



Elokuun matkailutieto: Mitä matkailijan euro kertoo Sodankylän aluetaloudesta?

1.8.2026

Mitä matkailutieto kertoo yrityksille?

Kun yritys suunnittelee tulevia sesonkeja, samat kysymykset nousevat esiin vuodesta toiseen: tuleeko asiakkaita, mitä he ostavat, kuinka kauan he viipyvät ja miten matkailijasta syntyvää myyntiä voidaan kasvattaa. Matkailun tiedolla johtaminen -hankkeen matkailijakyselyyn on saatu jo yli 800 vastausta. Tulokset osoittavat, että matkailijan euro jakautuu laajasti eri toimialoille ja että matkailulla on merkittävä vaikutus koko Sodankylän elinkeinoelämään.

Keskimääräinen matkailija viipty neljä vuorokautta

Keskimääräinen matkailija viipty alueella neljä vuorokautta ja käyttää noin 65 euroa päivässä. Tämä tarkoittaa noin 260 euron kokonaiskulutusta vierailun aikana. Eniten kuluttivat tapahtumien vuoksi alueelle saapuneet matkailijat. Heidän keskimääräinen kulutuksensa oli noin 102 euroa vuorokaudessa. Kyselyyn vastanneista 410 ilmoitti tapahtuman tärkeimmäksi matkustusmotiivikseen, mikä korostaa tapahtumien merkitystä matkailutulon synnyttäjänä.

Matkailu tuo alueelle yli 115 miljoonan euron vaikutukset

Visitoryn vuotta 2025 koskevan tutkimuksen mukaan matkailu toi Sodankylään:

- 88,7 miljoonaa euroa välitöntä matkailutuloa
- 115,6 miljoonaa euroa matkailun kokonaisvaikutuksia
- 403 henkilötyövuotta matkailun synnyttämää välitöntä työllisyyttä

Matkailun vaikutukset näkyvät majoitus- ja ravintola-alan lisäksi myös vähittäiskaupassa, liikennepalveluissa, ohjelmopalveluissa sekä kulttuuri- ja tapahtumatoiminnassa.

Luonto on tärkein matkustusmotiivi

Yli puolet kyselyyn vastanneista matkailijoista ilmoitti luonnon tärkeimmäksi syyksi matkustaa Sodankylän alueelle. Kansainvälisiä vastaajia oli noin 10 prosenttia. Vastauksia saatiin muun muassa Saksasta, Ranskasta, Ruotsista, Italiasta ja Tanskasta, mikä osoittaa Sodankylän kiinnostavan matkailijoita myös Suomen ulkopuolella. Tulokset osoittavat, että Sodankylä kiinnostaa myös kansainvälisiä matkailijoita erityisesti luonto- ja tapahtumakohteena. Majoitus, ruokailu, tapahtumat, ostokset ja liikkuminen muodostavat yhdessä matkailijan kokemuksen alueesta, jolloin joka toimijalla on merkitystä, millaisena alue koetaan. Luonto toimii alueen tärkeimpänä vetovoimatekijänä, mutta matkailutulo syntyy siitä, kuinka hyvin matkailija löytää ja käyttää alueen palveluita vierailunsa aikana.

Yritykset: yhteistyö kasvattaa matkailutuloa

Matkailija ei osta vain yhtä palvelua, vaan kokonaisen kokemuksen. Majoitus, ruokailu, ostokset, tapahtumat, kulttuuri ja ohjelmopalvelut vaikuttavat yhdessä siihen, millaiseksi matkailija kokee alueen. Esimerkiksi majoitusyritys voi rakentaa valmiita palvelukokonaisuuksia yhdessä ohjelmopalvelu-, kuljetus- tai ravintolayritysten kanssa.

Viipymän pidentäminen tuo lisää euroja alueelle: Jokainen lisävuorokausi lisää matkailijan kulutusta alueella. Elokuvajuhlien aikana matkailijoiden viipymä oli keskimääräistä pidempi, mikä osoittaa tapahtumien kyvyn kasvattaa matkailutuloa. Voisiko tapahtumien ympärille kehittää lisää oheispalveluita, jotka kannustavat matkailijaa viipymään alueella vielä päivän tai kaksi pidempään?

Palveluiden löydettävyyks vaikuttaa myyntiin: Moni matkailija suunnittelee matkansa hyvissä ajoin etukäteen ja tekee ostoksia jo ennen saapumistaan. Siksi palveluiden löydettävyyks verkossa, selkeät verkkosivut, helppo varattavuus ja valmiit palvelupaketit voivat vaikuttaa merkittävästi yrityksen myyntiin. Matkailutiedon avulla voidaan tunnistaa asiakkaiden tarpeita, kehittää palveluita ja löytää uusia kasvumahdollisuuksia.

Matkailun tiedolla johtaminen -hankkeen tavoitteena on auttaa yrityksiä ja aluekehittäjiä avaamaan matkailun merkitystä Sodankylälle sekä tunnistamaan uusia mahdollisuuksia matkailutulon kasvattamiseen. Elokuun matkailutieto perustuu Visitoryn Sodankylän matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia koskevaan tutkimukseen sekä hankkeessa kerättyihin 806 matkailijavastaukseen.