

Poliittiset levottomuudet ja epidemiat maailmalla jatkuivat **Matkatoimistomyynti vain hitusen miinuksella vuonna 2016**

Matkailutoimialan kehitys on monilta osin sidoksissa Suomen talouden kehitykseen. Globaaliin toimialaan vaikuttavat talouden ohella oleellisesti myös eri alueisiin kohdistuvat poliittiset levottomuudet, terrori-iskut ja tautiepidemiat. Vuonna 2016 koettiin maailmalla useita dramaattisia tapahtumia, joilla oli selkeät vaikutuksensa myös matkailuun. Erityisesti monille tutuissa Euroopan-kohteissa tapahtuneet terrori-iskut herättivät keskustelua matkustamisen turvallisuudesta myös suomalaisten keskuudessa.

Useimpiin yllättäviin tilanteisiin eivät matkatoimistoalankaan yritykset pysty valmistautumaan, joten kriisitilanteissa toimitaan ulkoministeriön matkustussuositusten mukaan. Jonkin verran matkanjärjestäjät olivat vuonna 2016 kuitenkin suhteuttaneet tarjontaansa ennakkoon tiedossa olleisiin haasteisiin.

Tätä taustaa vasten vuoden 2016 matkatoimistomyynti pysyi suhteellisen hyvällä tasolla. Suomen matkatoimistoalan liiton (SMAL) keräämien ennakkotietojen mukaan liiton jäsenoimistojen kokonaismyynti ilman alan sisäistä kertautuvaa myyntiä oli vuonna 2016 noin 1 890 miljoonaa euroa. Vuonna 2015 vastaava luku oli 1 919,9 miljoonaa euroa eli laskua edellisvuoteen oli 1,6 prosenttia. Liikematkamynti ja sarjatuotantoon perustuva vapaa-ajanmatkojen myynti laskivat noin 3 prosenttia, mutta ns. muu matkatoimistomyynti kasvoi edellisvuodesta prosentin verran. Selvää kasvua nähtiin ns. incoming-matkamyynnissä.

Yrityksille ja yhteisöille tapahtuvan liikematkamyynnin sekä tapahtuma-, kokous- ja ryhmämyynnin arvo oli 645 miljoonaa euroa, missä oli pudotusta noin 3,4 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. Markkinan kasvun haasteena on ollut jo vuosia matkailupalveluiden, erityisesti lentojen, keskihinnan jatkuva lasku. Matkavarausten määrä sen sijaan on pysytellyt melko vakaana ja talouden positiivisesta vireestä kertoo erityisesti kokous- ja tapahtuma- sekä ryhmämyynnin määrä.

Vuoden 2016 aikana käynnistyi kansallinen lainvalmistelutyö, jolla saatetaan EU:n uusi pakettimatkadirektiivi osaksi Suomen lainsäädäntöä. Arviona on, että vuonna 2018 voimaan tuleva lainsäädäntö lisää merkittävästi vakuuden piiriin kuuluvien matkapakettien ja linkitettyjen matkapalvelujen määrää niin Suomessa kuin muuallakin EU:ssa. Valmismatkat ovat muuttaneet aikojen saatossa muotoaan ja perinteisten matkapakettien ohella myydään entistä enemmän erillisistä matkailupalveluista räätälöityjä kokonaisuuksia internetin kautta joko matkatoimistojen tai matkailupalvelujen tuottajien sivuilta. Osa näistä matkoista on jo nykyisellään ollut valmismatkalainsäädännön alaisia valmismatkoja, osa ei. Uuden lainsäädännön odotetaan tasoittavan kilpailua eri toimijoiden kesken ja lisäävän kuluttajien suojaa.

Lentäen tehtyjä valmismatkoja koskeva tilastointimme perustuu suurelta osin etukäteen suunniteltuun matkanjärjestäjien sarjatuotantoon, jossa näkyy entistä selkeämmin se, että kaikki toimijat eivät kykene erittelemään valmismatkamyyntiään yhtiön kokonaismyynnistä. Valmismatkamyynnin kokonaisvolyymien kannalta onkin oleellista tietää, että näiden matkapakettien myynti on sisällytetty myöhemmin mainittavaan muuhun matkatoimistomyyntiin.

Vuonna 2016 luku oli valmismatkatilastoinnissa mukana olevien matkanjärjestäjien osalta noin 727 500 matkaa. Tämä oli 3,6 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2015. Sarjatuotantoon perustuvassa vapaa-ajan valmismatkojen tarjonnassa on oleellista se, että tarjonta ja kysyntä kohtaavat mahdollisimman hyvin. Vuoden 2016 valmismatkatarjontaa oli selvästi monin osin rakennettu muun muassa kohdealueiden poliittisen tilanteen näkökulmasta. Tässä tilastoinnissa mukana olevien matkanjärjestäjien liikevaihto, 657,4 miljoonaa euroa, laski edellisvuoteen verrattuna vain vajaat kaksi prosenttia, mikä tarkoittaa tarjonnan ja kysynnän kohtaamista. Tämä puolestaan merkitsee alan toimijoiden kannattavuuden hienoista kohenemista.

Matkailu on edelleen verkkokaupan suurin tuoteryhmä. Lentäen tehdyistä valmismatkoista myytiin vuonna 2016 internetin kautta noin 74,9 prosenttia. Yhden laskuvuoden jälkeen online-kaupan osuus kääntyi lähes kuuden prosentin kasvuun, sillä vuonna 2015 vastaava luku oli 69 prosenttia. Liikematkojen online-myyntin osuus euromääräisestä myynnistä laskettuna oli 45 prosenttia.

Muun matkatoimistomyynnin arvosta tai jakaumasta ei ole käytettävissä täsmällistä tietoa. SMAL on kuitenkin kerännyt jäsenistöltään laajasti ennakkotietoja, joiden mukaan muu matkatoimistomyynti olisi hiukan kasvanut edellisvuodesta. Euromääräiseltä arvoltaan muu matkatoimistomyynti oli vuonna 2016 noin 587,6 miljoonaa euroa. Kasvua vuoteen 2015 oli yhden prosentin verran. Bussi- ja/tai laivapakettien sekä erityisteemojen ympärille rakennettujen matkapakettien ohella tämä luku sisältää huomattavan määrän erillisinä ostettuja matkailupalveluita. Erityisen hyvää kasvua osoitti muuhun matkatoimistomyyntiin sisällytetty ns. incoming-matkamynti eli suomalaisten matkatoimistojen koostamat, Suomessa tai sen lähialueilla toteutettavat matkat, jotka on myyty suoraan tai toisen matkanjärjestäjän kautta ulkomaalaisille matkailijoille. Suomen houkuttelevuuteen kansainvälisillä matkailumarkkinoilla on ryhdytty kiinnittämään entistä enemmän huomiota myös viranomaistahoissa, mikä lupaa apuja yksityisen sektorin matkailuyrityksille ja niiden ponnisteluille saada entistä suurempi osa matkailuvirroista Suomeen.