

MATKAILUN EDISTÄMISKESKUS

TILINPÄÄTÖS 2003

SISÄLLYSLUETTELO

1. TOIMINTAKATSAUS.....	3
1.1 JOHDANTO	4
1.2 TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....	5
1.3 OHJAUSTAPA	5
1.4 ORGANISAATIO JA HALLINTO	6
1.5 RAHOITUSRAKENNE	6
1.6 TYTÄR- JA OSAKKUUSYHTIÖT.....	7
1.7 INVESTOINNIT	9
1.8. HENKILÖSTÖRESURSSIT	9
2. TULOKSELLISUUDEN KUVAUS.....	10
2.1 TULOSSOPIMUKSEN TOTEUTUMINEN.....	11
2.1.1 Palvelu- ja toimintatavoitteet.....	11
2.1.2 Vaikuttavuustavoitteet	11
2.1.3 Tuottavuus- ja taloudellisuustavoitteet	12
2.2 MEKIN TOIMINNAN PAINOTTUMINEN 2003.....	15
2.3 TULOSTEN ARVIOINTI	16
2.3.1 Pohjoismainen vertailu	16
2.3.2 Matkailu Suomessa	17
2.4 PÄÄTUOTERYHMÄT.....	17
2.5 MUUT TUOTERYHMÄT	21
2.6 MARKKINOINNIN TUKITOIMINNOT.....	22
2.7 KANSAINVÄLINEN YHTEISTYÖ.....	28
3. TILINPÄÄTÖSLASKELMAT	29
3.1 TUOTTO- JA KULULASKELMA	30
3.2 TASE.....	31
3.3 TALOUSARVIOTILIEN TOTEUMA 2003.....	32
3.4 TALOUSARVION TOTEUTUMA.....	33
3.5. NETTOBUDJETOITU TOIMINTAMENOMOMENTTI	33
3.6 MAKSULLISEN PALVELUTOIMINNAN KUSTANNUSVASTAAVUUSLASKELMAN TOTEUTUMINEN.....	34
3.7 TILINPÄÄTÖSLIITTEET	35
3.8 TILINPÄÄTÖSLASKELMIEN TARKASTELU.....	56
4. SISÄINEN VALVONTA.....	57
5. ALLEKIRJOITUKSET	59
6. JOHTOKUNTA	61
7. ORGANISAATIOKAAVIOT.....	63

1. TOIMINTAKATSAUS

1.1 JOHDANTO

Maailmanlaajuinen kansainvälinen matkailu väheni vuonna 2003 noin 1,2%, mikä on poikkeuksellista; globaali matkailu on ollut pitkään jatkuneella kasvu-uralla. Eurooppaan suuntautuva matkailu kasvoi noin 0,4%. Tiedot perustuvat World Tourist Organizationin arvioon matkailun kehityksestä.

Vuoden 2003 ulkomailta Suomeen suuntautuva matkailu jäi kutakuinkin vuoden 2002 tasolle, mikä puolestaan oli kaikkien aikojen paras vuosi. Vallinneissa hankalissa olosuhteissa vuoden 2003 tulosta voidaan pitää vähintäänkin tyydyttävänä. Suurehkoista lähtömaista merkittävää kasvua saatiin Iso-Britanniasta, Hollannista, Italiasta, Ranskasta ja Sveitsistä.

Kuluneen vuoden aikana uudistettiin MEKin toimintastrategia vuosille 2004-2007 ja käynnistettiin MEKin kautta aikain suurin kampanja kesämatkailun kehittämiseksi, pilottimaina Saksa ja Hollanti. Kuluttajien reagointi kampanjaan Saksassa ylitti moninkertaisesti odotukset.

Shanghaihin perustettiin yhden henkilön toimisto. MEKillä on nyt Kiinassa kolme yhden hengen toimistoa, Shanghai lisäksi Pekingissä ja Hongkongissa. Kiinan potentiaalia pidetään hyvin merkittävänä. Haasteena on pidentää kiinalaismatkailijoiden oleskeluaikaa Suomessa. Tällä hetkellä monet kiinalaiset viipyvät Suomessa vain kaksi vuorokautta ja kiirehtivät sitten eteenpäin.

Loppuvuodesta toteutettiin sisäinen asiakastytyväisyystutkimus, jossa MEKin eri tiimit arvioivat toistensa palveluja. Tulokset olivat varsin kohtuullisia, kouluarvosanoin keskiarvona noin 8, eikä yksikään tiimi saanut todella huonoja arvioita. Tutkimuksen johdosta on pidetty tiimipalaverit, joissa on valittu kehittämiskohteet.

Laatutonna-prosessia jatkettiin tiiviissä yhteistyössä Suomen Matkailun Kehitys Oy:n, myöhemmin Haaga Instituutti säätiön kanssa. Mukana on tällä hetkellä noin 300 yritystä, ja määrä kasvaa tasaisesti. Tavoite on tuhat mukana olevaa yritystä. Myös MEK itse aloitti Laatutonnin vuonna 2002 tähtäimensä hakea julkisen sektorin Laatupalkintoa vuonna 2005 tai 2006. Laatutonna käynnistettiin ulkomaantoimistoissa vuonna 2003.

Laajahko Suomi-imagotutkimus seitsemällä päämarkkina-alueella eteni vuonna 2003 suunnitelmien mukaisesti. Tutkimus valmistuu keväällä 2004. Kaikki MEKin teettämät tutkimukset tulevat MEKin kotisivuille suomen- ja englanninkielisenä tiivistelmänä. Uuden tutkimuksen ilmestymisestä tiedotetaan Suomessa laajalla yli 2 000 osoitteen sähköpostitiedotteella.

Syksyllä 2003 käynnistettiin skenaarioprojekti, jossa on tarkoituksena löytää matkailun pitkän aikavälin kehitysskenaarioita ja niiden pohjalta luoda vaihtoehtoisia toimintamalleja.

Call Center -sopimus jouduttiin palvelun laadun olennaisen heikkenemisen vuoksi irtisanomaan syksyllä 2003. Toiminta hajautettiin omiin yksiköihin väliaikaisesti. Tarjouspyyntökierros käynnistettiin välittömästi ja uusi Call Center valitaan alkuvuonna 2004.

Tietotekniikkaan panostettiin edelleen ja käyttäjien roolia IT-suunnittelussa vahvistettiin. MEKin koti- ja ulkomaisilla nettisivuilla käy noin 100 000 kävijää kuukaudessa eli runsas miljoona kävijää vuodessa.

1.2 TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Vuonna 2003 kansainvälistä matkailua rasittivat Irakin sota, SARS-epidemia ja kansainvälisen talouden vaatimaton kehitys. Suomen kannalta lisäongelmiksi muodostuivat heikohko Ruotsin kruunun kurssi, mikä houkutteli matkailijoita etenkin Norjasta Ruotsiin, ja venäläisten matkustuskäyttäytymisen muutokset. Venäläiset matkustivat Manner-Euroopan maihin ja lisääntyvästi myös kotimaassaan, minkä ohella kulutusikäyttäytyminen siirtyi matkustuksesta muuhun kulutukseen kuten kodin kunnostukseen tai auton hankintaan. Lisäksi venäläisille epäedullinen euron kurssikehitys vähensi matkailua Venäjältä Suomeen.

Epävakaat olot voisivat antaa kilpailuetua turvallisille maille kuten Suomelle. Oleellista on kuitenkin myös maahan saapumisen ja maasta lähtemisen turvallisuus ja tässä on kyse paljon enemmän psykologiasta kuin tosiasiallisten riskien todennäköisyydestä. Uhkakuvat vähensivät matkailua ja matkoja tehtiin kotimaata lähellä oleviin kohteisiin.

Halpalentoyhtiöiden määrä kasvoi ulkomaan- ja kotimaanreiteillä. Huomattavan edulliset lippujen hinnat laajentavat asiakaspohjaa ihmisiin, jotka muutoin tuskin käyttäisivät lentokonetta. Suomi on kuitenkin niin pieni maa, että halpalentoyhtiöiden voi olla vaikea saada riittäviä käyttöasteita, jotta toiminta olisi kannattavaa. Lennot Tukholman ja Tampereen välillä jouduttiinkin lopettamaan.

Valuuttakurssivaihtelut olivat euron ansiosta kokonaisuutena katsoen vähämerkityksellisempiä kuin takavuosina. Silti mm. dollarin, jenin ja ruplankin kurssien heilahtelut euroon nähden vaikuttivat matkailuun Suomen kannalta kielteisesti. Erityisesti dollariin nähden kovasti vahvistunut euro nostaa Suomen hintatasoa matkustajille, jotka tulevat euro-alueen ulkopuolelta.

1.3 OHJAUSTAPA

Talousarvion sekä toiminta- ja taloussuunnitelman määrärahat (panokset) perustellaan ja johdetaan tulostavoitteista. Ne määritellään toimintastrategian tulostavoitteiden pohjalta varsinaisina Matkailun edistämiskeskuksen tavoitteina sekä seurattavina muina tärkeinä tavoitteina, jotka eivät kuitenkaan ole kuin osittain MEKin vaikutuspiirissä. Lisäksi käytetään erilaisia tehtäväkohtaisia mittareita toimintojen tulostavoitteita asetettaessa ja niiden toteutumista arvioitaessa. Periaatteena on kohdistaa toiminta tulos/panos-suhteessa siten, että paras mahdollinen tulos saavutetaan.

Valtion talousarviossa asetetaan kokonaistavoitteet ja myönnetään vastaavat MEKin resurssit. KTM:n ja MEKin välisissä tulosneuvotteluissa ja niiden tuloksena vuosittain tehtävissä tulossopimuksissa tarkennetaan tarvittaessa tulostavoitteita ja arvioidaan tulosten ja resurssien toteutumista suhteessa tavoitteisiin.

MEKin kokonaistavoitteet ja niitä vastaavat resurssit jaetaan yksiköille tulossopimuksissa. MEKin johdon ja tulosyksiköiden päälliköiden kesken pidettävissä tulosneuvotteluissa arvioidaan tulostavoitteita vastaavat resurssit sekä niiden toteutuminen tulossopimuksen pohjalta. Kehityskeskusteluissa vyörytetään toimintastrategiasta johdetut yksikkökohtaiset tavoitteet henkilökohtaisiksi tavoitteiksi ja arvioidaan niiden toteutuminen edellisen vuoden osalta.

1.4 ORGANISAATIO JA HALLINTO

MEKin organisaatiossa ja hallinnossa tapahtui vuoden 2003 aikana vain vähäisiä muutoksia. Vuoden 2001 marraskuun alusta keskusyksikössä käyttöön otetun uuden palkkausjärjestelmän sovellutuksen valmistelua ulkomaan toimistoihin jatkettiin. Myös siirtymistä tulospalkkiojärjestelmään valmisteltiin edelleen. Eräänä mahdollisuutena tulospalkkiojärjestelmän yhdeksi mittariksi toteutettiin yksikkökohtaisesti sisäinen asiakastytyväisyystutkimus. Tutkimuksen jälkeen kukin yksikkö on kokoontunut kartoittamaan mahdollisuuksiaan sisäisen asiakastytyväisyyden parantamiseksi. Suunnitelluista toimenpiteistä on lähetetty raportti ylijohdajalle.

Vuoden 2003 aikana on valmisteltu ja hyväksytty MEKin uusi toimintastrategia vuosille 2004-2007 tulee muuttamaan MEKin suunnittelun tuoteryhmäkohtaiseksi, jolloin kunkin päätuoteryhmän markkinointisuunnitelmat tehdään strategisella tasolla yhteinäisesti kaikille markkinoille ja niitä sopeutetaan operatiivisella tasolla kunkin päämarkkinan tarpeisiin. Markkina-alueittainen jako tapahtuu kunkin tuoteryhmän sisällä. Uusi budjetointiprosessi on valmisteluvaiheessa.

MEKin henkilöstöstrategia ja siihen liittyvä toimenpideohjelma hyväksyttiin kesäkuussa.

Vuoden 2003 aikana neljä henkilöä työskenteli määräaikaiseen sopimukseen perustuen matkailuyritysten palveluksessa.

Rekrytoinnissa on jatkettu pidättyvää linjaa. Avoimeksi tulleet tehtävät on pääsääntöisesti jaettu muulle henkilökunnalle.

Uusi kauppa- ja teollisuusministeriön asetus Matkailun edistämiskeskuksen palveluita perittävistä maksuista tuli voimaan 18.12.2003. Se supistaa maksulliseksi toiminnaksi aiemmin määriteltyjen toimintojen määrää olennaisesti vuoden 2004 alusta lukien.

1.5 RAHOITUSRAKENNE

	euro	%
Valtion talousarviorahoitus	16 066 000	72,1
Siirtomäärärahat 2002	2 749 058	12,3
Maksullisten palvelujen tulot	1 701 027	7,6
Kampanjatulot	1 776 648	8,0
Yhteensä	22 292 733	100,0
Ulkopuolinen rahoitus	euro	%
Maksullisten palvelujen tulot	1 701 027	20,3
Kampanjatulot	1 776 648	21,2
Hyvitykset ja alennukset*)	1 454 006	17,3
Laajennettu sidosryhmärahoitus**)	3 463 219	41,3
Yhteensä	8 394 900	100,0

*) Muu kuin rahassa maksettu sidosryhmän osallistuminen

***) Matkailun edistämiskampanjat, joihin MEK on osallistunut omalla panoksellaan (työ- ja/tai rahallinen panos). Kampanjoiden hallinnointi on hoidettu sidosryhmien toimesta.

1.6 TYTÄR- JA OSAKKUUSYHTIÖT

Vuonna 2003 Suomen valtio omisti MEKin hallinnoimana Nord Info GmbH -nimisen yhtiön Saksassa ja oli osakkaana yhteispohjoismaisessa Scandinavian Tourism Incorporated (STI) -yhtiössä (20 %) New Yorkissa.

Ruotsissa sijainneen Finnova AB:n toiminta lopetettiin osana call center -ratkaisua kokonaan vuonna 2002. Yhtiö on purettu vuoden 2003 aikana. Purkamisessa käytettiin ns. nopeutettua menettelyä, jossa ruotsalainen "likvidointiyhtiö" osti yhtiön osakkeen ja huolehti tarvittavista lopettamistoimista. MEKille tilitettiin likvidointimenettelyn jälkeen jääneet rahat, yhteensä 29 295 SEK.

NORD INFO GMBH NORDEUROPA MARKETING

Nord Info GmbH on MEKin 100 %:sesti omistama saksalainen tytäryhtiö, jonka kotipaikka on Frankfurt am Main. Yhtiö toimii omistajansa MEKin sekä asiakkaitensa, Suomen matkailuyritysten ja eurooppalaisten matkanjärjestäjien, työkaluna ja yhteistyökumppanina vientimarkkinoilla. Avainstrategiana on muodostaa toimivia ja menestyviä yhteistyöketoja matkanjärjestäjien ja suomalaisten matkailuyritysten välille.

Talous ja hallinto

Nord Info GmbH:n liikevaihto vuonna 2003 oli n. 950 000 euroa (arvio). Tulos oli lähes 22 000 euroa voitollinen ennen veroja. Liikevaihto väheni edellisvuodesta 17 %. Tuloista oli MEKin ostoja 42 % ja elinkeinon ostoja 58 %.

Yhtiöllä ei ole hallitusta. Ylintä päätösvaltaa käyttää yhtiökokous. Yhtiön toimitusjohtajana toimii FM Heleena Luusua.

Henkilöstö

Vuoden 2003 lopussa Nord Infossa oli toimitusjohtajan lisäksi viisi työntekijää. Työntekijöistä oli vakituisessa työsuhteessa neljä henkilöä ja määräaikaissäessä työsuhteessa yksi henkilö.

Keskeiset toiminta-alueet

Yhtiön avainbusiness-alueita ovat informaatiopalvelu ja markkinointikonsultointi. Informaatiopalveluun kuuluvat NordMail, e-newsletter sekä www.nordinfo.net. Markkinointikonsultointiin kuuluvat erilaiset räätälöidyt projektit sekä koulutuspalvelut elinkeinon kanssa.

1. NordMail palvelu

NordMail palvelun liikevaihto oli n.720 000 euroa sisältäen rahti- ja erillislähettykset. NordMail tulot vähenivät 14 % edellisvuodesta. NordMailin kautta lähetettiin yhteensä 460 000 esitettä loppukuluttajille, matkatoimistoille, matkanjärjestäjille ja messuille.

2. Sähköiset informaatiopalvelut

Vuoden 2003 alusta käynnistettiin e-newsletter-palvelu, jossa Suomen matkailuyritykset saavat informoida uutuuksistaan ja tarjouksistaan Skandinaviasta kiinnostuneille asiakkaille Saksassa ja Benelux-maissa.

Lokakuussa avattiin sähköinen markkinointikanava www.nordinfo.net, joka tarjoaa yrityksille mahdollisuuden nopeatempoiseen ja joustavaan sähköiseen markkinointiin saksankielisillä alueilla. Palvelun asiakkaina oli 9 suomalaista ja yksi saksalainen yritys. Liikevaihtoa kertyi 11 136,65 euroa.

Huhtikuussa käynnistettiin matkatoimistojen online-koulutus yhteistyössä Deutsches Touristik Institutin kanssa. Koulutukseen osallistui 1 600 matkatoimistoa ja 6 000 osallistujaa.

3. Räätelöidyt markkinointikonseptit

Nord Info toteutti 16 elinkeinon tilaamaa markkinointiprojektia 18 asiakkaalle. Projektien liikevaihto oli yhteensä n. 208 000 euroa. Kasvua oli 56 % edellisvuodesta asetetun tavoitteen mukaisesti.

4. Koulutus- ja tutkimusprojektit

Koulutus- ja tutkimuspalvelut käynnistyivät vasta vuoden 2003 lokakuun lopulla. Liikevaihtoa kertyi n. 5000 euroa.

SCANDINAVIAN TOURISM INC.

New Yorkissa toimivasta yhteispohjoismaisesta yhtiöstä Scandinavian Tourism Incorporated (STI) Suomen valtio omistaa 20 %.

Vuonna 2003 yhtiön liikevaihto oli 476 457 euroa, tase 475 890 euroa ja tulos 567 euroa. MEKin ostot olivat 93 005 euroa, joista varsinaiset STI:n operatiiviset kulut olivat 61 560 euroa. Henkilöstön lukumäärä oli 3,5.

Yhtiö toimii Skandinavian matkailutoimistojen palveluyksikkönä USAssa. STI:n call center keskittyi kuluttajien, matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien asiakaspalveluun ja esitemateriaalin postitukseen New Jersey'n osavaltiossa sijaitsevan postitustalon kautta. Yhtiöllä on oma web-sivu, josta on linkit matkailutoimistojen kotisivuille. Lisäksi se ylläpitää tiedostoa matkatoimistoista ja kuluttajista sekä toimittaa matkailutoimistoille kuukausittain tilastot saaduista kuluttaja- ja elinkeinokyselyistä.

STI koordinoi "Scandinavian Agents" -käsikirjan postituksen matkatoimistoille. Lisäksi sen kautta järjestettiin USAssa toimivien yhteistyökumppanien esitepostituksia.

STI koordinoi myös Skandinavia-osuuden osana European Travel Commissionin TV-mainoskampanjaa amerikkalaisella CBS tv-kanavalla. 250 kertaa esitetyt viiden sekunnin mainokset tavoittivat arviolta 20 miljoonaa katsojaa.

STI:n kautta koordinoitiin myös "PhoCusWright" tutkimus amerikkalaisten matkustustottumuksista Skandinaaviaan.

1.7 INVESTOINNIT

Vuosi	2003		2002	
	€	%	€	%
Atk-laitteet	40 843	10,0	96 014	19,0
Atk-ohjelmistot (itse kehitetyt)	111 715	26,0	344 349	70,0
Atk-ohjelmistot (ostetut)	230 000	54,0	18 743	4,0
Kalusteet	18 012	4,0	11 609	2,0
Muut koneet ja kalusto	24 861	6,0	22 855	5,0
Yhteensä	425 431	100,0	493 570	100,0

1.8. HENKILÖSTÖRESURSSIT

Henkilötyövuodet ja henkilöstön määrä

	2003		2002	
	HTV:t	Hlö määrä	HTV:t	Hlö määrä
Vakinaiset	87	91	90	90
Määräaikaiset	12	20	3	11
Harjoittelijat	7	25	5	12
Yhteensä	105	136	99	113

Maksullisen toiminnan osuus henkilötyövuosista vuonna 2003 oli 2,3 ja vuonna 2002 2,5.

Sukupuolijakautuma	2003		2002	
	lkm	%	lkm	%
Naiset	113	83	92	81
Miehet	23	17	21	19
Yhteensä	136	100	113	100

Ikäjakautuma	2003		2002	
	Keski-ikä		Keski-ikä	
Helsinki	43		41	
Toimistot	37		40	
Koko henkilökunta	40		41	

Koulutusrakenne	2003			2002		
	lkm			lkm		
Koulutusaste	Miehet	Naiset	Yhteensä	Miehet	Naiset	Yhteensä
Yleissivistävä	4	24	28	8	43	51
Keskiaste	7	43	50	2	10	12
Alin korkea-aste	2	23	25	2	21	23
Al. Korkea.k.aste	5	13	18	3	6	9
Yl. Korkea.k.aste	4	11	15	5	13	18
Yhteensä	22	114	136	20	93	113

2. TULOKSELLISUUDEN KUVAUS

2.1 TULOSSOPIMUKSEN TOTEUTUMINEN

Kauppa- ja teollisuusministeriön ja Matkailun edistämiskeskuksen välisen tulossopimuksen toteutuminen

2.1.1 Palvelu- ja toimintatavoitteet

Matkailuelinkeinon panostusosuuden MEKin toiminnoissa tavoitteeksi asetettiin ulkopuolinen rahoitus maksulliset palvelut mukaan lukien 9,2 milj. euroa.

Elinkeinorahoituksen kehitys (milj. €):

2003 toteutunut	2003 tavoite	2002	2001
8,4	9,2	8,0	8,0

Toteutuminen

Elinkeinorahoitusta alensi edelleen jatkunut taloudellinen taantuma, joka vähensi matkailuelinkeinon osallistumismahdollisuuksia MEKin kampanjoihin ja erityisesti messuihin, näyttelyihin ja workshoppeihin.

Asiakastyytyväisyys

Tavoitteena on asiakastyytyväisyyden pysyminen korkealla tasolla. Vuonna 2002 toteutui 8,1. Mittausta ei suoritettu vuonna 2003. Asiakastyytyväisyysmittaus tehdään joka toinen vuosi. Seuraava mittaus tehdään vuonna 2004.

Mediajulkisuuden arvo

Tulossopimuksessa tavoitteeksi vuodelle 2003 asetettiin yli 33 milj. euroa. Mittaamisen luotettavuudessa todettujen kattavuusongelmien ja niistä johtuvien mitaustulosten yhteensovittamisen vaikeuden vuoksi KTM:n ja MEKin välillä on sovittu, että mediajulkisuuden arvoa ei enää käytetä mittarina.

Laatutonni

Laatutonniassa oli vuonna 2002 mukana noin 200 yritystä. Vuoden 2003 osalta tavoite 300 yritystä saavutettiin ja määrä on tasaisessa kasvussa.

2.1.2 Vaikuttavuustavoitteet

Matkailun kokonaiskehitystä kuvaavat tavoitteet, joihin MEKin toimenpiteillä on vain osittainen vaikutus:

Yöpymisvuorokausitavoite 2003 ja toteutuma 2001-2003:

(1000 vrk)	2003 toteutunut	2003 tavoite	2002	2001
	4 250	4 386	4 290	4 183

Ero tavoitteen ja toteutuman välillä ulkomaisten yöpymisten osalta johtuu ennen kaikkea Venäjältä Suomeen suuntautuvan matkailun suuresta vähentymisestä euron kalliin kurssin johdosta. Merkittävää vähentymistä tapahtui myös norjalaisten ja yhdysvaltalaisien yöpymisissä. Koko vuotta leimasi epävarmuus heikon talouskehityksen,

Irakin sodan ja SARS-epidemian johdosta. Toteutunut 0,3 prosentin yöpymisten vähentyminen vastaa yleiseurooppalaista keskimääräisistä kehitystä vuonna 2003.

Suomeen saapuneet ulkomaalaiset henkilöt (1000 henkilöä)

	2003 toteutunut	2003 tavoite	2002 toteutunut	2002 tavoite
- (1000 henkilöä)		4 200	4 687	4040

Vuoden 2003 toteutumalukua ei ole vielä tilinpäätöshetkellä saatavissa. Vuoden 2002 toteutuman suuruuden selittää Venäjältä saapuvat päiväkävijät, joiden määrän ennakoidaan laskeneen vuonna 2003.

Matkailun valuuttatulotavoite 2003 ja valuuttatulokehitys 2001-2003

(ilman lipputuloloja):

(milj. €)	2003 toteutunut	2003 tavoite	2002	2001
- tulot yhteensä	1 679	1 700	1 664	1 609

Suurin yksittäinen tekijä siihen, että valuuttatulotavoitetta ei saavutettu on Venäjältä Suomeen suuntautuvan matkailun ja erityisesti ostosmatkailun tyrehtyminen euron korkean kurssin johdosta ja venäläisten lomamatkustuksen suuntautumisesta kotimaahan.

Markkinaosuus Pohjoismaihin suuntautuvasta matkailusta (%):

2003 toteutunut	2003 tavoite	2002	2001
14,0	14,5	14,1	14,0

Toteutuminen

Suomen markkinaosuus ulkomaisista yöpymisistä ei kasvanut koska yöpymiset Suomessa vähenivät samalla kuin Tanskassa yöpymiset lisääntyivät noin kolmella prosentilla.

2.1.3 Tuottavuus- ja taloudellisuustavoitteet

Tuottavuutta parannetaan toiminnan keskittämällä strategisiin painopistealueisiin, joiksi on valittu kaupunkilomat, kierto- ja kulttuurimatkailu, perhematkailu, talvituotteet sekä kannuste- ja kokousmatkailu. Keskeisimmät kohdemaat ovat Ruotsi, Saksa, Iso-Britannia ja Venäjä. Näiden lisäksi tärkeitä kohdemaita ovat Alankomaat, Italia ja Ranska.

MEKin ja elinkeinon yhdessä tekemien markkinointitoimenpiteiden tulos-/panossuhde on yli 10.

Toteutuminen

KTM:n ja MEKin välisessä tulossopimuksessa esitetty **markkinointitoimenpiteiden tulos-/panossuhdetavoitteen (yli 10) toteutuminen** voidaan arvioida koko vuoden 2003 osalta tämän vuoden keväällä/kesällä, jolloin Tilastokeskukselta saadaan raja-haastattelututkimuksen*) koko vuosijaksoa koskevat tulostiedot. Tällä hetkellä on käytävissä kesäkautta (kesä – syyskuu 2003) ja talvikautta (1.11.2002 – 30.4.2003) koskevat tiedot, joiden osalta tulos-/panossuhde esitetään taulukossa 2.

Strategisten painopistealueiden toteutuminen keskeisimpien kohdemaiden ja kaikkien kohdemaiden osalta ilmenee seuraavasta taulukosta. Taulukko sisältää bruttomenot ja palkkausmenot sekä keskusyksikön tuotemarkkinointi-, yleismarkkinointi-, hallinto- ja tukipalvelumenojen kohdistamisen niiden ja päätuoteryhmien prosentiosuuksien suhteessa.

Palkkausmenot on laskettu työajanseuranataohjelman strategisten painopistealueiden (päätuoteryhmät) tuntijakautumien mukaisesti kohdemaittain.

Taulukosta ilmenee myös vastaavalla tavalla lasketut kaikkien kohdemaiden strategisten painopistealueiden kustannukset ja prosenttiosuudet yhteensä sekä keskeisimpien kohdemaiden kustannusten %-osuus kaikkien kohdemaiden kustannuksista ja strategisten painopistealueiden työajan painottuminen (%) kaikkien kohdemaiden osalta.

Taulukko 1. Strategisten painopistealueiden toteutuminen keskeisten kohdemaiden ja kaikkien kohdemaiden osalta (1000 € ja %-osuudet):

Kohdemaat (1000 € / %)	Kaupunkilomat	Kierto- ja kulttuuri-matkailu	Perhematkailu	Talvituotteet	Kannuste- ja kokousmatkailu	Yhteensä
Ruotsi	6	384	855	-	516	1 761
Saksa	46	1 008	34	675	266	2 029
Iso-Britannia	455	76	-	375	171	1 077
Venäjä	147	27	476	553	6	1 209
Keskeisimmät kohdemaat yhteensä	654	1 495	1 365	1 603	959	6 076
Kaikki kohdemaat yhteensä	1 124	4 795	3 117	5 754	2 519	17 308
Strategisten painopistealueiden (päätuoteryhmät) %-osuus niiden kokonaissummasta	6,5 %	27,8 %	17,9 %	33,3 %	14,5 %	100,0 %
Keskeisimpien kohdemaiden %-osuus kaikista kohdemaista	58,2 %	31,2 %	43,8 %	27,9 %	38,1 %	35,1 %
Strategisten painopistealueiden työajan painottuminen (%) kaikkien kohdemaiden osalta	12,6 %	23,8 %	7,2 %	26,3 %	14,5 %	100,0 %

Seuraavasta taulukosta ilmenee **talvi- ja kesäkausina markkinoinnilla aikaansaadun matkailutulon ja panostusten suhde (tulos/panos -kerroin)** keskeisten kohdemaiden ja kaikkien kohdemaiden osalta.

Talven panostukset on saatu yllä olevan taulukon talvituotteista ja kesän panostuksiin on laskettu kesätuotteiden panostusten lisäksi kierto- ja kulttuurimatkailun panostukset (yllä olevasta taulukosta), koska tämän päätuoteryhmän markkinointi kohdistuu keskeisesti kesään. Taulukosta ilmenee myös työajan painottuminen (%) talvituotteisiin sekä kesätuotteisiin ja kierto- ja kulttuurimatkailuun kaikkien kohdemaiden osalta.

Markkinoinnilla yhteistyössä elinkeinon kanssa aikaansaatu matkailutulo on saatu Tilastokeskuksen tekemän Rajahaastattelututkimuksen ennakkotiedoista*).

Taulukko 2. Markkinoinnilla talvi- ja kesäkaudelta aikaansaadun matkailutulon ja panostusten suhde (tulos-/panos-kerroin) keskeisten kohdemaiden ja kaikkien kohdemaiden osalta (1000 €):

Kohdemaat (1000 €)	Markkinoinnilla aikaansaa- tu matkailu- tulo talven osalta	Panostus talvituottei- siin	Tulos- /panos- kerroin tal- ven osalta	Markki- noinnilla aikaansaa- tu matkailu- tulo kesän osalta	Panostus kesätuot- teisiin sekä kierto- ja kulttuuri- matkailuun	Tulos- /panos- kerroin ke- sän osalta
Keskeiset kohdemaat yhteensä	10 700	1 603	6,7	18 400	2 365	7,8
Kaikki koh- demaat yh- teensä	17 600	5 754	3,1	56 800	6 157	9,2
Työajan painottu- minen (%) kaikkien kohdemai- den osalta		26,3 %			39,5 %	

*) Rajahaastattelututkimus on tilastokeskuksen vuosittain tekemä laaja otantaan pe- rustuva haastattelututkimustutkimus Suomen raja-asemilla (keskeiset satamat, lento- kentät ja rajanylityspaikat). Tutkimuksessa haastatellaan Suomesta poistuvia ulko- maalaisia matkailijoita (n. 40 000 ulkomaalaista vuodessa) kaikkina vuodenaikoina. Tutkimuksessa kysytään mm. matkailijoiden sosiodemograafisten tietojen lisäksi hei- dän kokemuksiin Suomesta matkailumaana sekä heidän rahankäyttöään matkan aikana.

Yllä olevan taulukon tulos-/panoskertoimet eivät ole täysin vertailukelpoiset tavoit- teeksi koko vuodelle 2003 asetettuun tulos-panossuhteeseen (yli 10), koska tavoite on asetettu lähinnä operatiivisten menojen (keskusyksikön hallintomenot eivät sisälly) suhteessa kaikkien tuoteryhmien tulokseen. Vertailukelpoiset laskelmat saadaan siis keväällä/kesällä, kun Tilastokeskuksen tulosluvut ovat kokonaisuutena käytettävissä.

Toimintastrategia

Toimintastrategia uudistettiin vuosille 2004-2007 ja hyväksyttiin johtokunnassa 15.9.2003.

Maksullinen toiminta

Laskelma sivulla 32.

2.2 MEKIN TOIMINNAN PAINOTTUMINEN 2003

Tulosalueiden toteutuminen

	2003 %	2002 %	2001 %
TUOTEMARKKINOINTI	28	27	25
YLEISMARKKINOINTI	20	18	21
TUKIPALVELUT	7	8	8
HALLINTO	45	47	46
YHTEENSÄ	100	100	100

Toimenpidemixin toteutuminen

	2003 %	2002 %	2001 %
MYYNNINEDISTÄMINEN	29	14	15
JULKISUUSTYÖ	6	6	6
KULUTTAJAMARKKINOINTI	18	23	21
TUKITOIMINTA	6	7	9
HALLINTO	41	50	49
YHTEENSÄ	100	100	100

MEKin henkilöresurssien toteutuminen toimenpidemixeittäin työajanseuranassa (tiedot saatavissa alkaen 2003)

	2003 %
MYYNNINEDISTÄMINEN	20
JULKISUUSTYÖ	10
KULUTTAJAMARKKINOINTI	21
TUKITOIMINTA	18
HALLINTO	31
YHTEENSÄ	100

Määrärahojen käyttö markkina-alueittain (1000 euroa)

MARKKINA-ALUE	2003	2002	2001
MA 1 KOTIMAA (INFOPISTE)	250	265	311
MA 2 SKANDINAVIA	1664	1513	1838
MA 3 EUROOPPA	5533	5112	4986
MA 5 AMERIKKA	663	1094	908
MA 6 JAPANI	795	606	698
MA 7 VENÄJÄ	900	841	731
MA 8 MUUT MAAT	253	154	210
MA 9 KESKUSYKSIKKÖ	6137	5494	6271
YHTEENSÄ	16195	15079	15953

Muut tuoteryhmät ja markkinoinnin tukipalvelut

Informaatioteknologiaan, erityisesti Internetin hyödyntämiseen markkinoinnin välineenä, panostettiin toimintasuunnitelman mukaisesti.

(1000 €)

2003 toteutunut	2003 tavoite	2002	2001
220	152	125	118

2003 toteuma luku sisältää myös markkinoinnin www-sivujen toimenpiteitä.

Markkinoinnin tukipalveluista tarkemmin alkaen sivulta 23 ja muista tuoteryhmistä sivuilla 22-23.

2.3 TULOSTEN ARVIOINTI

2.3.1 Pohjoismainen vertailu

Tanska on selvä ykkönen kasvulukujen suhteen Pohjoismaissa, sillä rekisteröidyt ulkomaiset yöpymiset Tanskassa (pl. mökkiyöpymiset) kasvoivat noin kolmella prosentilla. Kasvu selittyy melkein yksinomaan leirintämatkailun suosion kasvulla. Ulkomaiset leirintäyöpymiset kasvoivat noin 300 000 Tanskassa viime vuonna. Pohjoismaiden selvä häviö oli Norja, jossa yöpymiset vähenivät noin viidellä prosentilla. Ulkomaiset rekisteröidyt yöpymiset ovatkin vähentyneet Norjassa yhtäjaksoisesti vuodesta 1999 alkaen ja vuoden 1998 tasoon verrattuna ollaan nyt miljoona yöpymistä alemmalla tasolla. Sekä Suomessa että Ruotsissa ulkomaiset yöpymiset ovat v. 2003 alustavien lukujen mukaan vähentyneet 0,3 prosentilla. Yhteensä ulkomaiset yöpymiset vähentyivät puolella prosentilla, mikä vastaa hyvin Euroopan yleistä tasoa viime vuonna. Suomen markkinaosuus ulkomaisista yöpymisistä Pohjoismaissa väheni 0,1 prosenttiyksiköllä, mikä johtui Tanskan hyvistä kasvuluvuista.

Pohjoismaiden kannalta tärkeimmän markkina-alueen Saksan yöpymiset ovat kasvaneet kaikissa Pohjoismaissa Norjaa lukuun ottamatta. Yhteensä saksalaisten yöpymiset kasvoivat Pohjoismaissa lähes neljällä prosentilla, mikä merkitsi, että koko Pohjoismaiden osalta vuonna 1996 alkanut yöpymisten vähentyminen loppui. Vuoden 1995 tasosta ollaan kuitenkin edelleen yli 20 prosenttia jäljessä. Suomessa saksalaisten yöpymiset kasvoivat 2,4 prosentilla.

Toinen markkina-alue, josta yöpymiset ovat kasvaneet kaikissa Pohjoismaissa erittäin hyvin luvuin, on Alankomaat. Kasvua on yhteensä 9,5 prosenttia ja parhaimmat kasvuluvat on Tanskassa, missä hollantilaisten yöpymiset kasvoivat yli 16 prosentilla. Sekä Norjassa, Ruotsissa ja Suomessa hollantilaisten yöpymiset kasvoivat reilulla kuudella prosentilla.

Englantilaisten yöpymiset Pohjoismaissa sen sijaan vähenivät ensimmäisen kerran sitten vuoden 1995. Ainoa maa, jossa englantilaisten yöpymiset kasvoivat, oli Suomi, jossa kasvua oli peräti yli 8 prosenttia. Hyvien kasvulukujen ansiosta Suomen markkinaosuus brittiläisten yöpymisistä kasvoi kahdella prosenttiyksiköllä melkein kahteenkymmeneen prosenttiin.

Ranskalaisten yöpymiset Pohjoismaissa kasvoivat vain puolella prosentilla. Suomella oli ylivoimaisesti parhaimmat kasvuluvat yli 14 prosentin kasvullaan. Suomen lisäksi

ranskalaisten yöpymiset kasvoivat vain Tanskassa. Ranskan osalta Suomen markkinaosuus kasvoi vajaalla kolmella prosentilla 23,5 prosenttiin.

Italialaisten yöpymiset kasvoivat Pohjoismaissa vajaalla kolmella prosentilla. Norjalla oli yli yhdeksän prosentin kasvu ja Suomella yli kahdeksan prosentin kasvu. Myös Italian suhteen Suomeen markkinaosuus kehittyi suotuisasti vuonna 2003ollen 22,6 prosenttia.

Sveitsiläisten yöpymisten suhteen luvut jakaantuivat kovin epätasaisesti eri maissa. Suomella oli 20 prosentin kasvu, kun muilla Pohjoismailla yöpymiset vähenivät vajaasta kahdeksasta seitsemääntoista prosenttiin. Hyvän tuloksen ansiosta Suomen markkinaosuus sveitsiläisten yöpymisistä kasvoi runsaalla kuudella prosenttiyksiköllä 28,4 prosenttiin.

Yhdysvaltalaisten ja japanilaisten yöpymiset vähenivät Pohjoismaissa yhteensä yli seitsemällä (USA) ja vajaalla 14 prosentilla (Japani). Tanskassa amerikkalaisten yöpymiset lisääntyivät kuitenkin noin prosentilla. Kun japanilaisten yöpymiset Norjassa ja Ruotsissa vähenivät yli 20 prosentilla, mutta Suomessa vain noin neljällä prosentilla, merkitsee tämä, että Suomella on japanilaisten osalta Pohjoismaiden suurimmat yöpymisluvut ja markkinaosuus. Vuonna 2003 osuus oli 29,1 prosenttia.

2.3.2 Matkailu Suomessa

Vuonna 2003 ulkomaiset yöpymiset vähenivät Suomessa 0,3 prosenttia. Kotimaisten matkailijoiden yöpymiset vähenivät 1,3 prosenttia ja kokonaisuudessaan majoitusliikkeiden yöpymiset vähenivät yhdellä prosentilla.

Ulkomaisten yöpymisten vähentymiseen vaikutti ennen kaikkea venäläisten yöpymisten vähentyminen 64 000 yöpymisvuorokaudella. Venäläisten osalta tärkein taustatekijä on euron korkea kurssi suhteessa Yhdysvaltain dollariin. Tämän lisäksi Norjan yöpymisvuorokaudet vähenivät noin 21 000:lla , yhdysvaltalaisten 13 000:lla ja virolaisten 11 000:lla. Naapurimaiden ja kaukomarkkinoiden menetykset voitiin korvata pitkälti EU-maiden ja Sveitsin hyvillä kasvuluvuilla. Brittiläisten yöpymiset kasvoivat yli 30 000 (8,4 %), ranskalaisten 24 000 (+14,4 %), sveitsiläisten melkein 20 000 (20,8 %), hollantilaisten 13 000 (6,6), saksalaisten yli 12 000 (2,4 %) ja italialaisten melkein 12 000 (8,4).

EU-maiden merkitys Suomeen suuntautuvassa matkailussa on jatkuvasti kasvanut. Vuonna 1996 EU-maiden osuus ulkomaisista yöpymisvuorokausista oli 55,8 prosenttia, vuonna 2003 osuus oli 57,3 prosenttia.

2.4 PÄÄTUOTERYHMÄT

Talvituotteet - Lumilomailu

Vuonna 2002 valmistuneen talvimatkailustrategian toteuttaminen aloitettiin 2003. MEKin ja elinkeinon edustajista koostuva Winter Management -työryhmä hyväksyi markkinointiviestintästrategian, jossa tuoteteemojen (talviurheilu, talviseikkailu, joulu ja erityistapahtumat) markkinakohtaiset painotukset eri kuluttajaryhmiin ovat keskeisessä osassa. Talven uutta viestinnällistä ilmettä ryhdyttiin luomaan näiden tuoteteemojen ympärille.

Talven markkinointi alkoi Snow Ball -workshopilla Matka-messujen yhteydessä tammikuussa. Tapahtumaan osallistui lähes 170 ulkomaalaista matkanjärjestäjää ja 78

suomalaista myyjäyrittäjästä. Yhteensä noin kuutisisensataa lehdistön ja jakeluportaan edustajaa tutustui Suomen talven markkinointiin vuoden 2003 aikana.

Snow White Finland -kampanjointia jatkettiin ottaen jo osittain huomioon uuden strategian mukaiset painotukset sekä kuluttaja- että tuotesegmenteissä. Kampanjointiin osallistui 21 suomalaista partneria. Ammattilaisille tuotettiin englanninkielinen Snow How -manuaali, jota painatettiin 6 000 kpl. Talven heräte-esitteitä tuotettiin seitsemällä kielellä 95 000 kappaletta ja kuluttajaesitteitä 170 000 kpl. Lisäksi julkaistiin Snow White Christmas -jouluesite viidellä eri kielellä painosmäärän ollessa yhteensä 184 000. Talven ja joulun Internet-sivuja uudistettiin ja kielivalikoimaa lisättiin. Vuonna 2003 talvisivuilla oli 32 652 kävijää ja joulusivuilla 24 788. Median ja jakeluportaan käyttöön tuotettiin CD-rom talven markkinoinnin visuaalisista elementeistä.

Sveitsissä, Italiassa, Hollannissa ja Ranskassa panostettiin yhdessä Finnairin, matkanjärjestäjien ja eräiden alueiden kanssa Finnairin talvikauden suorien lentojen markkinointiin. Venäjällä tehostettiin joulun ja uuden vuoden markkinointiviestintää tavoitteena säilyttää Suomen nykyinen markkina-asema. Saksassa keskityttiin yhdessä matkanjärjestäjien ja suomalaisten partnereiden kanssa suoramarkkinointiin. Iso-Britanniassa joulun ajan matkailuun panostettiin median kautta ja talvilomien myyntiä vauhditettiin tukemalla matkanjärjestäjiä.

Kaikille markkinoille tuotettiin myynnin tueksi matkatoimistoja varten joulupukki-ilmeistä somistusmateriaalia sekä talvijulisteita.

Snow How Academy suomalaisille partnereille järjestettiin Rovaniemellä ja Hämeenlinnassa. Akatemian teemana oli tuotekehittäminen ja osallistujamäärä yhteensä 60. Partnereita informoitiin lähettämällä heille sähköpostitiedote kuusi kertaa. Winter Management -työryhmä kokoontui neljä kertaa.

Trade Follow Up -seurantasysteemi sai jatkoa. Siinä verrattiin Suomen talvituotteiden näkyvyyttä matkanjärjestäjien ohjelmissa todellisiin kävijä- ja yöpymismääriin kohteissa.

Talvikaudella 1.11.2002 - 30.4.2003 kertyi ulkomaalaisten rekisteröityjä yöpymisiä Suomessa 1 605 449 (-1 %), joista vapaa-ajan yöpymisiä 928 657 (+40 089 vrk, +4,5 %).

Kaikkien rekisteröityjen yöpymisten osalta merkittävin vähentävä tekijä on venäläisten yöpymisten väheneminen yli 50 000 vuorokaudella. Kaikilta muilta talven päämarkkinoilta kertyi kasvua: Ranskasta noin 17 000 yötä, Iso-Britanniasta yli 12 000 yötä, Saksasta 10 000, Alankomaista 5 000, Italiasta 4 000 ja Japanista 3 000.

Matkailutuloja talvikaudella kertyi € 496 miljoonaa, joista € 182 miljoonaa vapaa-ajan segmentistä.

Joulukuussa 2002 rekisteröityjä yöpymisiä ulkomailta kertyi 304 944, vähennystä noin 3 000 vuorokautta edellisen vuoden joulukuuhun verrattuna. Kansallisuuksittain yöpymiset jakautuivat seuraavasti: Iso-Britannia 71 505 (+16,8 %), Venäjä 61 785 (-16,4 %), Saksa 21 654 (+7 %), Ruotsi 18 271 (-10,8 %), Ranska 13 336 (+31,6 %), Japani 12 584 (+11,8 %), Italia 11 786 (+25 %).

Tammikuun yöpymiset vuonna 2003 vähenivät yli 12 000 vuorokaudella ollen yhteensä 321 313. Syynä oli venäläisten uuden vuoden matkailijoiden yöpymisten väheneminen.

Perhematkailutuotteet

Perhematkailun osalta jatkettiin kesän Family Finland -yhteismarkkinointi-kampanjointia lähimarkkinoilla Ruotsissa, Norjassa, Venäjällä ja Baltian maissa 20 partnerin kanssa. Kampanjointiin osallistui yhteensä viitisenkymmentä yritystä. Pääviestintäkeinot olivat tv- ja lehtimainonta sekä suoramarkkinointi. Partneriyhteyksien ylläpitoon luotiin extranet palvelu Family Finland -keskustelufoorumi.

Family Finland -esite julkaistiin kaikilla lähimarkkinoiden kielillä sekä englanniksi. Esitteen yhteispainos oli 560 000 kpl. Partnerikohteille tuotettiin Family Finland -esitejakelutelineet sekä luotiin yhteiset symbolit kohdeopasteisiin. Nettisivuja uudistettiin ja niihin tutustui yhteensä 38 287 kuluttajaa. Media ja Family Finland talvituotteita markkinointiin Snow White Finland -kampanjoinnin yhteydessä tuottamalla erillinen liite Venäjän ja Viron talviesitteiden väliin. Liitteen painosmäärä oli 75 000 kpl ja siihen osallistui 7 yritystä.

Tuotekehityksen tueksi selvitettiin kuluttajien mielipiteitä ja Family Finland tuotemielikuvaa esitteessä ja nettisivuilla. Marraskuussa järjestettiin yhdessä Silja Linen kanssa tuotepakointipäivä. Mukana olivat Silja Linen edustajat Ruotsista ja Virosta sekä venäläisiä matkanjärjestäjiä. Tapahtumaan osallistui yhteensä viitisenkymmentä myyjää ja ostajaa. Kesällä 2003 perhematkailijoiden yöpymisiä lähimarkkinoilta kertyi 1 309 600 (v. 2002 kesällä 1 190 500), muista maista 867 000 (v. 2002 kesällä 756 800).

Kesällä 2003 lähimarkkinoiden perhematkailijoiden keskimääräinen viipymä Suomessa oli 4 vrk (v. 2002 kesällä 3,8 vrk).

Perhematkailu talvella Suomeen on suurimmaksi osaksi venäläisten joulun ja uuden vuoden matkailua. Myös britit matkustavat lasten kanssa joulun aikana Lappiin. Virolaiset käyttävät talvella huomattavassa määrin Etelä-Suomen kylpylä- ja laskettelu-keskuspalveluita. Talvella 2002-2003 perhematkailijoiden yöpymisiä lähimarkkinoilta kertyi 357 600 (2001-2002 talvella 536 300), muista maista 336 700 (2001-2002 talvella 236 400).

Talvella 2002-2003 lähimarkkinoiden perhematkailijoiden keskimääräinen viipymä Suomessa oli 1,7 vrk (talvella 2001-2002 se oli 2,6).

Kesän tuoteryhmä

Kesäkaudella 1.6. – 30.9. 2003 kertyi ulkomaalaisten rekisteröityjä yöpymisiä Suomessa 2 120 969 (-0,5 %), joista vapaa-ajan yöpymisiä on 73 %, 1 557 966 yöpymistä. (-0,4%)*). Asuinmaittain tarkasteltuna suurin ryhmä olivat saksalaiset (noin 300 000 rekisteröityä yöpymistä), sen jälkeen tulevat Ruotsi (n. 287 500), Iso-Britannia (n. 143 500) ja Venäjä (n.139 500). Määrällisesti eniten vähenivät rekisteröidyt yöpymiset Norjasta (-17 909 yöpymistä), Venäjältä (-15 014) ja USA:sta (-10 181). Kasvua saatiin eniten Sveitsistä (14 254 yöpymistä), Iso-Britanniasta (10 370) ja Italiasta (8 016).

Saapuneiden määrällä mitattuna merkittävin lähtömaa kesällä 2003 oli kuitenkin edelleen Venäjä (569 000). Seuraavaksi tulivat Ruotsi ja Saksa.

Matkailutuloja kertyi 546 milj.euroa (-12,4 %), joista vapaa-ajan segmentistä 276 milj. euroa (-11,4 %).

**) Vapaa-ajan yöpymisiä koskeviin laskelmiin on syytä suhtautua varovaisesti, koska Tilastokeskuksen antamien tietojen mukaan kaikki majoitusliikkeet eivät toimita tietoja matkan tarkoituksesta.*

Kierto- ja kulttuurimatkailu

Markkinoinnissa oli teemana vuonna 2003 Finland – the art of living, jonka päätömenpiteenä tehtiin kuluttajille suunnattu esite englannin, saksan, espanjan, ranskan, italian, ruotsin ja norjan kielillä (painosmäärä 286 000 kpl). Esitteen välissä jaettiin kiertoreittiilite. Kiertomatkailua tuettiin Saksan markkinoilla liitekampanjalla (painosmäärä 1,3 milj.), Internet-sivuilla, sähköpostisuoramainonnalla (15 000 osoitetta) ja bannerimainonnalla Internetissä. Kampanjan tuotti 5200 kontaktia. ussimatkanjärjestäjille tehtiin tuotemanuaali. Alankomaissa kiertomatkailua markkinoitiin 2/1 tai 1/1 lehti-ilmoituksilla aikakauslehdissä mm. autolehdissä (kokonaislevikki n. 30 milj.). Kampanja tuotti 65 000 yöpymistä, joista pääosa uusia asiakkaita.

Etelä-Euroopan kesäkampanja jatkui Ranskassa, Italiassa ja Espanjassa yhteisellä kampanjalla, joka kohdistui kuluttajiin, jakeluportaaseen ja mediaan. Kampanjaan osallistui v. 2003 20 yritystä ja organisaatiota Suomessa. Kampanjan päämarkkinointitoimenpiteitä olivat TV-mainos, metromainonta ja lehtimainokset.

Kesäaktiviteetit

Kalastuksen osalta tehtiin yhteistyötä Kalatalouden keskusliiton vetämän Fishing Finland -hankkeen kanssa. Hankkeeseen osallistui 11 partneria. Englannin, saksan ja venäjän kielillä julkaistiin kalastusesite (painosmäärä 36 500 kpl). Merkittävin markkina-alue on Venäjä.

Vaellusesite julkaistiin Iso-Britannian ja Saksan markkinoille. Esitteiden painosmäärä oli 12 000 kpl. MEK toimii myös Vaeltaen Suomessa -hankkeen yhteistyökumppanina vaellusreittien ja tuotteiden kehittämiseksi.

Yhteistyö Pyöräillen ja vaeltaen Suomessa -hankkeen kanssa jatkui toteuttamalla markkinointitoimenpiteitä yhdessä. Pyöräilyn päämarkkina-alueet ovat Saksa, Hollanti ja Englanti, joiden markkinoille julkaistiin saksan/englanninkielinen pyöräilyopas. Elo-syyskuussa järjestettiin ulkomaiselle lehdistölle ja matkanjärjestäjille multiaktiviteettiopintomatka (pyöräillen, vaeltaen ja meloen). Matkalla oli mukana osallistujia Iso-Britanniasta, Sveitsistä, Belgiasta ja Hollannista. Matkan tuloksena uudet matkanjärjestäjätahot (7) ottivat Suomen aktiviteettituotteita kesän 2004 esitteisiinsä.

Kesäprojekti

Vuoden 2002 lopulla aloitettiin Suomen elinkeinon toivomuksesta Suomen kesän imagon vahvistamiseen tähtäävä kesäprojekti, joka jatkuu vuoteen 2006 saakka. Kesäprojektille valittiin valtakunnallinen ohjausryhmä, joka valmisteli kesämatkailustrategian. Se ohjaa valtakunnallisen kesämatkailuprojektin operatiivista toimintaa.

Kesäprojektin päätavoitteena vuodelle 2004 on vahvistaa Suomen kesän matkailullista imagoa ja lisätä kesämatkailua Suomeen (+4 %). Tavoitteiden toteutumista mitataan yöpymisvuorokausien määrällä sekä mielikuvatutkimuksella.

Kesäprojekti jakautuu kahteen osaan: tuotekehitykseen ja markkinointiin. Kesän päätuoteryhmiksi määriteltiin kiertomatkat, kesäaktiviteetit ja maaseutulomat.

Tuotekehittely alkoi vuonna 2003 määrittelemällä 19 kesämatkailukeskittymää, joihin perustettiin aluetyöryhmät. Lisäksi määriteltiin valtakunnalliset tuotekriteerit, joiden mukaisesti aluetyöryhmät kartoittivat alueensa kesätarjonnan ja valitsivat alueeltaan markkinointiin tulevat tuotteet. Näin profiloitiin kesän tuotetarjonta ja edistettiin kesämatkailukeskittymien vahvistumista.

Markkinointitoimenpiteitä varten laadittiin Suomen kesälle viestintästrategia, jonka tavoitteena on muokata mielikuvia positiiviseksi Suomea kohtaan, nostaa Suomen tunnettuutta ja lisätä maan haluttavuutta matkakohteena kuluttajien näkökulmasta. Suomen kesä asemoitiin: "Suomen kesä - Virkistävä matka". Keskeisenä viestinnän elementtinä on auringossa kimalteleva vesi.

Mittava pilottimarkkinointi aloitettiin Saksaan ja Alankomaihin seitsemän suomalaisen aluepartnerin kanssa. Kampanjaa varten valmisteltiin mielikuvia rakentavaa TV-mainontaa sekä internetsivuja. Tavoitteiden mittaamista varten toteutettiin imagotutkimuksen 0-tutkimus Saksassa ja Alankomaissa. Tutkimukset osoittivat, että mielikuva Suomesta on luontopainotteinen ja negatiiviset mielikuvat kylmä, kaukainen ja vaikeasti saavutettava ovat kilpailijoihin nähden voimakkaimmat. Vuoden 2003 aikana valmisteltiin vuoden 2004 yhteismarkkinointikampanjaa.

Lyhytlomat

Lyhyet kaupunkilomat (City Breaks) ovat yksi suosituimmista lomailumuodoista Euroopassa. Kahden – kolmen päivän viikonloppumatkat myös Suomeen ovat kasvattaneet suosiotaan. Kasvua ovat lisänneet saavutettavuuden paraneminen ja hintojen aleneminen halpalentotarjonnan lisääntyessä. Erityisiä City Break/Short Break – yöpymistilastoja ei vielä ole saatavilla. Kasvuarvio, viisi prosenttia, perustuu Helsingin kaupungin antamaan arvioon yöpymisten kokonaismäärästä.

Helsinkiä markkinoitiin kaupunkilomakohteena kaikilla markkina-alueilla. Päämarkkina-alueet ovat Englanti, Ruotsi, Venäjä, Saksa, Norja ja Italia. Kaukomarkkinoilla, myös Yhdysvalloissa, ja varsinkin Japanissa ja Kiinassa toteutettiin Helsinki-kampanjointia. Englantilaiset ovat Helsingin yöpymistilastojen kärjessä ja kasvu jatkui edelleenkin. Kasvua oli myös Saksasta ja Italiasta, kun taas Venäjältä matkailu Helsinkiin väheni huomattavasti. Ruotsin ja Norjan toimistot toteuttivat lisäksi Turukampanjat yhdessä laivayhtiöiden kanssa.

Kaikilla markkina-alueilla tärkein toimenpide oli kuluttajamainonta lehdissä. Mainoskampanjointi toteutettiin yhdessä paikallisen matkanjärjestäjän ja lentoyhtiön kanssa. MEKin kansainvälisillä nettisivuilla avattiin Helsingin ja Turun lisäksi uudet Tampere ja Rovaniemi City Break –sivustot, joilta on yhteys eri markkina-alueitten matkanjärjestäjien lyhytlomat tarjontaan. Opinto- ja lehdistömatkoja toteutettiin kaikilta markkina-alueilta.

2.5 MUUT TUOTERYHMÄT

Kannuste- ja kokousmatkailu

Incentive-, events- ja kokousmatkailu edustavat yhtä matkailumme nopeimmin kasvavaa segmenttiä. Vuoden 2003 epävarmasta maailmantilanteesta huolimatta Suomi selvisi kansainvälisessä kilpailussa hyvin tällä sektorilla. Incentive-matkailun arvioidaan kasvaneen n. kahdeksan prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna ja sen arvok-

si n. 110 miljoonaa euroa. Suomeen tehdyistä kannustematkoista 70 % ajoittuu talveen ja suuntautuu Pohjois-Suomeen. Talven yöpymistilastoista incentive-matkailun osuus on merkittävä. Erillisiä tilastoja ei ole tarjolla.

Päämarkkina-alueet ovat Saksa, Ranska, Espanja, Iso Britannia ja Hollanti. Seuraavina tulevat Belgia ja Italia. Uusia lähtömaita ovat Puola ja Tšekki.

Vuonna 2003 valmistui MEKin incentive-matkailustrategia. Lähtävöitteena on tilastoinnin ja tuotevalikoiman kehittäminen.

MEKin incentive-kampanjakumppanit ovat 11 incentive-destinaatiota: Saariselkä, Pyhä-Luosto, Levi, Olos, Rovaniemi, Kemi, Kuusamo, Vuokatti, Kuopio/Tahko, Helsinki ja Turku/saaristo. Tärkeimmät toimenpiteet sisälsivät tutustumismatkoja kaikille alueille sekä markkinointimateriaalina incentive – www-sivustot ja alue-esittelyt CD-levykkeenä.

Tärkeimmät myyntitapahtumat olivat MICE-tapahtuma Vuokatissa, johon osallistui 50 ostajaa (incentive-taltoa) Euroopasta, ja kansainväliset ammatilaismessut IMEX Frankfurtissa ja EIBTM Genevessä. IMEX-messuilla, johon MEK osallistui yhdessä Finland Convention Bureauun kanssa, oli myyjinä 27 suomalaista yritystä. EIBTM-messuille osallistui kuusi incentive-myyjää Suomesta.

Ruotsissa julkaistiin tammikuussa kolmivuotinen yrityskokouskampanja, "Meeting Finland", yhdessä viiden pääkumppanin kanssa. Kampanjan puitteissa osallistuttiin SHIE-kokousmessuille Tukholmassa, toteutettiin mm. suorapostitus 20 000 kokousostajalle, mainontaa ammattilaislehdissä ja kampanjan Internet-sivut.

Saksassa toteutettiin telemarketing-kampanja 1 000 potentiaalille ostajalle, (500 incentive-taltoa ja 500 yritystä). Sen tuloksena oli materiaali- ja tarjouspyyntöjen välittämistä elinkeinolle sekä myyntikäyntejä. Lisäksi Saksassa MEK osallistui Incentive Jahrmarkt –workshop-kiertueelle muiden NTO:ten kanssa.

Espanjassa tehtiin suorapostitus 10 000 yritykselle alkuvuodesta ja myöhemmin lähetettiin 500 suurimman yrityksen päättäjälle uusi CD-ROM espanjankielisen esitteen kera. Viiden incentive-mainoksen sarja julkaistiin Expansióń-talouselhdessä.

Englannissa osallistuttiin Confex-kannuste- ja kokousmatkailumessuille sekä mainostettiin Business Britain -lehdessä.

Ranskassa keskityttiin mainostamaan alan tärkeimmissä julkaisuissa, mm. Voyages y Stratégie.

Tärkein toimenpide kaikilta markkina-alueilta olivat tutustumismatkat Suomeen. Yhteensä noin 160 potentiaalia ostajaa päämarkkina-alueilta vieraili maassamme.

2.6 MARKKINOINNIN TUKITOIMINNOT

Asiakaspalvelukeskus

Keskitetty kuluttajapalvelu Euroopassa on jatkunut vuodesta 2000 alkaen. Vuoden 2001 alusta lähtien toimintojen toteuttajina ovat olleet seuraavat tahot:

Asiakaspalvelukeskus	Call Center Europe, Tanska
Postitustalo	Nord Info GmbH, Saksa

Call Center Europen omistajanvaihdoksen seurauksena yritys ilmoitti keskittyvänsä jatkossa ainoastaan pohjoismaisiin kieliin. Tämän seurauksena MEK irtisanoi sopimuksen CCE:n kanssa päättyväksi lokakuun lopussa 2003 ja kuluttajakyselyt ohjattiin nyt väliaikaisesti MEKin toimistoihin. Kilpailutusprosessi uuden palvelukeskuksen löytämiseksi aloitettiin välittömästi ja tavoitteena on, että palvelut hoidetaan taas keskitysti keväällä 2004.

Kuluttajille osoitetut postituspyynnöt ohjautuvat asiakaspalvelukeskuksesta ja MEKin Euroopan maiden toimistoista sähköisesti Saksaan Nord Infoon.

Palvelun toimivuutta mitattiin erilaisilla määrällisillä ja laadullisilla tutkimuksilla. Vuoden aikana oli havaittavissa selvää tason laskua, lähinnä puheluihin vastaamisen nopeudessa ja palvelun saatavuudessa tietyillä kielillä.

Saapuneet tiedustelut

	Vast.puhelut	Muut yht.otot	2003 Yhteensä 10 kk	2002 Yhteensä
Itävalta	176	99	275	615
Belgia	702	116	818	1 084
Sveitsi	747	189	936	1 815
Saksa	5 820	1 666	7 486	15 716
Tanska	1 213	198	1 411	2 272
Ranska	3 898	841	4 739	7 917
Irlanti	99	32	131	97
Italia	2 713	844	3 557	7 420
Hollanti	1 928	883	2 811	4 885
Norja	1 834	239	2 073	3 091
Espanja	2 630	1 075	3 705	3 802
Ruotsi	4 253	211	4 464	5 072
Englanti	3 212	1 014	4 226	4 967
Muut	-	20	20	103
	29 225	7 427	36 652	58 856

Muut = Puola, Tsekki, Unkari, Luxemburg, Slovakia, Slovenia ja Lichtenstein

Markkinointivälineet

Tuoteryhmien omien markkinointivälineiden lisäksi MEK tuotti vuoden 2003 yleis-markkinointia varten kartta- ja fakta-esityksen 16 kielellä sekä hotelliluettelon, jossa tiedot ovat viidellä eri kielellä. Näiden esitteiden yhteenlaskettu painosmäärä oli 467 000 kpl. Saksan markkinoita varten tuotettiin oma Finland Fakten -esite, jonka painosmäärä oli 40 000 kpl. Ulkomaisia matkatoimistoja ja matkanjärjestäjiä varten tuotettiin englanninkielinen, 200-sivuinen Finland Handbook, jota jaettiin MEKin ulkomaan toimistojen kautta noin 5 000 kpl.

MEK ostaa kuvapankkipalvelut Comma Finland Oy:ltä. MEKin kuvapankissa on yli 10 000 matkailuaiheista kuvaa Suomesta. Kuvista noin 1 500 on korkearesoluutio-kuvia, mikä mahdollistaa niiden välittömän käytön julkaisuissa. MEKin kuvapankin kuvat ovat ulkomaisen lehdistön ja matkanjärjestäjien sekä suomalaisten incoming-matkatoimistojen käytössä veloituksetta. Vuoden 2003 aikana kuvapankista tehtiin yli 10 000 kuvalatausta.

Tapahtumajärjestelyt

Tammikuussa järjestettiin Messukeskuksessa Matka 2003 -messujen yhteydessä Finland Snowball Travel Market 2003 yhteistyössä Finnairin kanssa. Snowball on talvi-matkailun myyntitapahtuma, jonka aikana ulkomaiset matkanjärjestäjät ja suomalainen matkailuelinkeino käyvät myyntineuvotteluja ennakkoon laadittujen aikataulujen puitteissa. Tilaisuudessa oli mukana 207 kutsuttua ulkomaista ostajaa yhteensä 155 yrityksestä 25 maasta. Suomalaisia 80 matkailuyritystä edusti 126 Suomi-myyjää. Lehtimiehiä paikalla oli 10. Ennen ja jälkeen workshopin ostajilla oli mahdollisuus osallistua tutustumismatkoihin Lapin ja Kuusamon matkailukohteisiin.

Jokavuotinen MEK Market -seminaari suomalaiselle matkailuelinkeinolle järjestettiin huhtikuussa Finlandia-talossa. Tilaisuudessa oli 181 osallistujaa.

MEK Market -workshop oli kaksipäiväinen matkailuelinkeinon, MEKin toimistojen edustajien sekä tuotepäälliköiden tapaaminen, jonka aikana neuvoteltiin aikataulutusti tuote- ja markkinakohtaisista kampanjoista. Workshop jakaantui Eurooppapäivään ja Kaukomarkkina-päivään ja se järjestettiin syyskuussa Satakuntatalossa. Eurooppa-päivä houkutteli paikalle 91 elinkeinon edustajaa ja Kaukomarkkina-päivä 56.

Syyskuussa MEK ja Finnair järjestivät Road Show 2003 -kiertueen itäisen Keski-Euroopan kaupunkeihin Varsovaan, Prahaan, Budapestiin ja Zagrebiin. Kussakin kaupungissa pidettiin kaksi tuntia kestävä workshop, johon kutsuttiin ostajiksi paikallisia matkanjärjestäjiä ja matkatoimistoja. Suomalaisia myyjäyrytyksiä oli mukana yhteensä 20.

Kotimaan matkailuneuvontapiste

Matkailun edistämiskeskuksen Matkailuneuvontapisteessä kävi vuonna 2003 yhteensä 66 023 asiakasta. Infopisteessä vastattiin 3 948 kotimaiseen ja 1 015 ulkomaiseen puheluun, 5 682 sähköpostikyselyyn, 163 telefaxiin ja 253 kirjeeseen. Matkailuneuvontapisteiden kautta jaettiin n. 215 000 MEKin toimittamaa esitettä. Ympärivuotisina vuokralaisina infopisteessä toimivat Lapin Matkailu, Ylläsjärven Matkat, Ahvenanmaa ja Saariselkä. Uutena vuokralaisena aloitti Haaga Instituutti. Näiden lisäksi kaksi yritystä vuokrasi infopisteestä joko oman myyntitilan tai näyteikkunan lyhyemmäksi ajaksi.

Syyskuussa ja toukokuussa yhteensä viisi yritystä esitteli 1-2 päivän ajan matkailutarjontaansa matkailuneuvontapisteessä omalle asiakaskunnalleen ja matkailuneuvontapisteiden henkilökunnalle.

Median ja matkanjärjestäjien tutustumismatkat Suomeen vuonna 2003

Media- ja elinkeinovierailuyksikön kautta kulkevien vieraiden kokonaismäärä pysyi edellisvuosien tasolla ja se oli yhteensä 1 992 vierasta.

Osa Skandinavian sekä lähes kaikki Viron ja Venäjän vierailut hoidetaan suoraan asemamaasta eivätkä siten näy ko. luvuissa. Lisäksi on huomattava, että Keskusyksikön avustamien kansainvälisten ryhmien kansalaisuuksia ei ole seurattu erikseen. Pääosa näistä vieraista on kuitenkin tavallisesti ollut Keski-Euroopasta.

Vierailut maittain:	Yhteensä	Muutos
Iso-Britannia ja Irlanti	250	-133
Keskusyksikkö	229	+32
Saksa ja Itävalta	205	-25
Pohjoismaat	158	-66
Italia	142	+54
Ranska	136	-7
USA	123	+44
Kiina (CHK+CHN)	91	-9
Espanja	87	-89
Japani	71	+14
Benelux	68	+46
Sveitsi	47	+32
Muut	169	+3

Vieraat tulivat perinteisesti puoliksi median ja puoliksi myyntiportaalan organisaatioista. Tiivistäen voi todeta, että Sveitsin ja Beneluxin vieraiden määrä on kolminkertaistu-

nut. Keskusyksikön itse koordinoimat ja Italian sekä USAn vierailujen määrät nousivat 1,6-kertaiseksi.

Kiinan tulos on hieno ottaen huomioon pitkän SARS-jakson, jolloin vierailut pysähtyivät kokonaan.

Yhteistyö tiivistyi ennestään Finnfactsin kanssa. MEK osallistui Finnfactsin kautta 89 (+41) lehdistövieraan ohjelmiin. Myös UMN kanssa tehtiin yhteistyötä, ja tämän yhteistyön myötä saapui 60 vierasta (+40).

Tuloksien mittaamisessa ollaan vielä kokoamisvaiheessa ja koosteet valmistuvat vasta myöhemmin keväällä. Toukokuussa pidettävään Purpuri workshopiin kerätään tuloksista näyttely ja silloin myös lopulliset luvut ovat saatavilla.

Keskusyksikön suurin yksittäinen rahapanostus oli Kemissä ja Rovaniemellä 2004 pidettävään SnowShown lehdistön esikatselu helmikuussa 2003, johon MEK/Helsinki panosti reilut EUR 20 000. Lopullinen tulos on vielä koostumassa, mutta jo nyt voi sanoa, että tulokset olivat hyvät. Ulkomaiseen lehdistöön tuli aiheesta kahdeksan sanomalehti- ja 27 aikakauslehtiartikkeliä sekä yksi radiojuttu. Pelkästään A+U-lehden (Japani) artikkeli on arvioitu EUR 51 900 arvoiseksi mainosarvona (ostettu mainos mitattuna, sillä lehdessä oli myös kansikuva aiheesta.

Tiedotus

MEK julkaisi vuoden 2003 aikana yli 40 lehdistötiedotetta uutissivuillaan ja niistä parisenkymmentä välitettiin STT:n kautta koko Suomen medialle. MEKin julkaisemasta aikakauslehdessä Matkailusilmästä ilmestyi neljä numeroa. Painetun lehden lisäksi julkaisu oli MEKin nettisivuillaja siihen liittyi ajanmukainen uutisosasto. Lehden painosmäärä on 3 000 .

Tiedotusyksikkö tuotti lisäksi MEKin painetun suomenkielisen vuosikertomuksen. Ruotsin- ja englanninkielinen versio on [www-sivuilla](http://www.sivuilla).

Tietojärjestelmät

Verkkopalveluiden kehittäminen jatkui vuoden aikana valmistuneenkehittämissuunnitelman mukaisesti sisällön kohdentamisella ja tarkentamisella eri asiakassegmenteille sekä toiminnallisuuksia lisäämällä (mm. karttapalvelut, kuvagalleriat, videot ja vuoro-vaikutteisuus).

PROMIS-tuotetietojen käytettävyyttä muiden vastaavien järjestelmien kanssa parannettiin yleisellä XML-rajapintamäärittelyllä ja toteutuksella. Lisäksi tuotetietojen näkyvyyttä parannettiin teemasivustoissa.

Koko organisaation kattava tietoverkko uusittiin kuluneen vuoden aikana vastaamaan toiminnallisuuksien, kustannuksien, tietoturvan ja kapasiteetin osalta nykyisiä vaatimuksia.

Tutkimustoiminta

Tärkein tutkimus on MEKin tilaama ja Tilastokeskuksen tekemä Rajahaastattelututkimus, joka nykyään yhdessä majoitustilaston kanssa muodostaa perustan Suomeen suuntautuvan matkailun tietolähteenä. Sillä selvitetään ulkomailta Suomeen suuntautuvan matkailun rakennetta, matkailun seurantaa, suunnittelua ja mittaamista varten.

Tutkimuksesta tehtiinvuonna 2003 hieman suppeammin kuin aikaisemmin kustannusten säästämiseksi. Näin säästyneet varat käytettiin kvalitatiivisiin tutkimuksiin.

Talvimatkailun markkinointia ja kehittämistä varten tehtiin talvimatkailijoihin kohdistuva tutkimus sekä laajana kuluttajahaastattelututkimuksena että yksityiskohtaisempaa syvähaastattelututkimuksena. Kiinalaisia matkailijoita haastateltiin suppeammassa tutkimuksessa Helsinki-Vantaan lentokentällä.

Osana laajempaa, vuoteen 2004 ulottuvaa tutkimusprojektia, jossa selvitetään Suomikuvaa ja Suomen matkailumaakuvaa valmistui selvitys Rajahaastattelu-tutkimuksen pohjalta siitä, mitä matkailijat olivat pitäneet parhaimpana asiana Suomessa.

Vuoden aikana valmistui selvitys matkailukohteiden kävijämääristä sekä useita tilastollisia vertailuja matkailun kehityksestä Suomessa ja muissa Pohjoismaissa.

ETC:n puitteissa ryhdyttiin vuoden 2003 aikana selvittämään Euroopan imagoa Pohjois-Amerikan markkinoilla ja sen hyödyntämistä markkinointiviestinnässä.. Ensimmäisenä osana tätä selvitystyötä valmistui selvitys yhdysvaltaisten ja kanadalaisten matkanjärjestäjien näkemyksistä.

Matka 2003 -messujen yhteydessä MEKin tutkimusyksikkö järjesti laajan seminaarin, jossa eri matkailututkimusta harjoittavat tahot esittäytyivät. Teetettyä ja ostettua tietoa saatettiin matkailuelinkeinon käyttöön MEKin tutkimus- ja tilastosivuilla Internetissä sekä jakamalla tutkimuksia myös paperiversioina. Useimmista viime vuosina tehdyistä tutkimuksista laadittiin yhteenvedot suosituksineen ja perustettiin laaja sähköpostiosoitteisto, jolla tiedotettiin uusien tutkimusten valmistumisesta.

Yhteistyö julkisten rahoittajien kanssa

MEK on jatkanut yhteistyössä keskeisten matkailurahoittajien kanssa Matkailun toimialatiimille vuonna 1999 asetettua tehtävää matkailurahoitukseen liittyvien viranomaisien ja MEKin välisen yhteistyön kehittämiseksi sekä matkailuun suunnatun julkisen rahoituksen koordinoinnin tehostamiseksi.

Työn tuloksena jokaisen TE-keskuksen alueella on toimiva, rahoittajien välinen yhteistyöfoorumi alueellinen matkailun toimialatiimi. Näiden keskeisenä tehtävänä on sovittaa yhteen aluekehittäjien ja -rahoittajien toimenpiteet vastaamaan elinkeinon yhteisiä tarpeita ja aikaansaamaan kasvusysäyksiä ja vaikuttavuutta matkailussa. MEK tukee tätä työtä sekä vahvistaa myös aluekehittäjien ja -rahoittajien osaamista matkailussa. Alueellisten tiimien ja matkailurahoittajien työtä MEK on tukenut mm. tarjoamalla rahoittajien käyttöön MeXtra-tietojärjestelmän veloituksetta, jakamalla analysoituja matkailututkimusten tuloksia ja johtopäätöksiä suosituksineen sekä avustamalla rahoittajia hankekäsittelyssä matkailusubstanssin osalta. Tiimien työtä tukee matkailurahoittajista koostuva yhdyshenkilöverkosto, johon kuuluu n. 180 rahoittajatahoa TE-keskuksista, maakuntien liitoista, Finnvera Oyj:n aluekonttoreista, ympäristökeskuksista ja lääninhallituksista.

Edellisen vuoden tapaan matkailurahoittajille järjestettiin koulutuspäivät. Päivien teema oli matkailukeskuksen kokonaisvaltainen kehittäminen. Koulutuspäivien keskeisenä tarkoituksena on ollut tiivistää yhteistyötä rahoittajien kesken, tiedottaa matkailun ajankohtaisista asioista sekä parantaa rahoittajien asiantuntemusta matkailun kehittämiseen liittyvissä asiakokonaisuuksissa.

MEK osallistui keskushallinnossa toimivan MiniMatka-työryhmän (ministeriöiden välinen matkailutyöryhmä) työhön. Keskeisenä osa-alueena on ollut välittää tietoa maa-

kunnissa tapahtuvasta matkailun kehittämisestä työryhmän jäsenille. Tämän lisäksi MEKin yhteyspäällikkö on osallistunut kolmen maakunnan matkailustrategian laadintaan ja laajojen hankekokonaisuuksien toteutumisen edistämiseen sekä usean yli-maakunnallisen matkailuhankkeen ohjausryhmätyöskentelyyn. Vuoden aikana järjestettiin yhteistyössä Kuntakoulutus Oy:n kanssa matkailun rahoittamista ja kehittämistä koskeva koulutustilaisuus, joka oli suunnattu kuntasektorin toimijoille.

2.7 KANSAINVÄLINEN YHTEISTYÖ

Pohjoismaat

Pohjoismaiden Matkailuneuvostossa (Nordiska Turistrådet, NT) yhteistyön pääpaino on Yhdysvalloissa, jossa kaikki viisi Pohjoismaata toimivat samoissa tiloissa. Yhteistyön konkreettinen muoto on STI, yhteinen palveluyhtiö. Kuluneena vuonna uudistettiin toimiston vuokrasopimus ja suoritettiin sisäisiä uudelleenjärjestelyjä.

Pohjoismaat järjestävät vuosittain NOW -markkinointitapahtuman kaukomaiden ostajille. Vuonna 2003 NOW järjestettiin Islannissa.

Eurooppa

European Travel Commission ETC muodostuu 33 kansallisesta matkailuviranomaisesta ja se markkinoi Eurooppaa matkakohteena USA:ssa, Kanadassa, Etelä-Amerikassa, Japanissa ja Australiassa. Kussakin maassa toimii ETC-työryhmä. ETC harjoittaa suhteellisen laajaa kohdealueittensa markkinatutkimustoimintaa. MEKin edustaja on ETC:n keskeisen New Media Groupin puheenjohtaja, ja MEKin ylijohdaja valittiin ETC:n hallituksen jäseneksi.

3. TILINPÄÄTÖSLASKELMAT

3.1 TUOTTO- JA KULULASKELMA

	1.1.2003 - 31.12.2003		1.1.2002 - 31.12.2002	
Toiminnan tuotot				
Maksullisen toiminnan tuotot	1 635 729,84		1 683 538,80	
Muut toiminnan tuotot	<u>1 643 060,84</u>	3 278 790,68	<u>1 481 566,58</u>	3 165 105,38
Toiminnan kulut				
Aineet, tarvikkeet ja tavarat:				
Ostot tilikauden aikana	431 524,94		523 415,63	
Henkilöstökulut	4 810 025,15		4 733 308,06	
Vuokrat	1 211 658,32		1 288 847,13	
Palvelujen ostot	11 387 674,69		10 119 943,52	
Muut kulut	1 252 190,13		1 210 558,49	
Poistot	<u>392 767,00</u>	<u>-19 485 840,23</u>	<u>357 553,00</u>	<u>-18 233 625,83</u>
Jäämä I		-16 207 049,55		-15 068 520,45
Rahoitustuotot ja -kulut				
Rahoitustuotot	2 868,71		14 135,66	
Rahoituskulut	<u>-68 967,45</u>	-66 098,74	<u>-52 768,87</u>	-38 633,21
Satunnaiset tuotot ja kulut				
Satunnaiset tuotot		<u>0,00</u>		<u>0,00</u>
Jäämä II		-16 273 148,29		-15 107 153,66
Tuotot veroista ja pakollisista maksuista				
Perityt arvonlisäverot	193 503,13		230 776,07	
Suoritettavat arvonlisäverot	<u>-965 868,60</u>	<u>-772 365,47</u>	<u>-896 831,18</u>	<u>-666 055,11</u>
Tilikauden kulujäämä		<u>-17 045 513,76</u>		<u>-15 773 208,77</u>

3.2 TASE	31.12.2003		31.12.2002	
VASTAAVAA				
KÄYTTÖOMAISUUS JA MUUT PITKÄAIKAISET SIOITUKSET				
AINEETTOMAT HYÖDYKKEET				
Aineettomat oikeudet	249 015,00		39 694,00	
Muut pitkävaikutteiset menot	<u>663 967,00</u>	912 982,00	<u>772 238,00</u>	811 932,00
AINEELLISET HYÖDYKKEET				
Koneet ja laitteet	215 830,00		266 835,00	
Kalusteet	<u>174 763,00</u>	390 593,00	<u>189 602,00</u>	456 437,00
KÄYTTÖOMAISUUSARVOPA- PERIT JA MUUT PITKÄAIKAISET SIOITUKSET				
Käyttöomaisuusarvopaperit		<u>25 864,00</u>		<u>92 917,00</u>
KÄYTTÖOMAISUUS JA MUUT PITKÄAIKAISET SIOITUKSET YHTEENSÄ		1 329 439,00		1 361 286,00
RAHOITUSOMAISUUS				
PITKÄAIKAISET SAAMISET				
Pitkäaikaiset saamiset		9 203,25		9 203,25
LYHYTAIKAISET SAAMISET				
Myyntisaamiset	418 817,17		346 100,47	
Siirtosaamiset	0,00		59 623,45	
Muut lyhytaikaiset saamiset	187 781,07		257 773,71	
Ennakkomaksut	<u>928 961,90</u>	1 535 560,14	<u>380 247,45</u>	1 043 745,08
RAHAT, PANKKISAAMISET JA MUUT RAHOITUSVARAT				
Kassatilit	13 014,18		5 248,47	
Rahaliikkeen selvitystilii	145 957,05		0,00	
Muut pankkitilit	<u>555 196,90</u>	714 168,13	<u>756 463,13</u>	761 711,60
VASTAAVAA YHTEENSÄ		<u>3 588 370,52</u>		<u>3 175 945,93</u>
VASTATTAVAA				
OMA PÄÄOMA				
VALTION PÄÄOMA				
Valtion pääoma 1.1.1998	1 832 647,97		1 832 647,97	
Edellisten tilikausien pääoman muutos	-781 279,16		-151 371,74	
Pääoman siirrot	17 623 124,10		15 143 301,35	
Tilikauden kulujäämä	<u>-17 045 513,76</u>	1 628 979,15	<u>-15 773 208,77</u>	1 051 368,81
VIERAS PÄÄOMA				
LYHYTAIKAINEN				
Saadut ennakot	38 645,59		74 158,80	
Ostovelat	1 095 790,52		1 269 624,55	
Tilivirastojen väliset tilitykset	153 054,11		139 562,01	
Edelleen tilitettävät erät	54 476,61		56 212,39	
Siirtovelat	617 424,54		585 019,37	
Lyhytaikainen vieras pääoma	<u>1 959 391,37</u>	1 959 391,37	<u>2 124 577,12</u>	2 124 577,12
VASTATTAVAA YHTEENSÄ		<u>3 588 370,52</u>		<u>3 175 945,93</u>

3.3 TALOUSARVIOTILIEN TOTEUMA 2003

		Tilinpäätös 2002	Talousarvio 2003	Tilinpäätös 2 003	Tilinpäätös- talousarvio
Tuloarviotilit					
123950	Osakemyynti		-28 395,15	-28 395,15	0,00
1104011	Arvonlisäverotuotot	-230 776,07	-193 503,13	-193 503,13	0,00
123299	Tulot	-6 760,50	-9 000,00	-2 363,50	-6 636,50
Tuloarviotilit yhteensä		-237 536,57	-230 898,28	-224 261,78	-6 636,50
Menoarvio- tilit					
28812309	Arvonlisäverokulut OPM	12 104,70	0,00	0,00	0,00
28812312	Arvonlisäverokulut 2002	884 726,48	0,00	0,00	0,00
321019	Arvonlisäverokulut 2003		960 500,86	960 500,86	0,00
290119	Arvonlisäverokulut OPM		5 367,74	5 367,74	0,00
29012211	Opetusministeriö Lumoava Suomi	10 150,00	2 883,00	2 883,00	0,00
325021	Toimintamenot 2003	13 331 941,50	16 066 000,00	13 446 146,62	2 619 853,38
3406021	Harkinnanvaraiset palkat	801,00	16 115,00	15 072,94	1 042,06
Menoarviotilit yhteensä		14 239 723,68	17 050 866,60	14 429 971,16	2 620 895,44
TILIKAUDEN YLI-/ALIJÄÄMÄ		14 002 187,11		14 205 709,38	
Siirtomäärä- rahatilit					
40129012218	SMR OPM KULUMA		16 784,71	16 784,71	0,00
40229012211	SMR OPM Lumoava Suomi		9 709,00	9 709,00	0,00
402325021	SMR 2002 toimin- tamenosta		2 749 058,50	2 749 058,50	0,00
403325021	SMR 2003 toimin- tamenosta		0,00	2 619 853,38	-2 619 853,38
Siirtomäärärahatilit yhteensä			2 775 552,21	5 395 405,59	-2 619 853,38
Talousarviotilille kirjaamista odottavat tulot					
600	tulot			-38 645,59	
Talousarviotilille kirjaamista odottavat menot					
620	menot			938 165,15	

3.4 TALOUSARVION TOTEUTUMA

Talousarviotili	Määräraha Vuodelta 2003	Edellisiltä vuosilta	Käytettävissä	Käytetty tai kertynyt	Siirretty vuo- delle 2004 tai jäänyt käyttämättä
32.50.21	16 066 000	2 749 058	18 815 058	16 195 205	2 619 853
401.29.01.22.18 (OPM)		16 785	16 785	16 785	
402.29.01.22.11 (OPM)		9 709	9 709	9 709	
29.01.22.11	2 883		2 883	2 883	
12.32.99.01 Tulot	9 000		9 000	2 363	6 637
12.39.50 osakemyyn- nistä	28 395		28 395	28 395	
	16 106 278	2 775 552	18 881 830	16 255 340	2 626 490

3.5. NETTOBUDJETOITU TOIMINTAMENOMOMENTTI

Talousarviotili	Määräraha tai tuloarvio vuodelta 2003	Edellisiltä vuosilta	Käytettä- vissä	Käytetty tai kertynyt	Siirretty vuo- delle 2004
32.50.21					
+ bruttomenot	20 131 000	2 749 058	22 880 058	19 672 880	
-bruttotulot	4 065 000		4 065 000	3 477 675	
= nettomenot	16 066 000	2 749 058	18 815 058	16 195 205	2 619 853

*) Toimintamenomomentti sisältää sekä maksullisen palvelutoiminnan että kampanjatoiminnan tulot ja menot.

3.6 MAKSULLISEN PALVELUTOIMINNAN KUSTANNUSVASTAAVUUSLASKELMAN TOTEUTUMINEN

(1000 euro)			
TUOTOT	2002 TOT.	2003 BUDJ.	2003 TOT.
Maksullisen toiminnan myyntituotot	1 750	168	1 701
Tuotot yhteensä	1 750	168	1 701
KUSTANNUKSET			
Maksullisen toiminnan kustannukset			
- aineet ja tarvikkeet	61	1	11
- henkilöstökustannukset	142	5	120
- vuokrat	39	6	2
- palvelujen ostot	1 299	60	1 639
- muut erilliskustannukset	91	4	20
Erilliskustannukset yhteensä	1 632	76	1 792
Käyttöjäämä	118	92	-91
Maksullisen toiminnan osuus yhteiskustannuksista			
- tukitoimintojen kustannukset	2 479	82	738
- poistot	34	1	35
- korot	6	0,5	6
- muut yhteiskustannukset	-	-	-
Osuus yhteiskustannuksista yhteensä	2 519	83,5	779
Kokonaiskustannukset yhteensä	4 151	159,5	2 571
Ylijäämä(+) tai alijäämä(-)	-2 401	+8,5	-870

Budjetti laadittiin vuonna 2002 valmisteltuun maksupäätösesitykseen perustuen. Maksupäätöksen valmistelu viivästyi ja kauppa- ja teollisuusministeriö antoi asetuksen MEKin maksullisista suoritteista vasta 10.12.2003.

Toteutumalaskelmaan 2003 on otettu mukaan Promis-palvelu ja ilmoitusmyynti sekä yhteiskustannusten laskentaa on muutettu.

3.7 TILINPÄÄTÖSLIITTEET

SISÄLLYSLUETTELO

Liite 1 Poistoperusteet	36
Liite 2 Henkilöstökulut.....	37
Liite 3 Käyttöomaisuus, aineeton	38
Liite 3 Käyttöomaisuus, aineellinen	39
Liite 3 Käyttöomaisuus, arvopaperit ja sijoitusomaisuus.....	40
Liite 4 Arvonkorotukset	41
Liite 5 Lainat	42
Liite 6 Muut vastuut.....	43
Liite 7 Valuuttakurssiperuste.....	44
Liite 8 Arvopaperit.....	45
Liite 9 Taseeseen kuulumaton omaisuus	46
Liite 10 Erityiset kirjausperusteet	47
Liite 11 Siirtomäärärahat.....	48
Liite 12 Myönnetyt valtuudet	49
Liite 13 Täsmäytyslaskelma.....	50
Liite 14 Oman pääoman muutokset	51
Liite 15 TA:n ulkopuolinen rahoitus.....	52
Liite 16 Taseessa olevat rahastoidut varat	53
Liite 17 Taseen ulkopuolella olevat rahastot.....	54
Liite 18 Arviomäärärahojen ylitykset ja niiden perustelut.....	55

Selvitys suunnitelman mukaisten poistojen perusteista ja niiden muutoista

(TaA 66 g § 4 mom.).

Suunnitelman mukaiset poistot on laskettu Matkailun edistämiskeskuksessa yhdenmukaisin periaattein kansallis- ja käyttöomaisuushyödykkeiden taloudellisen pitoajan mukaisina tasapoistoina alkuperäisestä hankintamenosta.

Suunnitelmanmukaiset poistoajat ovat:

Omaisuusryhmä	Poistomenetelmä	Poistoaika vuotta	Vuotuinen poisto-%	Jäännösarvo-%
Muut toimistokoneet ja laitteet	tasapoisto	5 vuotta	20	24,2
Toimistokalusteet	tasapoisto	10 vuotta	10	40,1
Ostetut ATK-ohjelmat	tasapoisto	5 vuotta	20	60,0
ATK-ohjelmat (itse tehdyt)	tasapoisto	5 vuotta	20	45,1

Matkailun edistämiskeskus

Liite 2

Henkilöstökulut ja luontoisedut sekä lomapalkkavelat

(TaA 66 h §:n 1 mom. 1 kohta)

Henkilöstökulut ja luontoisedut	1.1. - 31.12.2003
- Palkat ja palkkiot *)	3 830 196,82
- Eläkekulut	513 783,93
- Muut henkilösivukulut	<u>466 044,40</u>
Yhteensä	4 810 025,15
Luontoisedut	240

*)Palkat ja palkkiot sisältävät palkkioita 103 386,87 euroa.

Lomapalkkavelat	1.1.2003	31.12.2003	Muutos euroa
- Lomapalkkavelka	463 504,23	490 476,83	26 972,60
- Henkilösivukuluvelka	<u>121 515,14</u>	<u>126 947,71</u>	<u>5 432,57</u>
Lomapalkkavelat yhteensä	585 019,37	617 424,54	32 405,17

Matkailun edistämiskeskus

Liite 3

Kansallisomaisuuden ja käyttöomaisuuden hankintamenojen ja muiden pitkävaikutteisten menojen muutokset:

(TaA 66 g 1/2:n 4 mom. sekä TaA 66 h §:n 1 mom 2. kohta)

Käyttöomaisuus
Aineettomat hyödykkeet

	Aineettomat oikeudet	Muut pitkävaik. menot	Yhteensä
Hankintameno 01.01.2003	184 700	1 626 692	1 811 392
Lisäykset	230 000	111 715	341 715
Vähennykset			-
HANKINTAMENO 31.12.2003	414 700	1 738 407	2 153 107
Kertyneet poistot 1.1.2003	145 006	854 454	999 460
Vähennysten kertyneet poistot		-	-
Tilikauden suunnitelman mukaiset poistot	20 679	219 986	240 665
Tilikauden suunnitelmasta poikkeavat poistot		-	-
KERTYNEET POISTOT 31.12.2003	165 685	1 074 440	1 240 125
Arvonkorotukset		-	-
KIRJANPITOARVO 31.12.2003	249 015	663 967	912 982

Matkailun edistämiskeskus

Liite 3

Kansallisomaisuuden ja käyttöomaisuuden hankintamenojen ja muiden pitkävaikutteisten menojen muutokset

(TaA 66 g ½:n 4 mom. sekä TaA 66 h §:n 1 mom 2. kohta)

Käyttöomaisuus

Aineelliset hyödykkeet

	Koneet ja laitteet	Kalusteet	Yhteensä
Hankintameno 01.01.2003 *)	845 154	422 247	1 267 401
Lisäykset	65 246	21 012	86 258
Vähennykset	-19 533	-7 461	-26 994
HANKINTAMENO 31.12.2003	890 867	435 798	1 326 665
Kertyneet poistot	578 319	232 645	810 964
Vähennysten kertyneet poistot	-19 533	-7 461	-26 994
Tilikauden suunnitelman mukaiset poistot	115 574	32 557	148 131
Tilikauden suunnitelmasta poikkeavat poistot	677	3 294	3 971
KERTYNEET POISTOT 31.12.2003	675 037	261 035	936 072
Arvonkorotukset	-	-	-
KIRJANPITOARVO 31.12.2003	215 830	174 763	390 593

*) Koneet ja laitteet-ryhmässä tehty korjaus: esine 220-0 on siirretty omaisuuslajilta 1257 omaisuuslajille 1270 1.909 euroa jaerittelemätön korjauserä 8 464 euroa yhteensä päätyy edellisen tilinpäätöksen hankintamenoon 855 527 euroa.

Kalusteet –ryhmässä huomioiden erittelemättömän korjauserän 2 222 euroa päätyy edellisen tilinpäätöksen hankintamenoon 422 560 euroa.

Matkailun edistämiskeskus

Liite 3

Kansallisomaisuuden ja käyttöomaisuuden hankintamenojen ja muiden pitkävaikutteisten menojen muutokset

(TaA 66 g ½:n 4 mom. sekä TaA 66 h §:n 1 mom 2. kohta)

Käyttöomaisuus

Käyttöom.arvopap. ja sijoitukset

	Käyttöomaisuus- arvopaperit	Yhteensä
Hankintameno 01.01.2003	92 917	92 917
Lisäykset	-	-
Vähennykset	67 053	67 053
HANKINTAMENO 31.12.2003	25 864	25 864
Kertyneet poistot 1.1.2003	-	-
Vähennysten kertyneet poistot	-	-
Tilikauden suunnitelman mukaiset poistot	-	-
Tilikauden suunnitelmasta poikkeavat poistot	-	-
KERTYNEET POISTOT 31.12.2003	-	-
Arvonkorotukset	-	-
KIRJANPITOARVO 31.12.2003	25 864	25 864

Arvonkorotukset

(TaA 66 h §:n 1 mom. 2 kohta).

Ei arvonkorotuksia.

Myönnetyt, varainhoitovuoden päättyessä voimassa olleet lainat eriteltyinä

(TaA 66 h §:n 1 mom. 3 kohta).

Ei lainoja.

Matkailun edistämiskeskus

Liite 6

Muut vastuusitoumukset, (€)

SITOUMUS	31.12.2003
Leasingvastuut	
Tilikaudella 2004 maksettavat	
-Kopiokoneet	27 982,98
-Puhelinjärjetelmät	19 141,47
-Postimaksukoneet	3 542,57
-Muut	984,88
Yhteensä	51 651,90
Myöhemmin maksettavat	
-Kopiokoneet	25 625,41
-Puhelinjärjetelmät	7 681,60
-Muut	512,76
Yhteensä	33 819,77
Muut vastuusitoumukset ja taloudelliset vastuut	
Tilikaudella 2004 maksettavat	
Depositiot, yms.	285,24
Muut	
Yhteensä	
Myöhemmin maksettavat	
Muut	
-vuokratun talon korjaussopimus	25 855,72
Yhteensä	26 140,96

Peruste, jonka mukaista kurssia on käytetty muunnettaessa ulkomaan rahan määräiset velat, saamiset ja muut sitoumukset Suomen rahaksi

(TaA 66 h §:n 1 mom. 5 kohta).

Muut kuin euromääräiset saamiset ja velat on muutettu euroiksi käyttämällä Euroopan keskuspankin noteeraamaa vuodenvaihteen 2003-2004 valuuttakurssia.

Eri yhtiöiden erilaiset osakkeet ja oikeudet sekä muut osakkeisiin rinnastettavat arvopaperit

(TaA 66 h §:n 1 mom. 6 kohta).

Arvopaperit

1301 Muut osakkeet

Arvopaperin nimi	Omistusosuus %	Kpl	Kirjanpitoarvo, euro	Osingot
Nord Info GmbH, Frankfurt	100	*)	25 228	-
Scandinavian Tourism Inc	20	20	199	-

1303 Muut osuudet

Savonlinnan Puhelinyhdistys		1	437	-
Yhteensä		21	25 864	-

*) Rajoitetun vastuun yhtiö, jolla ei erillisiä osakkeita

Hallinnassa oleva kansallisomaisuus, jota ei ole merkitty taseeseen

(TaA 66 h §:n 1 mom. 7 kohta).

Matkailun edistämiskeskuksen kirjaston arvostus

MEK on ylläpitänyt matkailualan tieteellistä erikoiskirjastoa vuodesta 1973. Se toimii käsikirjastona ja tukee ensisijaisesti MEKin omaatiedonsaantia ja toimintaa, mutta tarjoaa tietopalveluja myös muille matkailualan ammattilaisille, tutkijoille ja medialle. Kirjasto on avoinna ulkopuolisille sopimuksen mukaan.

Kirjastossa oli vuoden 2003 lopussa noin 4000 nimekettä. Lisäksi kirjastoon tulee n. 50 matkailualan kausijulkaisua, joista puolet on ulkomaalaisia. Ne sisältävät matkailualan tutkimus-, tilasto- ja markkinatietoa sekä kotimaasta että ulkomailta.

Koska kirjastotoiminnot eivät kuulu MEKin päätehtäviin, vaan ovat luonteeltaan päätoimintoja tukevia, ei niiden omaisuutta arvostettu. Lisäksi niiden oikean arvon määrittäminen olisi hyvin hankalaa.

Selvitys kirjanpidon täydentämisestä tilinpäätöksessä 42 f §:n 2 momentissa tarkoitetulla tavalla

(TaA 66 h §:n 1 mom. 8 kohta).

Tuotannontekijän hankinnasta aiheutuneiden menojen ja suoritteiden myynnistä saattavien tulojen kirjaamisperusteet talousarviokirjanpidossa siltä osin kuin ne eroavat liikekirjanpidon kirjaamisperusteesta (suoriteperuste).

<i>Talousarviokirjanpidon tili</i>	<i>Tulo-/menolaji</i>	<i>Kirjausperuste TaKP:ssa</i>
Tuloarviotilit		
-	-	-
Menoarviotilit		
-	-	-

Erittely seuraavaan varainhoitovuoteen siirretyistä määrärahoista

(TaA 66 h §:n 2 kohta).

Erittely siirretyistä määrärahoista

	Alkusaldo 1.1.2003	Kertymä vuoden alusta	Loppusaldo 31.12.2003
Siirrettyjen määrärahojen tilit			
4.02.32.50.21	2 749 058	2 749 058	
4.03.32.50.21			2 619 853
401.29.01.22.18	16 785	16 785	
402.29.01.22.11	9 709	9 709	
Siirretyt määrärahat yht.	2 755 552	2 755 552	2 619 853

Talousarviossa myönnettyt valtuudet sekä niiden käyttö ja käytöstä aiheutuvat menot

(TaA 66 h §:n 2 mom.).

Ei sisältöä.

Matkailun edistämiskeskus

Liite 13

Täsmäytyslaskelma 1.1 - 31.12.2003, euroa

1.Kulujäämä	-17 045 513,76
2.Kirjaukset, jotka ovat mukana tuotto-/kulujäämässä mutta eivät talousarvion alijäämässä. Debet + / Kredit -	
Liikekirjanpidon tuotot ja kulut, joita ei kirjata talousarviokirjanpitoon	492 225,17
Liikekirjanpidon tuotot ja kulut, jotka on kirjattu talousarviokirjanpidon tililuokassa joko talousarvio- tai siirretyn määrärahan tilille kirjaamista odottavien erien tileille	0,00
Liikekirjanpidon tuotot, kulut ja tekniset kirjaukset, jotka on kirjattu talousarviokirjanpidon tililuokassa siirrettyjen määrärahojen tileille	2 683 660,14
Liikekirjanpidon tuotot ja kulut, jotka on kirjattu talousarviokirjanpidon tililuokassa ulkopuolisen rahoituksen tilille	0,00
3.Kirjaukset, jotka eivät ole mukana tuotto-/kulujäämässä mutta ovat mukana talousarvion alijäämässä. Debet - / Kredit +	
Liikekirjanpidon tasetilikirjaukset, jotka on kirjattu talousarviotulona tai -menona	-336 080,93
4.Yhteensä	-14 205 709,38
5.Talousarvion alijäämä	-14 205 709,38
6.Ero	<u>0</u>

Matkailun edistämiskeskus

Liite 14

Oman pääoman muutokset

OMA PÄÄOMA	2003	2002
Valtion pääoma 1.1.1998	1 832 647,97	1 832 647,97
Edellisten tilikausien pääoman muutos 1.1.	-151 371,74	-625 030,79
Tilinavaussiirto (Tilikauden kulujäämä)	-15 773 208,77	-16 441 608,55
Tilinavaussiirto (Pääomasiirrot)	15 143 301,35	16 914 606,94
Edellisten tilikausien pääoman muutos 31.12.	-781 279,16	-151 371,74
Pääoman siirrot 1.1.	-15 143 301,35	-16 914 606,94
Tilinavaussiirto	15 143 301,35	16 914 606,94
Siirrot valtion yleiseltä maksuliikemenotililtä	20 588 101,52	18 585 172,56
Siirrot valtion yleiselle maksuliiketulotilille	-2 964 977,42	-3 441 871,21
Tilivirastojen väliset hallinnan siirrot	0,00	0,00
Pääoman siirrot 31.12.	17 623 124,10	15 143 301,35
Tilikauden kulujäämä 1.1.	-15 773 208,77	-16 441 608,55
Tilinavaussiirto	15 773 208,77	16 441 608,55
Tilikauden kulujäämän siirto taseeseen	-17 045 513,76	-15 773 208,77
Tilikauden kulujäämä 31.12.	-17 045 513,76	-15 773 208,77
Valtion pääoma yhteensä 31.12.	1 628 979,15	1 051 368,81

**Tuotto- ja kululaskelmaan kirjattava talousarvion
ulkopuolinen rahoitus**

(Ta 66 h §:n 1 mom. 9 kohta, VK:n määräys 16/03/99)

Matkailun edistämiskeskuksella ei ole tuotto- ja kululaskelmaan
jattavaa talousarvion ulkopuolista rahoitusta.

kir-

Taseeseen sisältyvät rahastoidut varat

(Ta 66 h §:n 1 mom. 9 kohta, VK:n määräys 16/03/99)

Matkailun edistämiskeskuksella ei ole taseeseen sisältyviä rahastoituja varoja.

Taseeseen sisältyvät tiliviraston hallinnoimat rahastoidut varat, säätiöt ja yhdistykset

(Ta 66 h §:n 1 mom. 9 kohta, VK:n määräys 16/03/99)

Matkailun edistämiskeskuksella ei ole taseeseen sisältyviä tiliviraston hallinnoimia rahastoituja varoja, säätiöitä ja yhdistyksiä.

Arviomäärärahojen ylitykset ja niiden perustelut

Ei arviomäärärahojen ylityksiä.

3.8 TILINPÄÄTÖSLASKELMIEN TARKASTELU

Tuotto- ja kululaskelma

Valtion budjetissa MEKin toimintamenojen määräraha laski edellisestä vuodesta, mutta matkailuelinkeinon osallistuminen MEKin markkinointiin säilyi viimevuotisella tasolla. Yhteisrahoitteisen markkinoinnin elinkeinolta tuleva rahoitus kasvoi noin 5 %.

Henkilöstömenot ovat nousseet vähemmän kuin työmarkkinasopimuksien mukainen suhteellinen kokonaisvaikutus. Vuokratuluisissa on tapahtunut säästöä.

Rahoitustuottoihin ja –kuluihin vaikuttaa pääosin ulkomaan toimistojen valuuttasiirtojen kurssierot, joiden vaikutus tuottolaskelmaan on ollut edellisvuoden tasolla.

MEKin ruotsalaisen tytäryhtiön Finnova Ab:n toiminnan loppuminen ja yhtiön osakannan myynnin tappio näkyy muissa kuluissa.

Tase

Aineettomien oikeuksien kasvu johtuu investoinneista tietokoneohjelmiin. Toimintakauden alkupuolella otettiin harjoituskäyttöön Travel Notes –sovellus matkustusasiakirjoja varten. Raindance- kirjanpito-ohjelmaan on hankittu uusia raportteja. Merkittävin oli kuitenkin Suomen Matkailun Kehitys Oy:ltä hankittu Laatutonni –ohjelmisto, rekisterit ja tietokannat.

Ennakkomaksujen huomattava kasvu johtuu vuonna 2004 alkavan kesäkampanjan toteuttamisen valmisteluun liittyvistä ennakkomaksuista.

Sisäisen rahaliikkeen tilillä on keskusyksikön ja toimiston välillä oleva vuodenvaihteen ajoittunut katesiirto.

Esitetuotantoon liittyen varastot on inventoitu, mutta vuoden lopussa olleita valtaosaltaan vastikkeetta jaettavaksi tarkoitettuja esitteitä ja karttoja ei ole merkitty vaihtomaisuudeksi. Esitevarastojen hankintahintainen arvo vuoden lopussa oli noin 386 000 euroa.

Talousarvion toteutuminen

Matkailun edistämiskeskuksen vuoden 2003 toimintamenoista momentilla 32.50.21 siirtyi 2 619 853,38 euroa vuodelle 2004. Siirretyt määrärahat johtuvat pääosin vuodelle 2003 suunnitelluista ja sidotuista toimenpiteistä, joiden toteutus jatkuu vuonna 2004.

4. SISÄINEN VALVONTA

4. SISÄINEN VALVONTA

MEKin sisäinen valvonta on perustunut sisäisen tarkastuksen ohjesääntöön ja sen perusteella laadittuun ja ylijohdajan hyväksymään vuoden 2003 tarkastusohjelmaan.

Niissä toimistoissa, joissa edelleen on kassa, toimistopäällikkö on vähintään kerran kuukaudessa aikaa ennalta ilmoittamatta tarkastanut toimiston kassa. Tarkastuksesta on tehty merkintä kassakirjaan tai siitä on tehty erillinen asiakirja, joka diarioituna on liitetty kassa-asiakirjoihin. Toimistojen hallinnon tarkastusten yhteydessä on valvottu kassojen tarkastuksen toteutumista.

Talouden ja hallinnon tarkastus tehtiin vuonna 2003 viidessä toimistossa (Tukholma, Oslo, Frankfurt, Milano ja Madrid). Toiminnallinen tarkastus tehtiin Tokion toimistossa. Tarkastusmatkojen määrään vaikutti valtiovarainministeriön määräys matkarahojen vähentämisestä 10 %:lla.

Valtiontalouden tarkastusvirasto MEKin vuositilintarkastuksen lisäksi suoritti tarkastuksen Lontoossa ja New Yorkissa.

Erillistarkastuksia ja –selvityksiä suoritettiin seuraavista asioista:


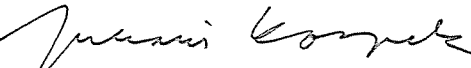




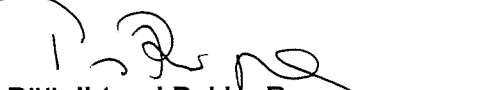
- toimistojen vuotuinen työaika
- MEKin reklamaatiojärjestelmä
- harjoittelijamenettelyt toimistoissa
- sisäinen asiakastytyväisyystutkimus
- uuden strategian mukainen budjetointiprosessi
- työajanseurannan ja –raportoinnin kehittäminen
- toimistojen käyttämät konsulttipalvelut vuonna 2002
- MEKin matkapuhelinkulut vuonna 2003

5. ALLEKIRJOITUKSET

VUODEN 2003 TILINPÄÄTÖKSEN HYVÄKSYMINEN

Matkailun edistämiskeskuksen johtokunta on kokouksessaan 22.3.2004 hyväksynyt Matkailun edistämiskeskuksen tilinpäätöksen vuodelta 2003 oheisten liitteiden mukaisena. Tilinpäätöksen tuotto- ja kululaskelma päättyy 17 045 513,76 euron kulujaan. Taseen loppusumma on 3 588 370,52 euroa.

Helsingissä 22.3.2004

Puheenjohtaja	 Ylijohtaja Bo Göran Eriksson Kauppa- ja teollisuusministeriö
Varapuheenjohtaja	 Kansliapäällikkö Juhani Korpela Liikenne- ja viestintäministeriö
Jäsenet	 Toiminnanjohtaja Erika Eischer Tampere Convention Bureau
	 Professori Raija Komppula Joensuun yliopisto
	 Johtaja Mika Perho Finnair Oyj
	 Konsernin varatoimitusjohtaja Marjut Pitkänen Lapland Hotels - Lapin Lomahotellit Oy
	 Pääsihteeri Pekka Ropponen Suomen Matkailuelinkeino SME ry

6. JOHTOKUNTA

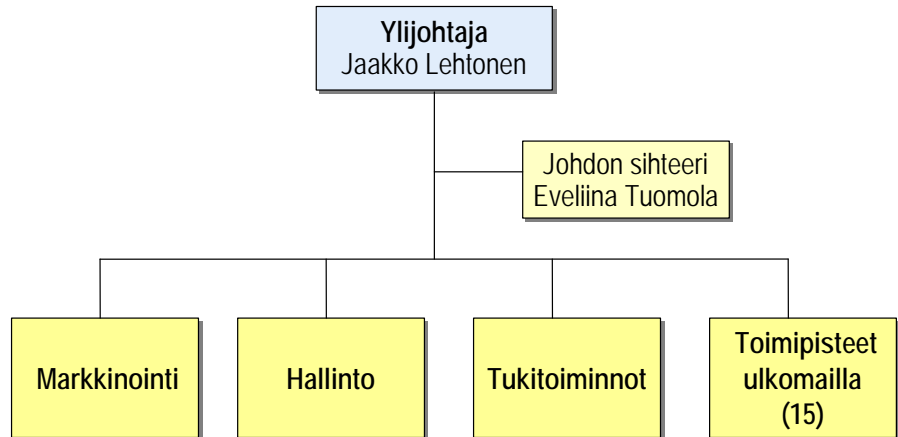
JOHTOKUNTA 31.12.2003

Puheenjohtaja	Ylijohtaja Bo Göran Eriksson Kauppa- ja teollisuusministeriö
Varapuheenjohtaja	Kansliapäällikkö Juhani Korpela Liikenne- ja viestintäministeriö
Jäsenet	Toiminnanjohtaja Erika Eischer Tampere Convention Bureau Professori Raija Komppula Joensuun yliopisto Johtaja Mika Perho Finnair Oyj Konsernin varatoimitusjohtaja Marjut Pitkänen Lapland Hotels - Lapin Lomahotellit Oy Pääsihteeri Pekka Ropponen Suomen Matkailuelinkeino SME ry
MEKin edustajat	Ylijohtaja Jaakko Lehtonen Sihteeri Hallintojohtaja Pekka Laukala

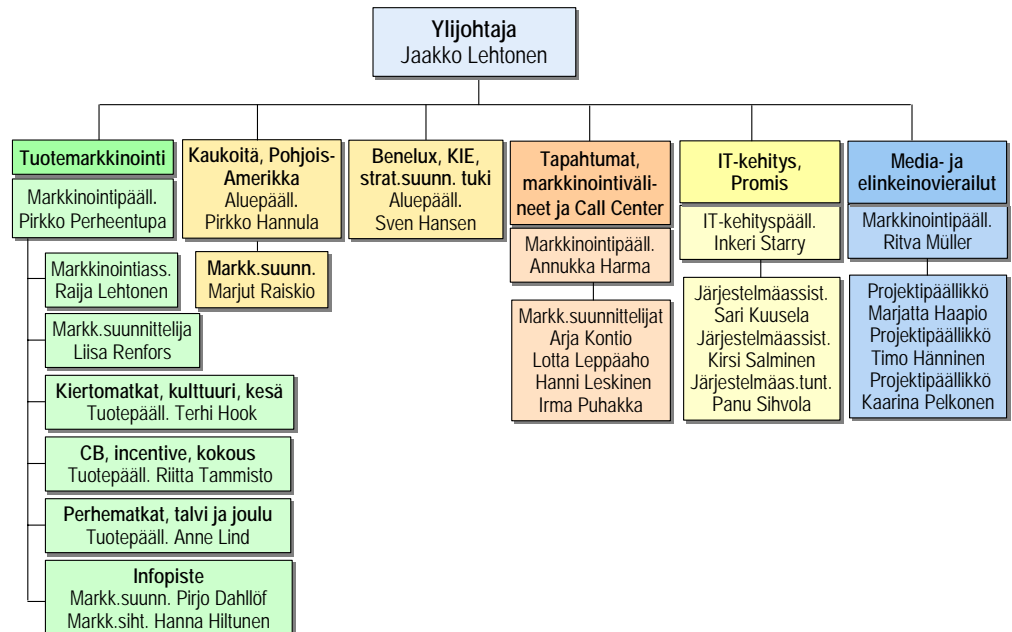
7. ORGANISAATIOKAAVIOT

7. Matkailun edistämiskeskuksen organisaatiokaaviot

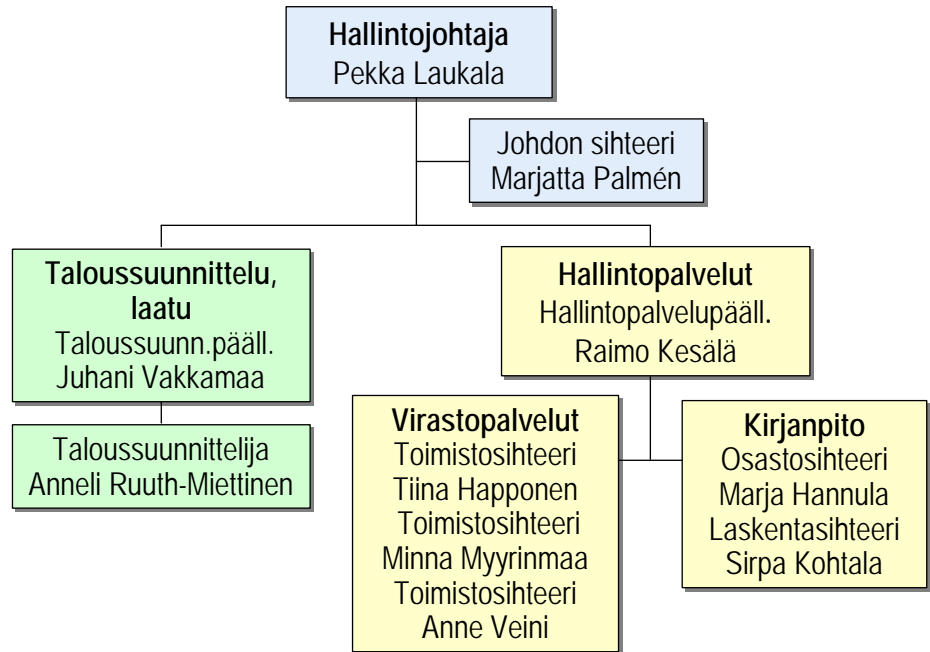
Perusorganisaatio



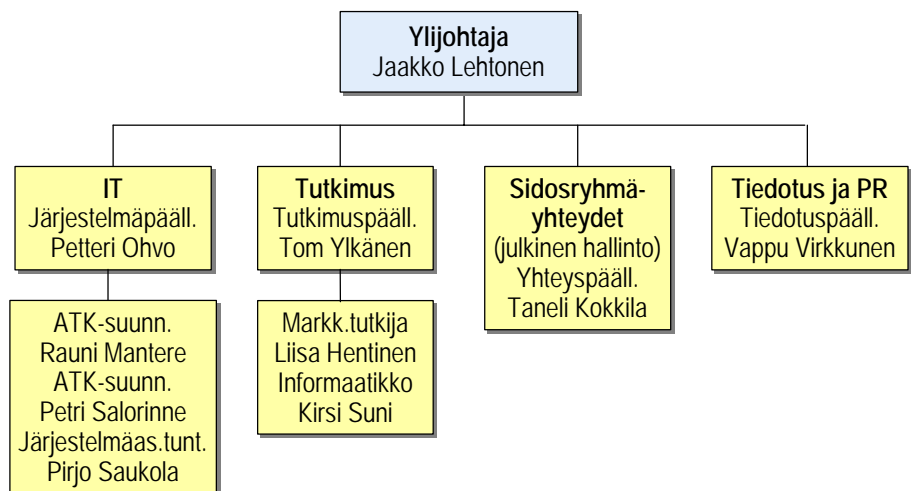
Markkinointi



Hallinto



Tukitoiminnot



Toimipisteet ulkomailta

