

Venäläisten matkailijakadon paikkaamiseen löydettävä uusia keinoja

Kokonaismatkailijamäärät ovat pienessä laskussa, vaikka kotimaan matkailijoiden määrä kasvoikin. Venäläisten matkailu vähenee edelleen, mutta kiinalaisten ja keskieurooppalaisten matkailu on kasvussa. Koko matkailuklusteriin kuuluvien yritysten liikevaihto on kevään 2014 notkahduksen jälkeen lähtenyt lievään nousuun ja sen odotetaan edelleen jatkuvan maltillisena. Matkailuyritykset hyödyntävät markkinoinnissaan sähköisen liiketoiminnan eri välineitä voimakkaasti, erityisesti on korostunut sosiaalisen median hyödyntäminen. Myös majoitus-kapasiteetin lisäämiseen aiotaan investoida vähintään 550 miljoonaa euroa seuraavan kolmen vuoden aikana.

Kotimainen kysyntä matkailun perusta, kasvu ulkomailta

Vuonna 2014 Suomessa yöpyi lähes 20 miljoonaa matkailijaa. Suurin osa (71 prosenttia) heistä on kotimaan matkailijoita. Edelliseen vuoteen verrattuna kaikkien yöpymisten yhteismäärä laski yhteensä 2,3 prosenttia, kansainvälisten matkailijoiden yöpymiset laskivat 2,6 prosenttia. Alkuvuodesta (tammi-heinäkuu) 2015 ulkomaisten matkailijoiden määrä edelleen laski johtuen venäläisten matkailijoiden vähenemisestä. Kotimaisten yöpyjien määrän pieni kasvu riittänyt nostamaan yöpymislukuja positiivisiksi, vaan alkuvuonnakin yöpymisten yhteismäärä laski 1,5 prosenttia. Kansainvälisten yöpymisten määrä on kuitenkin kasvanut koko 2000-luvun ajan, joten väistämättä pienet notkahduksetkin ovat odotettavissa. Peruskysyntä tulee siis edelleen kotimaasta, mutta pitkällä tähtäimellä kasvu voi tulla vain ulkomaisesta kysynnästä.

Venäläisten matkailijavirtojen määrä on merkittävästi vähentynyt. Venäläisten yöpymiset laskivat jo vuonna 2014 (laskua 17,3 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna), alkuvuodesta 2015 suuntaus oli sama. Tammi-heinäkuussa 2015 Suomessa yöpyi 42,4 prosenttia vähemmän venäläisiä matkailijoita kuin edellisenä vuonna samaan aikaan. Venäjän matkailua läheltä seuraavien tahojen näkemysten mukaan edelleen mennään alaspäin; nähtävissä ei ole minkäänlaisia merkkejä siitä, että tilanne lähiaikoina oleellisesti korjaantuisi ja venäläisten matkailukysyntänsä kasvaisi. Venäjän matkailun vähenemisellä on merkittävät seuraukset mm. matkailusta saatavien tulojen määrään Suomessa. Venäläisten matkailijamäärien muutosvaikutukset heijastuvat kuitenkin eri tavoin eri puolelle Suomea, alueelliset erot ovat merkittäviä. Pääosin Venäjän markkinoilta tulevaan kysyntään panostaneet yritykset ovat joutuneet ja joutuvat viimeistään nyt miettimään uudelleen omaa liiketoimintastrategiaansa ja uusia kohdemarkkinoita.

Vaikka venäläisten matkailijoiden määrä on pudonnut merkittävästi, tulee kansainvälisiä yöpymisiä Suomeen edelleenkin selvästi eniten Venäjältä (vuonna 2014 venäläisiä yöpymisiä reilu 1,3 miljoonaa). Heidän jälkeensä seuraavaksi eniten yöpymisiä tulee Ruotsista (534.000), Saksasta (500.000), Britanniaasta (446.800) ja Ranskasta (215.400).

Aasialaisten matkailijoiden määrä on viiden viimeisen vuoden aikana kasvanut tasaisesti, pienin askelin. Matkailijamäärät ovat vielä jokseenkin pienehköjä, mutta esimerkiksi kiinalaisten matkailijoiden yöpymiset ovat vuoden 2015 alkupuolella (tammi-heinäkuu) kasvaneet peräti 38 prosenttia. Aasiasta löytyy siis potentiaalisia ryhmiä eri maista. Yöpymismäärät Keski-Euroopasta ovat myös hieman pirstyneet (saksalaiset ja ranskalaiset).

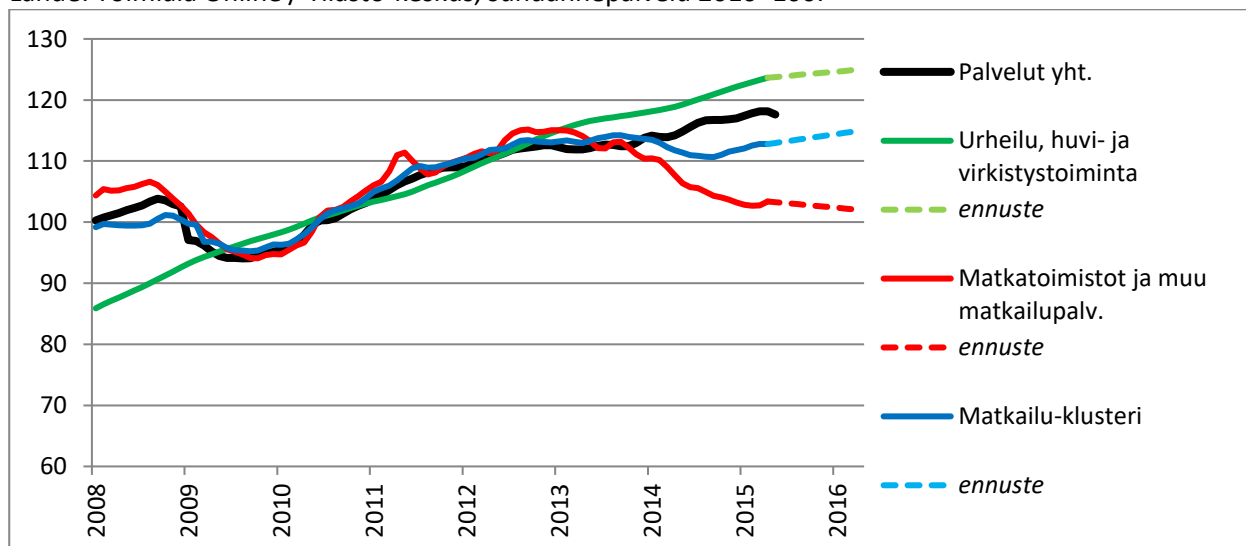
Matkailuklusteri kokonaisuudessaan jatkaa hienoista kasvua

Yleinen taloudellinen tilanne ei juurikaan ole näkynyt koko matkailuklusterin (ilman liikennettä) yritysten liikevaihdossa (kuva 1). Majoituksen osalta hotelleissa on ollut hieman laskua, liikevaihdon kehityksen ollessa stagnaatiovaiheessa. Muiden majoitusyritysten liikevaihto on ollut hieman kasvussa ja maltillinen kasvu näyttäisi jatkuvan. Urheilu-, huvi- ja virkistystoiminta-aloilla toimivien yritysten liikevaihto on ollut voimakkaassa kasvussa vuodesta 2010. Tämä kasvu näyttää jatkuvan edelleen. Matkatoimistojen liikevaihto on ollut sähköisen liiketoiminnan kasvun sekä kuluttajakäyttäytymisen muutoksen takia laskussa. Alkuvuoden näkymät eivät kuitenkaan ole ihan yhtä synkät kuin muutamana aiempina vuonna.

Koko matkailun ydinklusteri lähti viime kesän notkahduksen jälkeen lievään kasvuun ja kasvun odotetaan edelleen jatkuvan maltillisena. Kasvun perusteena voidaan nähdä uusien markkinointitoimien käynnistyminen esimerkiksi Kiinan markkinoilla. Myös talouden kasvuennuste kokonaisuudessaan on hieman positiivisen suunnalla. Lomamatkoista ei taloudellisesti tiukkanakaan aikana helposti luovuta. Myös lyhytlomat kotimaassa näyttävät kasvattavan suosiotaan, ei pelkästään taloudellisen tilanteen vaan myös kesäsesongin ulkopuolelle sijoittuvien lyhytlomien lisääntymisen takia.

Kuva 1: Eräillä matkailun aloilla toimivien yritysten liikevaihto 2008–4/2015 ja ennuste.

Lähde: Toimiala Online / Tilasto-keskus, suhdannepalvelu 2010=100.



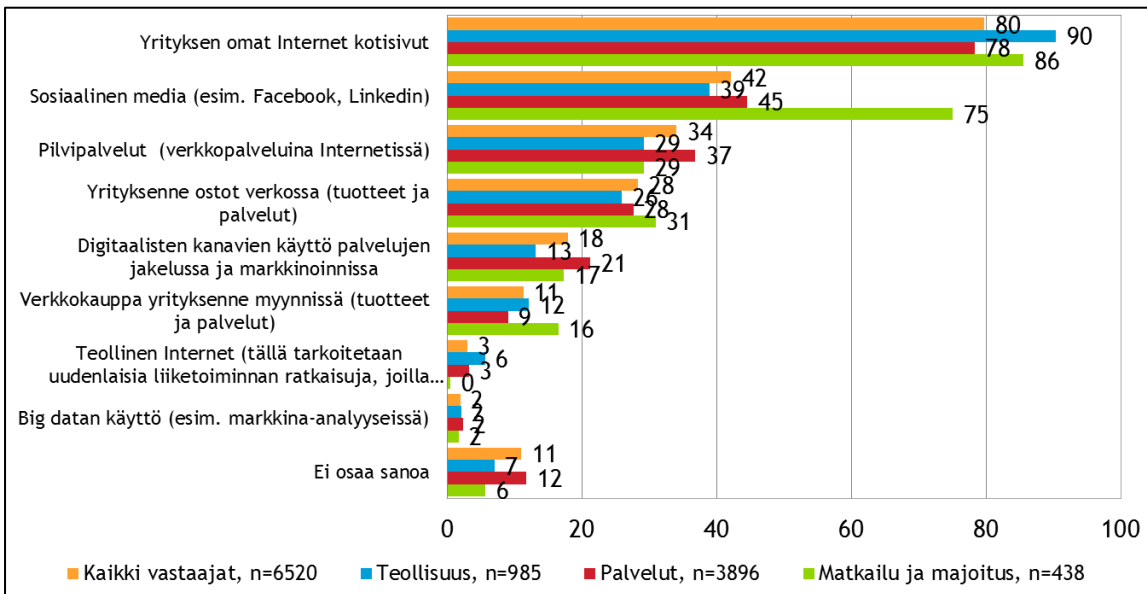
Digitalisaatiota hyödyntämällä vauhtia kasvuun

Syksyn 2015 pk-yritysbarometrissa matkailun toimialan vastaajia oli 438, joista paikallisilla tai alueellisilla markkinoilla toimivia oli lähes 70 prosenttia. Barometriin vastanneet arvioivat suhdannenäkymät hieman heikommiksi kuin edellisenä vuonna tai muilla toimialoilla. Matkailualan pk-yrityksissä yleinen taloustilanne ja yritystoiminnan sääntely koetaan merkittävimpana kehittämisen esteenä. Myös kysynnän riittämättömyys nähdään muita toimialoja selvästi merkittävämpänä kehittämisen esteenä.

Kansainvälisillä markkinoilla toimivia yrityksiä vastaajajoukossa oli 11 prosenttia. Näiden yritysten viennin osuus kokonaisliikevaihdosta on kuitenkin merkittävästi suurempi kuin muilla toimialoilla. 42 prosenttia näistä ilmoittaa viennin osuuden liikevaihdosta olevan yli 50 prosenttia. Uudistukseen matkailuyritykset ovat investoineet sekä lanseeranneet uusia tuotteita tai palveluita selvästi muita toimialoja enemmän.

Matkailualan pk-yrityksistä lähes yhdeksällä kymmenestä on omat kotisivut. Matkailualan yrityksissä hyödynnetään sosiaalista mediaa selvästi enemmän kuin muilla toimialoilla (kuva 2).

Kuva 2: Pk-yritysten liiketoiminnassaan hyödyntämät tai käyttämät digitaaliset työkalut ja palvelut, %
Lähde: Pk-yritysbarometri 2/2015, Suomen Yrittäjät, Finnvera Oyj ja TEM



Matkailuyrityksissä liiketoiminnan kasvattaminen digitaalisuuden avulla onkin varsin merkittävässä roolissa. Digitalisaatio muuttaa yritysten liiketoimintamalleja oleellisesti, sillä vanhoilla toimintamalleilla ei voi enää toimia ja uudistusta on tapahduttava. Voittajia lienevätkin ne yritykset, jotka ennakkoluulottomasti hyödyntävät digitalisaation moninaiset mahdollisuudet, huomioiden erityisesti asiakkaan koko polun haaveilusta jälkimarkkinointiin.

Matkailu investoi majoitukseen seuraavan viiden vuoden aikana jopa viisi miljardia euroa

Tulevasta talvikaudesta ennakoidaan jälleen kohtuullisen hyvää, erityisesti Pohjois-Suomessa. Kysyntä on kasvussa mm. Britanniasta ja Saksasta. Kysynnän kasvu näkyy ympäri Suomea myös erilaisten investointien muodossa. Matkailuyritykset aikovatkin seuraavien kolmen vuoden aikana investoida vähintään 550 miljoonaa euroa monenlaiseseen majoituskapasiteetin lisäämiseen. Summa perustuu Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRan ja Helsingin Sanomien keräämään aineistoon. MaRa uskoo, että summa voi nousta jopa miljardiin euroon viiden vuoden sisällä. Suurimmat investoinnit tehdään hotelleihin, jotka palvelevat matkailijoita ympäri vuoden. Esimerkiksi Helsingin Jätkäsaareen on rakenteilla Nordic Choice Hotels -ketjuun kuuluva Clarion-tornihotelli, jonka hinta-arvio on jopa 120 miljoonaa euroa.

Matkailun investoinnit painottuvat pääkaupunkiseudulle, mutta uutta rakennetaan Helsingin seudun lisäksi myös esimerkiksi Tampereelle, Pohjois-Suomen matkailukeskuksiin ja Saimaan rannoille. Matkailurakentaminen sekä uudis- että korjausrakentamisineen näkyy myös rakentamisen toimialalla.

Suomen hallituksen syyskuun alussa 2015 esittämällä toimenpiteillä on toteutuessaan matkailuun sekä myönteisiä että myös jopa negatiivisia vaikutuksia. Mm. sunnuntaisisän aleneminen alentaa yritysten kustannuksia, mutta julkisella sektorilla pitkään työskennelleiden loman lyheneminen ja kahden pitkän viikonlopun katoaminen vaikuttanee alentavasti kotimaisten matkailijoiden kysyntään.

Lisätietoja:

toimialapäällikkö Susanna Jänkälä Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus, puh. 0295 037 056
kehittämispäällikkö Esa Tikkanen, TEM, puh. 050 040 5459