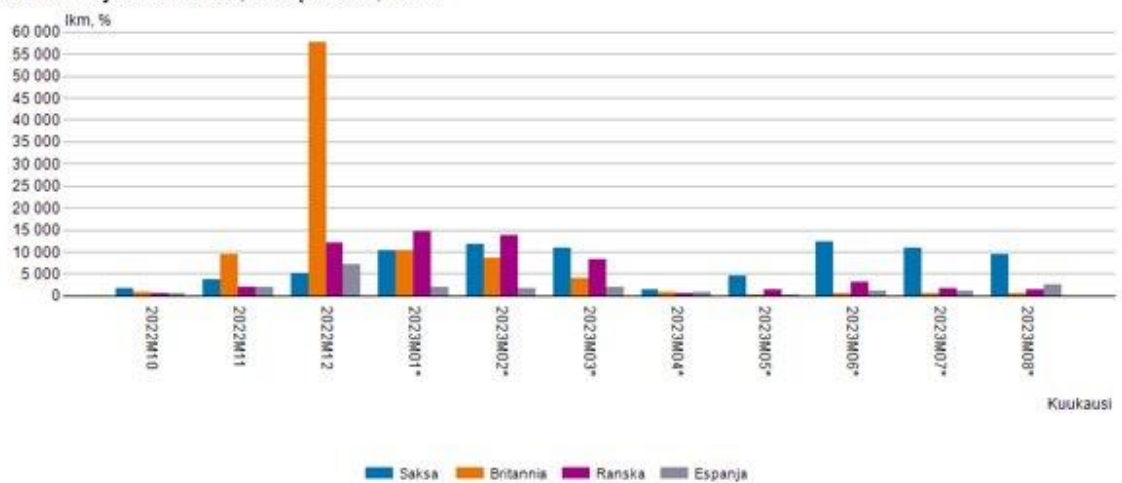
Kuukausittaiset yöpymiset ja saapuneet vieraat asuinmaittain muuttujina Maa ja Kuukausi. KOKO MAA, Kaikki majoitusliikkeet, Saapuneet, Ikm.



Kuvio 19 Neljän eniten saapuneiden ulkomaalaisten kansallisuuksien mukaan kuukausittainen jakauma koko suomessa 10.2022–08.2023

Kuvioissa 15–18 on kuukaudet asetettu samalla tapaa kuin kohdeyrityksen tilastoinnissa. Kuten Kuvioista 19 näkee suurin kokonaisuudessa saapuneita matkailijoita keskittyy talviajalle.

Kuukausittaiset yöpymiset ja saapuneet vieraat asuinmaittain muuttujina Maa ja Kuukausi. Lappi, Kaikki majoitusliikkeet, Saapuneet, Ikm.



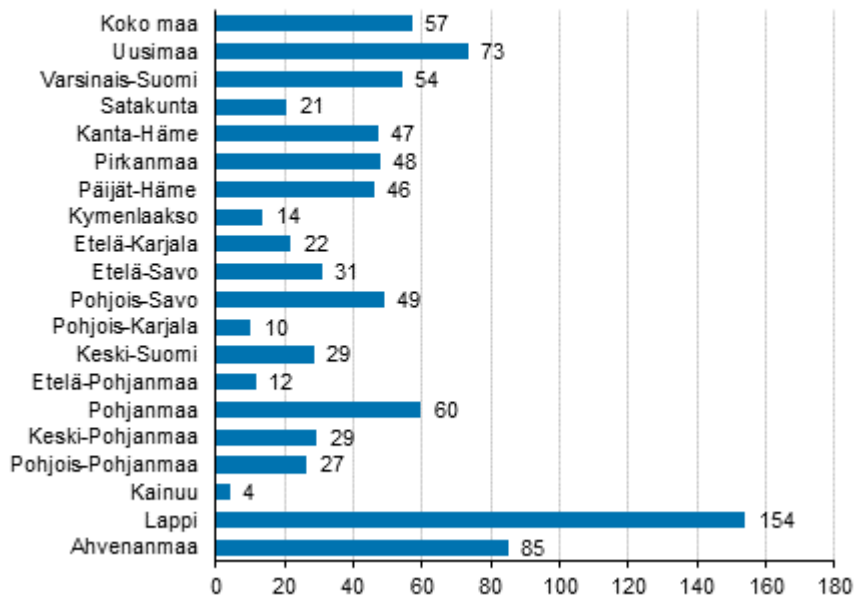
Kuvio 20 Neljän suurimman ulkomaalaisen kansallisuuden Kuukausittainen jakauma Lapissa 10.2022–08.2023

Kuvio 20 nähdään samankaltaisuuksia kuvio 19 kanssa. Jos kuvio 20 eli Lapin kävijämäärät vähennetään kuvio 19 koko Suomen kävijämääristä huomataan Lapin ulkopuolinen matkailu, mikä on paljon vähäisempää kuin Lapin alueen. Tällä tapaa verrattaessa myös huomataan ja tässä saksalaiset matkustavat paljon Lapin ulkopuolella suomessa loppu kesän ja alkusyksyn aikana

Lapin ja koko Suomen kesken vertailtu tilanne on pysynyt tasaisena muun kolmen suuren maan kesken vuosina 2022–2023. Ulkomaisten matkailijoiden suurimmat luvut oli havaittu sijoittuvan marras-tammikuun ajalle koronapandemian jälkeen.

Matkailun elpyminen koronapandemiasta oli havaittavissa vuonna 2022, jolloin Lapin hotellihuoneiden käyttöaste oli muihin maakuntiin verrattuna noussut enteen, joista Rovaniemi oli tilaston kärjessä.

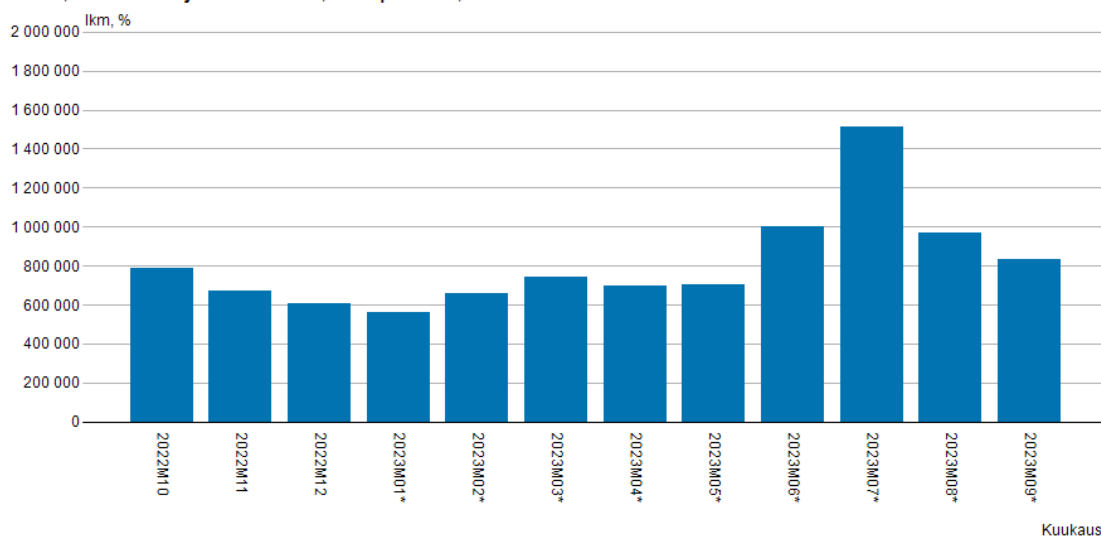
### Yöpyymisten muutos maakunnittain helmikuussa 2022/2021, %



Kuvio 21 Maakunnittainen yöpyymisten muutos prosentteina vuosien 2022 ja 2021 helmikuitten välillä

Kuvio 21 Selviää yöpyymisten muutoksen kaikissa maakunnissa vuosien 2021 sekä 2022 välillä, joista suurimman muutoksen on kokenut Lappi. Korkeimman hotellihuoneitten käyttöastemuutoksen on kokenut kaupungeista Rovaniemi, jonka käyttöaste oli 70,2 prosenttia.

Kuukausittaiset yöpymiset ja saapuneet vieraat asuinmaittain muuttujina Kuukausi. KOKO MAA, Suomi, Kaikki majoitusliikkeet, Saapuneet, lkm.



Kuvio 22. 10.2022–09.2023 Koko Suomen kotimaisten matkailijoiden yhteismäärä kuukausittain

Kuvio 22 näkee koko Suomenlaajuisen kotimaisten matkailijoiden jakautumisen kuukausittain samalla aika välillä kuin kuviossa 5 mikä on Borealisen kotimaisten matkailijoiden jakauma. Kaaviosta näkee suomalaisten kotimaan matkailusta kaavion mukaisella aikavälillä suurimman kävijä määrän keskittymisen heinäkuulle.

### 3.5 Näkökulman saaminen omistajan haastattelulla.

Haastatteleamalla Guesthouse Borealisen omistajaa, saimme selville omistajan olleen yrityksessä noin 20 vuotta, jonka aikana yritys on mukauttanut toimintaansa siirtymällä faxin sekä puhelimien käytöstä Booking- järjestelmään selkeyttäkseen varauksien käsittelyjä. Aikaisempi menetelmä on aiheuttanut epävarmuutta esimerkiksi saapuneiden vierailijoiden todellisen lukumäärän varmistuksessa.

Viimeisen 4 vuoden aikana, ottaen koronapandemian rajoitukset matkailussa huomioon, yrityksen toiminnan jatkumisessa oli epävarmuutta koronapandemian

alkutaipaleella, mutta rajoitusten keventyessä, suomalaisten matkailijoiden määrä kasvoi, mikä palautti yrityksen toimintaa normaalille tasolle. Viimevuoden syyskauden aikana kävijämäärät ovat nousseet ja varauksien määrä on jatkunut ainakin seuraavaan joulukuun asti.

Haastattelun aikana mainitsimme omistajalle, että yrityksessä on kaiken kaikkiaan vierailut 64:stä eri maasta, joista Euroopan maat olivat ensimmäisenä suuruusjärjestyksessä, toisena Aasian maat. Kysyimme omistajalta, miten hän oli itse tämän tiedon saatua kokenut muuttuneen viimeisen 4 vuoden aikana, vastauksena saimme tietää, että aasialaisten matkailijoiden osuus oli ennen suurempi. Kysyimme myös omistajan mielipidettä, mistä maista on eniten saapunut vierailijoita kokonaisuudessaan ja miten se on muuttunut 4 vuoden aikana, molempiin kysymyksiin saimme saman vastauksen, Saksa sekä Ranskan maista on saapunut eniten vierailijoita niin kokonaisuudessaan että 4 vuoden ajalta.

Haastattelun lopuksi mainitsimme tilastoista selvitetty 9 suurinta maata, joista vierailijoita on saapunut ja miten hän suhtautui tähän tietoon, omistaja koki tilastoista saatujen tietojen mielenkiintoiseksi sekä haastattelun lopuksi kysyi, näkeekö tilastoistamme vierailijoiden yöpymisvuorokaudet, johon vastasimme myönteisesti.

## 4 TILASTOT BOREALIKSESTA JA KOKO SUOMEN MITTAKAAVASTA

### 4.1 Tilastojen tulkitseminen

Tilastojen tulkitsemiseksi vertailimme kerättyjä aineistoja sekä tilastoja keskenään, joista selvitimme koronapandemian vaikutuksen saapuvien sekä yöpyvien matkailijoiden koko Suomen sekä Lapin alueella vuosilta 2019–2023. Tilastoja analysoidessa, totesimme myös Lapin sekä koko Suomen alueeseen kohdistuvat suurimmat maat, joista matkailijoita saapui talvisesonkina.

Dokumenttianalyysissä selvitimme tilastoista kansallisuusjakauman saapuvien matkailijoiden kesken sekä tärkeimmät huomiot, kuten kävijämäärien huiput eri kuukausina jokaista kansallisuutta kohtaan ja miten näitä tietoja tulisi hyödyntää yhdessä Työ- ja elinkeinoministeriön esittämän matkailustrategian avulla Borealoksen toiminnan kehittämisessä.

### 4.2 Dokumenttianalyysiä

Kuvio 1 näkyy siis Guesthouse Borealoksen saapuneiden kävijöiden määrä vuodelta 2022 lokakuusta vuoden 2022 syyskuuhun asti. Kuvio 18:sta näkyy tältä samalta ajalta koko Suomen saapuneiden matkailijoiden lukumäärä. Näitä kahta verrattaessa on huomattavissa yksi suuri ero, Borealoksen matkailijoista ehdottomasti suurin kävijä määrä painottuu talvikaudelle, suurimpana kävijäkuukautena joulukuu, kun taas koko Suomen mittakaavassa tämän joulukuun piikin lisäksi elokuu ja syyskuu saavat yhtä suuren kävijämäärä piikin, mitä joulukuu. Näitä kahta siis verratessa, kävijämäärät jakautuvat lähes samoin molempien osalta, lukuun ottamatta koko Suomen kävijämäärän piikkiä syyskaudelle. Pääteltävissä on, että yhtenä syynä tälle on syyskausina ulkomaan matkailijoita, käy runsaasti muualla suomessa, kuin Lapissa.

Tätä päätelmää osittain tukee tässä työssä näkyvät kuviot 19. ja 20.

Kuvio 19 näkyy neljän suurimman maan kävijät koko suomessa kuukausittain ja kuviossa 20 näkyy taas muuten samat tiedot, mutta vain Lapin alueelta. Kun kuvion 19 luvuista vähennetään kuvio 20 luvut, jäisi meille koko muun Suomen, kuin Lapin matkailijoiden lukumäärä yhteensä. Näistä luvuista on nähtävissä, että suuri määrä matkailijoita kesä, -heinä, -elo, - ja syyskuukausina sijoittuu Lapin ulkopuolelle. Tämä kun otetaan huomioon tarkastellessa kuvioita 1 ja 8 voidaan siis ymmärtää, miksi kuviossa 8 näissä syyskuukausien aikana on kuvio 1:seen verrattaessa suurempi määrä. Nämä seikat ottaen huomioon, voidaan sanoa, että Borealiksen ulkomaalaisten kävijöiden jakautuminen eri kuukausien ajalle on hyvin samanlainen, kuin koko Suomen samaisen jakauman kanssa, kun tästä pois luetaan Lapin ulkopuolisten matkailijoiden vaikutus.

Näiden päätelmien avulla vertaamme kuvion 19 mukaan suurimpia kävijämaita Borealiksen vastaaviin kansallisuuksiin. Kuvion 19 suurimpana kansallisuutena Saksa on Suomen laajuisista matkailijakansallisuuksista isoin. Kun tarkastelemme Saksan sijoitusta vastaavasti Borealiksen tilastoista kaikista ulkomaalaisista, on Saksa myös ensimmäisellä sijalla. Kun suomalaiset lasketaan mukaan, olisi se suurin kansallisuus kävijämäärän mukaan. Kun verrataan kuvion 19 Saksan osiota kuvioon 6 huomataan että kuviossa 6 suurin osa saksalaisista kävijöistä kohdistuu marras- ja maaliskuun välille, vaikka koko Suomen mittakaavassa suurin osa saksalaisista vierailijoista sijoittuu touko- ja elokuun väliin. Olemme aikaisemmilla päätelmillä ottaneet huomioon, että suurin osa saksalaisista matkustaa Lapin ulkopuolella touko- ja elokuun välillä. Tästä huolimatta, saksalaiset ovat suurin ulkomaalaisryhmä Borealiksessa.

Toiseksi suurimpana maana koko Suomen laajuisesti sijoittuu Iso-Britannia. Borealiksessa taas britannialaiset sijoittuvan kävijämäärältään viidenneksi. Maanlaajuisesti britannialaisella huippukävijämäärät sijoittuvat joulukuulle ja muuten tasaisemmin. Yrityksessä taas ja britannialaiset matkailijat ovat jakaantuneet tasaisemmin marraskuu ja maaliskuun välillä. Eli mitä tulee ainakin yrityksiin tule-

viin matkailijoihin, on kiinnostus jakaantunut paljon tasaisemmin joulukuu talvi-kuukausina. Tästä voidaan päätellä mitä Iso-Britannialisiin matkailijoihin tulee yrityksen kohdalla, on houkuttelevana tekijänä muu kuin joulun vietto.

Kolmanneksi suurimpana koko maan matkailussa on Ranska. Borealis kansallisjakaumassa Ranska sijoittuu Iso-Britanniaa korkeammalle kävijämäärältään. Maanlaajuisesti ranskalaiset saapuvat eri kuukausien välillä hyvin tasaisesti kuin taas Borealoksen asiakkaana heidän suurin määränsä keskittyy tammikuulle.

Kuvio 19 mukaan neljänneksi suurin koko maan matkailussa oleva kansallisuus on espanja. Borealoksen asiakkaista espanjalaiset ryhmänä tasoittuvat kolmannen sijalla. Kuten ranskalaiset niin espanjalaiset ovat maanlaajuisesti jakautuneet hyvin tasaisesti eri kuukausien välillä. Yrityksessä espanjalaiset vierailijoiden suurin määrä keskittyy kuukausille joului- ja tammikuu. Ranskaan verrattuna espanjalaisia kuitenkin saapuu tasaisemmin muina kuukausina.



## 5 KEHITTÄMISIDEOITA BOREALIKSELLE

### 5.1 Suomenlaajuisen matkailustrategian painopisteet ja niiden sovellettavuus

Työ- ja elinkeinoministeriön matkailualan raportissa esitellään Suomen matkailustrategia vuosille 2022–2028, joka sisältää neljä keskeistä painopistettä matkailualan kestävän kasvun ja uudistumisen tukemiseksi. Nämä painopisteet ovat: Kestävän kehityksen mukaisen toiminnan vahvistaminen, digitaaliseen muutokseen vastaaminen, saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden ja kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2023, 71)

Konu, Pesonen ja Reijonen yhteenvedossaan mainitsevat kestävän kehityksen mukaisessa matkailussa Suomen matkailun houkuttavuuden yhtenä tärkeänä tekijänä mainitaan yhdessä kaupunki ja kulttuuri matkailun kanssa luonto. Luonnon matkailu arvon säilyttämiseksi kestävän kehityksen toimiin kuuluu esim. Visit Finlandin 2020 lanseeraama Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma. Ohjelmalla tarjotaan yrityksille ja matkailu alueille kestävän kehityksen työkalupakin. Tällä ohjelmalla yritys tai organisaatio voi saada STF-merkin, millä voi viestittää markkinoinnissa kestävän kehityksen mukaisesta toiminnasta. (Konu, Pesonen & Reijonen 2020, 260; Työ- ja elinkeinoministeriö 2023, 72)

Digitaalisen muutokseen vastaamisesta painostetaan matkailupalveluiden tehokkaampaa myyntiä ja markkinointia helpomman digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden avulla. Digitalisaation tehostamisella yritystoiminnassa myös tehostettaisiin sisäisiä tuotanto- ja palveluprosesseja. Yhtenä keinona Digitaalisen kehityksen osalle on olemassa Visit Finlandin kautta olevia ohjelmia yrityksen digitaaliseen matkailumarkkinointiin, datan hyödyntämiseen, myyntiin ja digitaalisen asiakaspolun kehittämiseen, kuten Digiloikan ABC- valmennus, mikä tulee työ- ja elinkeinoministeriön raportista ilmi. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2023, 76)

Mitä tulee matkailualan kehittämisen tarpeisiin, työ- ja elinkeinoministeriö sanoo, että tiedolla johtaminen on tärkeä työ kalu. Tiedolla johtamisella matkailualan osaaminen, tuotekehittäminen ja liiketoiminnan kehittäminen on tietoperusteisesti kehittyvää. Tiedolla johtamisessa ei vain omaa toimintaa raamiteta ja tueta datapohjaisilla kehitystoimilla vaan siinä myös kannustetaan näiden toimien avulla verkostoitumaan ja jakamaan muiden toimijoiden, organisaatioiden ja yritysten välillä dataa. Tästä esimerkkinä nostetaan majoitusyritysten ja Tilastokeskusten välinen toiminta, minkä toiminnan tuloksia kuten matkailijamittaria, tämän työn aineiston luomisessa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2023, 78–79)

Toiminta ympäristön vakauden varmistamiseksi puhutaan julkisen rahoituksen käyttöä kehittämisvälineenä. Kilpailukyvyyn varmistamiseksi on matkailun kehittämishankkeille sekä infrastruktuurin kehittämiseen suunnattu rahoitusta. Näihin erityistä tukea vaativia osa-alueita olisi kestävä matkailun kehittäminen ja digitalisaatio. Rahoitusta ja investointeja lisäämällä näihin osa-alueisiin on ollut mitattavassa olevaa tehoa koronapandemiasta selviytyessä. Vuonna 2023 investointi- ja kehittämishankkeille on ollut ennätysmäärä julkista rajoitusta yrityksille ja kehittämisorganisaatioille. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2023, 81–82)

Monet Suomen matkailustrategian pääpainopisteiden mukaiset toimet ovat sovellettavissa suoraan Borealoksen toimintaan esimerkkinä jo tämä opintotyö luo pohjaa tiedolla johtamiseen. Kuitenkin matkailutoiminnan kehittämisessä on haasteita. Matkailun edistämiskeskuksen eli MEK:in mukaan monien ulkomaa-laisten matkailijoiden silmissä Suomi on ”haastava” matkailukohde. Tietoisuus Suomesta ei ole korkea, paikkojen nimet ovat vaikeita ja kohdemaana Suomi kysyy kuluttajalta suurempaa tunnettavuutta, jotta Suomi kykenee houkuttelemaan matkailijoita. Tunnettavuutta ja Suomen imagoa nostamalla voidaan kuitenkin näitä haasteita vastaan nousta. (Ahtola, Koivunen, Korpela, Kostinen, Syrjämaa, 2004, 303)

## 5.2 Tärkeät yhteneväisyydet ja eroavaisuudet

Tilastoista todistettuna, Borealiksessa kiireisin kuukausi keskittyy joulukuulle, mitä seuraa marraskuu, helmikuu ja tammikuu suuruusjärjestykseen lueteltuna. Kuten koko Suomen laajuisesti, niin Borealiksen matkustajaluvut ovat pienimmillään juuri ennen näitä kahta ajanjaksoa ja eroavaisuutena, kuten aikaisemmissa vertailuissa näemme, erona Borealikseen oli koko Suomen laajuisen matkustajamäärien piikki syyskaudella.

Kotimaisten matkailijoiden käyttäytyminen Borealiksen tilastojen mukaan on pääpuolin tasaisesti jakautunut kuukausien välillä muutamalla poikkeuksella, jotka ovat heinä-, elo- ja syyskuu, jotka ovat nähneet suurimmat asiakaskävijämäärät. Kotimaisten matkailijoiden osalta, niin koko Suomen, että Borealiksen kotimaisten matkailijoiden jakautuminen on lähes samanlainen.

## 6 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

### 6.1 Tilastoista saatu tieto

Guesthouse Borealiksesta saadun ja kerätyn tilastojen tiedon avulla hahmotimme tämänhetkistä tilannetta asiakaskunnan kansallisuusjakauman kautta. Tilastojen avulla luodut tilastokoonnit ja kaaviot toivat esiin asiakaskunnan jakaumaa ja sen muuttumista kuukausien välillä. Borealiksen ja koko Suomen tilastojen vertailussa esiin nousseitten yhtäläisyyksien ja eroavaisuuksien avulla pystyimme selvittämään, että Borealiksen asiakasjakauma ja asiakasryhmien käyttäytyminen oli pääosin saman tyyppinen koko Suomen laajuisesti. Suurimpana eroavaisuutena havaitsimme koko Suomen mittakaavassa, että syyskuudella on suurempi kävijämäärä, kun verrataan muiden kuukausien välillä, mitä Borealiksessa. Tämän eron syyn saimme selville, kun vertailimme koko Suomen matkailua ja Lapin matkailua. Syyksi tälle ilmeni, että iso osa tiettyyn matkailijakansallisuuksiin kuuluvia ryhmiä vierailee Suomessa Lapin ulkopuolella syyskuudella, mikä selittää matkailijalukujen eron. Kun nämä kaikki eroavaisuudet otetaan huomioon, onkin Borealiksen ja koko Suomen kävijäluvut yhdenmukaiset toisiinsa verrattaessa.

Borealiksen tilastoinnin perusteella luomamme Excel-taulukko, missä näkyy luomamme kaaviot ja tilastokoonnit ovat itsessään jo yritykselle markkinastrategian luomisessa hyödyllinen tietopaketti. Tietopaketissa koottu esimerkkinä eri kansallisuuksien tavoista, kuten viipyä yrityksessä pitempään sekä mille ajanjaksolle heidän vierailunsa millekin kuukausille keskittyy.

### 6.2 Mahdolliset kehittämisideat

Tilastojen avulla selvitettyä samankaltaisuus koko Suomen kanssa, selvitimme mitä toimia Suomen mittakaavassa on suoritettu poikkeustilasta elpymiseksi. Näihin elvytystoimiin on työ- ja elinkeinoministeriö yhdessä matkailualan organisa-

tioiden ja toimijoiden kanssa luonut toiminta suunnitelmia, mitä integroida Suomen matkailusuunnitelmaan. Nämä toimintasuunnitelmat voidaan jakaa neljään pääosaan, mitkä ovat kestävä kehitys, digitalisaatio, tiedolla johtaminen sekä toimintaympäristön vakaus. Näiden neljän kautta havaittuja mahdollisia kehittämisideoita yritykselle, mitä valitsimme: kestävän kehityksen kohdalla olisi Sustainable Travel Finland (STF)- ohjelma, digitalisaation suhteen mahdolliseksi keinoksi digiloikan ABC- valmennus, tiedolla johtamisessa tässä työssä tehty tilastointi ja rahoitus ja investoinnit näille kyseisille toiminnoille, mitä tulee toimintaympäristön vakauttamiseen.

Myös luoduista tilastoista eri asiakasryhmien käyttäytymistä ja tämän jatkoselvittäminen nähdään yhtenä jatkokeinona kehittämissuunnitelman eteenpäin viemiseksi. Tällainen jatkotoimenpide asiakasprofiilien selventämiseksi on havaittavissa yleishyödylliseksi tulevassa toimintasuunnitelman kehityksessä. Yrityksen johtajan kanssa käydyssä haastattelussa kerrottuamme mitä kaikkea tilastoinnista tuli ja saatiin esiin, antoi hän esimerkkejä, miten tätä tilastointia voitaisiin käyttää hyödyksi. Tilastoinnista voisi nostaa esiin yksittäisiä kansallisuuksia ja tehdä heistä jatko tutkimusta missä selvittää tarkemmin kyseisen kansallisuuden matkailu käyttäytymisen syitä ja miten omassa toiminnassa voisi sitten tätä tietoa hyötykäyttää. Tästä esimerkkinä saksalaiset, joista selvittää matkan tarkoitus, mistä päin Saksaa he tulevat, mistä löysivät Borealiksen ja onko eri vuoden aikaan saapuvien saksalais- ryhmien välillä minkä tyyppisiä eroja.

## 7 POHDINTA

Opinnäytetyössä lopputuloksista mietimme näin; työn tavoitteet saavutimme erinomaisesti, sillä yritys saa käyttöön tehokkaan tilastoinnista tehdyn tietopaketin, minkä Guesthouse Borealis saa käyttöönsä välittömästi tilastoihin perustuvan työkalun, jota voi käyttää jatkossa markkinointisuunnitelman ja toiminnankehittämisen hyväksikäyttöön. Vertauksen kautta mitä teimme koko Suomen sekä yrityksen välillä, saimme myös selville, että koko Suomen mittakaavasta tehdyn toiminta ja markkinointisuunnitelmat liittyvät toimet ovat sovellettavissa Borealoksen toimintaan. Näistä toimista esimerkkeinä, mitä nostimme esille tässä työssä, nousi Sustainable Travel Finland (STF- ohjelma), digitalisaatio (Digiloikan ABC-valmennus) ja myös näihin liittyvät investoinnit toimintaympäristön vakauttamiseksi.

Neljäntenä esimerkkinä oli pääaiheena näistä Suomen markkinointisuunnitelman kehittämisestä tiedolla johtaminen. Tämä työ itsessään tilastoinneen kaikkineen on tiedolla johtamista, mistä olemme hyvin ylpeitä, että miten tekemämme työ oli jo itsessään osa niitä toimia, mitä elpymistoimien osalta Suomen markkinointisuunnitelmaan kuuluu.

Työn aihe oli siinä mielessä vaikea rajata, sillä työn tavoitetta oli vaikea valita monista vaihtoehtoista, jotka olisi palvellut parhaiten toimeksiantajaa sekä itseämme työn viimeistelyksi. Työtä pitemmälle tehdessä paljastuneet tiedot ohjasivat meitä tekemään tämän työn sellaiseksi, kuten se nyt on. Kuitenkin mitä enemmän työtä tehdessä paljastui enemmän huomioita, mikä lisäsi työn määrää lisäten rajauksen vaikeutta. Loppujen lopulta kuitenkin uskomme, tilastointityö mitä olemme tehneet, tulee olemaan arvokasta Borealikselle ja on ollut toimeksiannon mukainen. Tunnumme pysyneet työssä eettisen työskentelyn puolella, ottaen huomioon kaikessa kerätyssä materiaalissa olemme noudattaneen eettisen toiminnan ohjeita. Uskomme myös, että tämän työn pohjalta voi tehdä tarkempia tutkimuksia esimerkiksi kansallisuusjakaumasta tarkempien tietojen selvittämistä ja tutkimista, esimerkkinä saapuneiden vierailijoiden tarkennettu tieto, kuten lähökaupunki ja onko näissä asiakasryhmissä eroja toistensa välillä.

Koimme tämän työn tekemisen mielenkiintoiseksi, vaikkakin haastavaksi vaikean rajauksen vuoksi. Aikataulusuunnitelmassa pysymisessä oli haastavaa, sillä arkielämä sekä itse työssä syntyneet vastoinkäymiset kuluttivat työhön suunniteltua aikaa. Työtä tehdessä kohtasimme ajoittain pieniä ongelmia, jotka olivat kuitenkin ratkaistavissa, koska työntekijöitä oli kaksi henkilöä, täten saimme kaksi eri perspektiiviä ongelmien ratkaisuun.

## LÄHTEET

- Ahtola, J., Koivunen, L., Korpela, K., Kostianen, A., Syrjämaa, T. 2004. Matkailijan ihmeellinen maailma. Matkailun historia vanhalta ajalta omaan aikaamme. Helsinki: SKS - Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. E-kirja. Viitattu 15.11.2023. <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.
- García-Rosell, J. 2017. Vastuullinen Matkailu. Teoksessa. Edelheim, J., Ilola, H (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 229–234. Viitattu 16.11.2023 [https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63093/Matkailututkimuksen\\_avain%C3%A4sitteet\\_pdfA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63093/Matkailututkimuksen_avain%C3%A4sitteet_pdfA.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Jokivuori, P. & Hietala, R. 2014. Määrällisiä tarinoita – monimuuttujamenetelmien käyttö ja tulkinta. Docendo. E-kirja. Viitattu 12.11.2023. <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.
- Konu, H., Pesonen, J. & Reijonen, H. 2020. Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön. Tampere: Vastapaino. E-kirja. Viitattu 2.11.2023. <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.
- Nummenmaa, L., Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2019. Tilastollisen menetelmien perusteet. 1.–5. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy. E-kirja. Viitattu 2.11.2023. <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.
- Oppariapu 2023. Viitattu 2.11.2023. <https://oppiapu.wordpress.com/kirjallisten-lahteiden-analyysi/>
- Vuoristo, K., 2003. Matkailijan maailma. Matkailun historia vanhalta ajalta omaan aikaamme. Porvoo: Sanoma Pro Oy. E-kirja. Viitattu 13.11.2023. <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista toimintaan. 3.–4. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy. E-kirja. Viitattu 12.11.2023. <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.
- Pesonen, J. 2017. Matkailuliiketoiminnan digitalisaatio. Teoksessa. Edelheim, J., Ilola, H (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 177–182. Viitattu 16.11.2023 [https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63093/Matkailututkimuksen\\_avain%C3%A4sitteet\\_pdfA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63093/Matkailututkimuksen_avain%C3%A4sitteet_pdfA.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2023. Toimialaraportit. Viitattu 9.9.2023 [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164883/TEM\\_2023\\_3\\_T.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164883/TEM_2023_3_T.pdf)
- Virtanen, P., Stenvall, J., Rannisto, P., Tiedolla johtaminen julkishallinnossa. Tampere: Tampere University Press. E-kirja. Viitattu 14.11.2023. <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs



## LIITTEET

Liite 1. Kysymykset Guesthouse Borealiksen omistajalle

## Liite 1 (1). Kysymykset Guesthouse Borealiksen omistajalle

Haastattelu kysymykset Saira Lehtomaalle, Guesthouse Borealiksen johtajalle:

1. Kuinka pitkään tämä yritys on ollut toiminnassa?
2. Miten toiminta on muuttunut tai mukautunut vuosien varrella?
3. Entä miten toimintanne on muuttunut viimeisen 4 vuoden aikana, ottaen huomioon erityisesti koronapandemian aiheuttamat rajoitukset matkailussa?
4. Yrityksessä on käynyt kaiken kaikkiaan 64:stä eri maista vierailijoita, joista suurin osa on Euroopan maista ja toiseksi suurin on Aasian maista. Miten näet, onko koronan aikana uusien maiden määrä lisääntynyt, pysynyt sama tai vähentynyt tässä viimeisen 4 vuoden aikana?
5. Mitkä ovat mielestänne olleet ne maat, joista on saapunut eniten kävijöitä kokonaisuudessaan?
6. Entä viimeisen 4 vuoden aikana?
7. Viimeisen vuoden aikana, mitä me huomasimme tilastoista, 9 suurinta maata, joista vierailijoita on tullut: Saksa (246), Espanja (183), Ranska (171), Iso-Britannia (153), Italia (134), Kiina (91), Puola (75), Alankomaat (74) ja Belgia (71). Näistä isoista maista, Ranskasta saapuvat vierailijat yöpyvät usein pitempään, kuin muut. Herääkö tästä tiedosta mitään sanottavaa/kysyttävää?
8. Onko mitään muuta kysyttävää näin lopuksi?