



# KORONAKYSELY II

# TULOKSET

**Eteläpohjalaiset matkailu- ja palvelualan yritykset**

5. marraskuuta 2020

Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Kumppanuusverkostot matkailuelinkeinon kasvun tukena –hanke

Sanna Jyllilä ja Elina Järvinen

ISBN 978-952-7317-35-8



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin





Sisällysluettelo

<b>1 KYSELYN TARKOITUS JA TAVOITTEET .....</b>	<b>3</b>
<b>2 VASTAAJIEN TAUSTATIEDOT .....</b>	<b>4</b>
2.1 Yritysten matkailupalveluiden luonne .....	4
<b>3 KORONAKRIISIN VAIKUTUKSET LIKETOIMINTAAN .....</b>	<b>5</b>
3.1 Vaikutukset yrityksen liikevaihtoon vuonna 2020 ja tulevina aikajaksoina ..	6
3.2 Koronakriisin aikana tehdyt toimenpiteet yrityksissä.....	9
3.3 Kriisin aikana syntyneet uudet yhteistyökuviot ja palvelut .....	10
3.4 Tulosodotukset vuodelta 2020 edelliseen vuoteen verrattuna .....	11
<b>4 TUEN TARVE JA RAHOITUKSEN HAKEMINEN .....</b>	<b>12</b>
4.1 Yritysten hakemat koronakriisiin tarkoitetut rahoitus- ja tukimuodot .....	13
4.2 Tuen tarve kriisin jatkuessa.....	16
<b>5 PALAUTUMINEN KORONAKRIISISTÄ JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT</b>	<b>17</b>
5.1 Yritysten liiketoiminnan jatkuminen koronakriisin jälkeen .....	17
5.2 Odotukset liiketoiminnan palautumisesta normaalille tasolle .....	18
5.3 Ulkopuolisten tekijöiden vaikutukset nopeaan palautumiseen .....	20
5.4 Vapaa sana.....	22
<b>6 YHTEENVETO .....</b>	<b>22</b>



## 1 Kyselyn tarkoitus ja tavoitteet

Matkailu oli yksi elinkeinoista, johon keväällä 2020 alkaneen koronakriisipandemian (tästä eteenpäin koronakriisi) vaikutukset olivat suurimmat. Kevään ajaksi matkailuyritysten kysyntä tyrehtyi lähes kokonaan. Kesän alussa liikkumis- ja kokoontumisrajoituksia alettiin vähitellen purkaa, joka mahdollisti kotimaan matkailun käynnistymisen juuri kesälomien kynnyksellä. Vaikka ulkomaille matkustaminen oli jossain määrin mahdollista, matkaili suurin osa suomalaisista kotimaassa. Etelä-Pohjanmaalla monet suuret tapahtumat jäivät kesän aikana koronakriisiin vuoksi toteutumatta. Tilastokeskuksen majoitustilastojen mukaan tammi-syyskuussa 2020 majoitusvuorokausissa oli -21,4 % pudotus edellisvuoteen nähden. Syksyllä 2020 alkaneen toisen aallon myötä matkailuelinkeino ajautui uudelleen kurimukseen ja epävarmuus tulevaisuudesta jatkuu edelleen. Viruksen etenemisen ennakointi on edelleenkin haastavaa, vaikka tietämys viruksen käyttäytymisestä on kuluneiden kuukausien aikana lisääntynyt. Rokotteesta on toivottu helpotusta pandemian sammuttamiseen, mutta sen markkinoille tulon ajankohta on tämänhetkisen tiedon valossa aikaisintaan vuoden 2020 lopussa tai vuoden 2021 alussa. Todennäköisesti koronakriisi jatkuu vielä pitkälle vuoden 2021 puolelle, mahdollisesti jopa pidempään.

Tämä eteläpohjalaisille matkailu- ja palvelualan yrityksille, tapahtumajärjestäjille sekä matkailuun kytköksissä oleville yhdistyksille suunnattu kysely on jatkoa huhtikuussa 2020 toteutetulle ensimmäiselle koronakyselylle. Tavoitteena oli kartoittaa koronakriisin vaikutuksia ja yritysten tulevaisuuden näkymiä sekä verrata tilannetta keväällä toteutetun kyselyn tuloksiin. Tavoitteena on myös tulosten avulla saada tietoa yritysten kehittämistarpeista, joiden mukaan tulevia toimenpiteitä voidaan suunnata yritysten tarpeisiin soveltuviksi. Kysely oli avoinna 6.-13.10.2020. Kyselyn toteutti Seinäjoen ammattikorkeakoulu osana Kumppanuusverkostot matkailuelinkeinon kasvun tukena –hanketta, jota rahoittaa Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus Manner-Suomen maaseudun kehittämisen Maaseuturahastosta.



Kysely laadittiin Webropol-ohjelmalla ja kyselyn vastauslinkki lähetettiin sähköpostitse 490 matkailutoimijalle Etelä-Pohjanmaalla hyödyntäen SeAMKin Matkailun toimialarekisteriä. Kyselylinkkiä jaettiin myös Facebookissa Matkailutoimijat Etelä-Pohjanmaa –ryhmässä, Maakuntakorkeakoulun välityksellä sekä muiden sidosryhmien kautta. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 57 kpl, jolloin vastausprosentiksi muodostui noin 12 %.

Vastaukset analysoitiin anonymoineina eikä yksittäisten yritysten vastauksia tuotu esille sellaisenaan. Tulokset julkaistaan raportin muodossa, jotta ne olisivat laajasti hyödynnettävissä. Kyselyn tulokset antavat tärkeää tietoa eteläpohjalaisen matkailuelinkeinon tilasta ja tarpeista koronakriisin aikana.

## **2 Vastaajien taustatiedot**

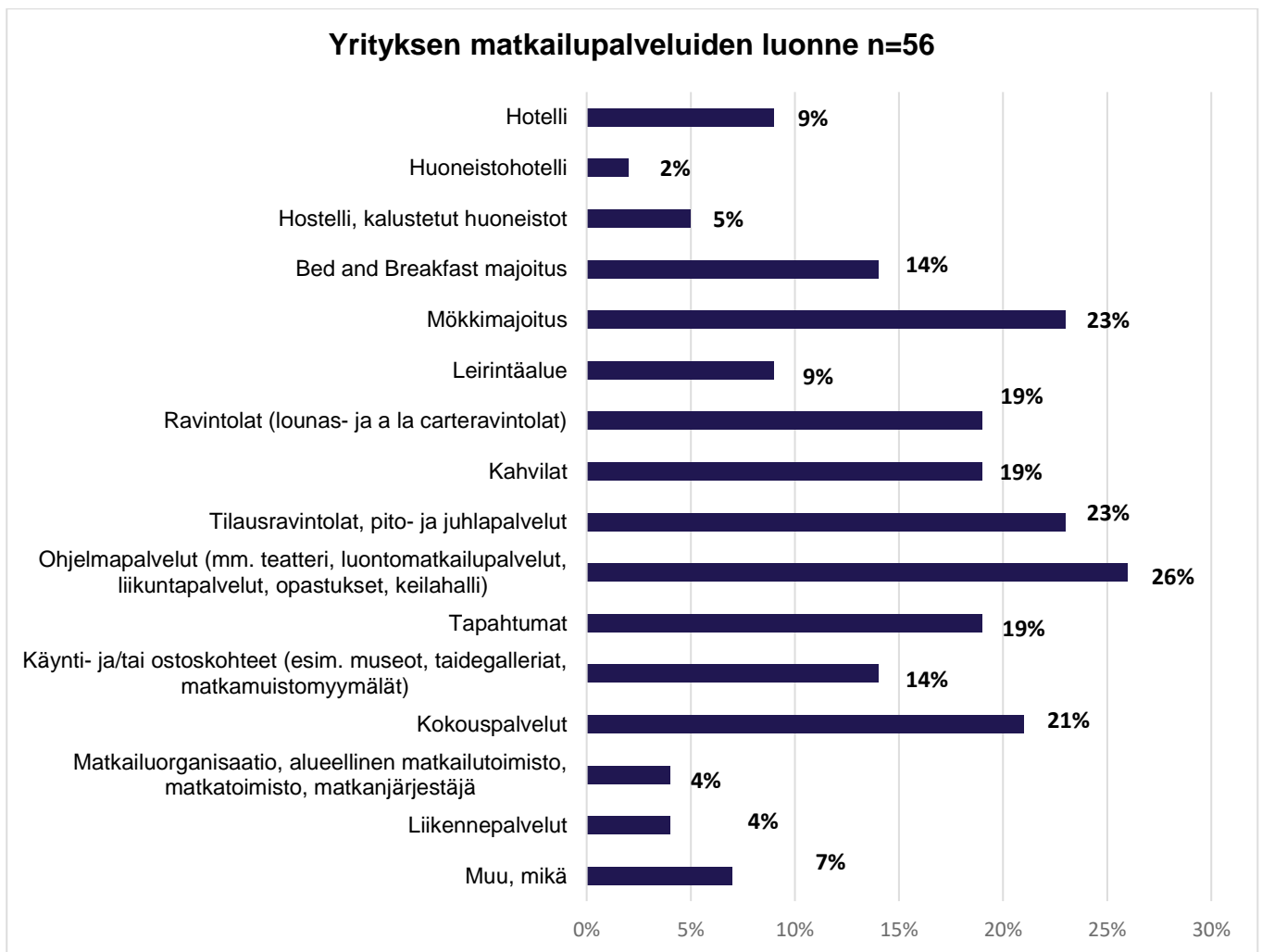
Vastaajien joukossa oli yrittäjiä, yritysten toimihenkilöitä, tapahtumajärjestäjiä sekä matkailuun kytköksissä olevien yhdistysten edustajia. Vastauksia saatiin ympäri maakuntaa, yhteensä 15 eri paikkakunnalta. Kyselyyn oli mahdollista vastata anonymisti, mutta halutesaan vastaajalla oli mahdollisuus kertoa yrityksensä tai edustamansa tahon nimi.

### **2.1 Yritysten matkailupalveluiden luonne**

Vastaajilta kysyttiin yrityksen matkailupalveluiden luonnetta eli mitä matkailupalveluita yritys tarjoaa. Vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto. Vastaajia oli 57 ja vastausten lukumäärä oli 124. Tämä osoittaa, että moni matkailualan yrittäjä tarjoaa useampia palveluita kuten majoitus- ja ravintolapalveluita ja ohjelmapalveluita. Kuviosta 1 nähdään, että vastaajat edustivat laajaa kirjoa erilaisia matkailupalveluita. Lisäksi vastausvaihtoehdoissa



annettiin mahdollisuus jättää avoimia vastauksia kohtaan "Muu, mikä". Siihen saatiin vastauksia 4 kpl, jotka edustivat ohjelmapalveluihin, käsityötuotteisiin ja maatilamatkailuksi luettavia palveluita.



Kuvio 1. Yrityksen matkailupalveluiden luonne.

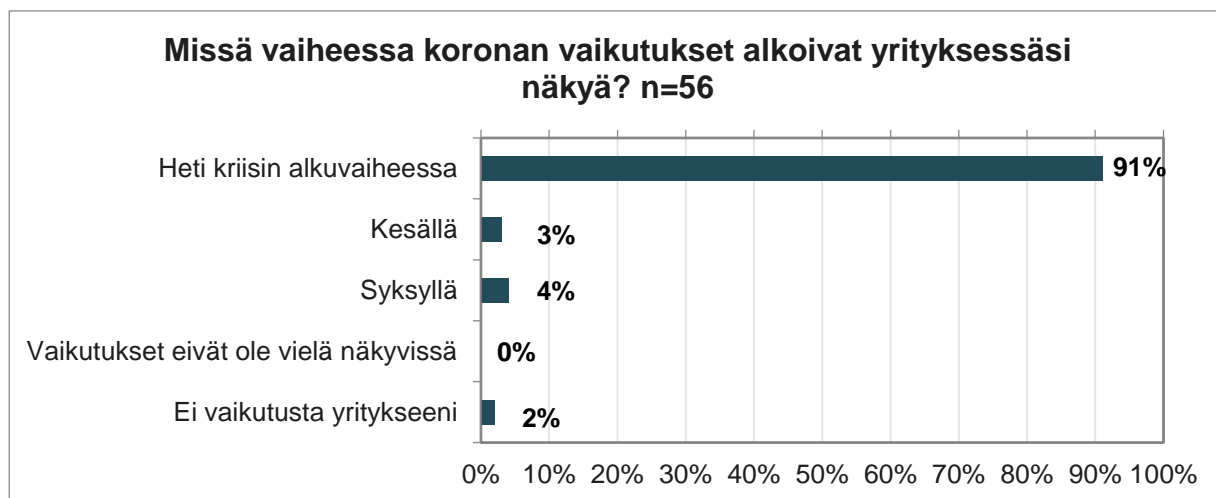
### 3 Koronakriisin vaikutukset liiketoimintaan



Tässä osiossa selvitettiin, kuinka koronakriisi on vaikuttanut yritysten liiketoimintaan kevään, kesän ja syksyn 2020 aikana. Lisäksi selvitettiin, millaiseksi yritykset arvioivat kriisin vaikutukset tulevina kausina sekä vuoden 2020 tuloksessa. Osiossa selvitettiin myös, millaisia toimenpiteitä yrityksissä on koronakriisin aikana tehty ja onko kriisin aikana mahdollisesti syntynyt jotakin uutta toimintaa tai palveluita.

### 3.1 Vaikutukset yrityksen liikevaihtoon vuonna 2020 ja tulevina aikajaksoina

Vastaajilta kysyttiin, milloin koronan vaikutukset alkoivat yrityksessä näkyä (kuvio 2) ja kysymykseen vastasi 56 vastaajaa. Lähes kaikissa yrityksissä (91 %) vaikutukset alkoivat näkyä heti kriisin alkuvaiheessa. Kahdella yrityksellä vaikutukset näkyivät kesällä ja kahdella vasta syksyllä. Yhteen yritykseen koronakriisi ei ole vaikuttanut lainkaan.



Kuvio 2. Koronakriisin vaikutusten ilmeneminen.



Vastaajilta kysyttiin myös koronakriisin vaikutuksista yrityksen liikevaihtoon kevään ja kesän 2020 aikana. Lisäksi vastaajia pyydettiin arvioimaan koronakriisin vaikutuksia tuleviin ajanjaksoihin. Kysymysten aikavälijaksotusta muokattiin hieman aiempaan kyselyyn verrattuna lisäten aikajaksoja pidemmälle eli vuoteen 2022 saakka. Lisäksi vastausvaihtoehtoihin lisättiin yksi luokka (-75% tai huonompi). Taulukosta 1 on nähtävissä koronakriisin vaikutukset yritysten liikevaihtoon menneen kevään ja kesän aikana. Suurimpaan osaan yrityksistä vaikutukset olivat erittäin suuret huhti-toukokuussa 2020: 35 % yrityksistä liiketoiminta oli keskeytetty tai suljettu kokonaan ja 44 % yrityksistä liikevaihto oli pudonnut yli 50 %. Ainoastaan yksi vastanneista yrityksistä ilmoitti, ettei liikevaihtoon ollut vaikutusta edellisvuosiin verrattuna. Kesä-heinäkuussa 62 % yrityksistä ilmoitti liikevaihdon vähentyneen. Jopa 30 % yrityksistä liikevaihto oli pienentynyt enemmän kuin -50 %. Toisaalta muutamassa yrityksessä oli kesä-heinäkuussa hieman kasvua. Puolet vastaajista ilmoitti, että elokuussa liikevaihdossa oli vähennystä normaaliin verrattuna, kun taas viidesosalla vastaajista liikevaihdossa ei ollut muutosta edellisvuosiin. Kysymykseen vastasi yhteensä 56 yritystä.

Taulukko 1. Vaikutukset yrityksen liikevaihtoon kevät—kesä 2020.

Sarake1	Liiketoiminta suljettu kokonaan/keskeytetty	-75 % tai huonompi	-75 % ja -50 % välillä	-50 % ja -15 % välillä	Ei muutosta edellisvuoteen/vuosiin	+ 5 % ja + 15 % välillä	+ 15 % tai enemmän
Huhti-toukokuu	35 %	33 %	11 %	15 %	5 %	0 %	2 %
Kesä-heinäkuu	5 %	21 %	9 %	32 %	13 %	13 %	7 %
Elokuu	7 %	7 %	18 %	27 %	22 %	11 %	7 %



Taulukosta 2 on nähtävissä yritysten arviot koronakriisin vaikutuksista tulevien ajanjaksojen liikevaihtoon. Kysymykseen vastasi 52 vastaajaa. Liiketoiminta on suljettu kokonaan tai keskeytetty syys-joulukuussa 2020 noin 12 % (6 kpl) yrityksistä. Talvikaudella 2021 sulkemiseen tai keskeyttämiseen uskoi 20 % (10 kpl) yrityksistä, keväällä 2021 vastaajista 8 % (4 kpl) ja 4 % (2 kpl) kesällä 2021.

Syys-joulukuussa 2020 ja talvikaudella 2021 suuri osa yrityksistä uskoo, että kriisin vaikutukset näkyvät liikevaihdon vähenemisenä. Syys-joulukuussa jopa 21 % (11 kpl) yrityksistä uskoo, että liikevaihto on vähintään -75 % vähemmän kuin edellisenä vuonna ja 17 % (9 kpl) uskoo liikevaihdon vähenevän -75 – 50 % edellisvuodesta. 38 % (20 kpl) puolestaan arvioi, että liikevaihto vähenee -50 -15 % välillä. Odotukset ovat vielä talvikaudelle 2021 samansuuntaiset.

Yleisesti voidaan todeta, että valtaosa yrityksistä uskoo liikevaihdon vähenemiseen talvikaudelle 2021 saakka. Kesäkauden 2021 osalta voidaan puolestaan todeta, että odotukset ovat sen suhteen joidenkin yritysten kohdalla hieman positiivisemmat: 34 % arvioi, että silloin ei tulisi muutosta aiempien vuosien liikevaihtoon. Silti lähes puolet vastaajista (44 %) uskoo liikevaihdon olevan edellisvuosia pienempi myös kesällä 2021. Tämän perusteella voidaan päätellä, että matkailuyritykset ovat varautuneet kohtuullisen suuriin liikevaihdon menetyksiin. Vain yksittäiset vastaajat uskovat liikevaihdon pieneen kasvuun tulevien kahden vuoden aikana, muiden vastaajien arviot ovat selkeästi maltillisemmat.





Taulukko 2. Vaikutukset liikevaihtoon tulevilla ajanjaksoilla.

	Liiketoiminta suljettu kokonaan/keskeytetty	-75 % tai huonompi	-75 % ja -50 % välillä	-50 % ja -15 % välillä	Ei muutosta edellisvuoteen/vuosiin	+ 5 % ja + 15 % välillä	+ 15 % tai enemmän
Syys-joulukuu 2020	12 %	21 %	17 %	38 %	6 %	6 %	0 %
Talvikausi 2021	20 %	10 %	18 %	34 %	12 %	6 %	0 %
Kevätkausi 2021	8 %	16 %	14 %	34 %	14 %	14 %	0 %
Kesäkausi 2021	4 %	4 %	12 %	28 %	34 %	10 %	8 %
Talvikausi 2021	8 %	13 %	17 %	19 %	25 %	17 %	2 %

### 3.2 Koronakriisin aikana tehdyt toimenpiteet yrityksissä

Vastaajilta kysyttiin, millaisia toimenpiteitä yrityksissä on koronakriisin seurauksena tehty. Vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto. Vastaajia oli 55 ja vastausten lukumäärä oli 118. Kuvion 3 mukaan lähes puolet yrityksistä oli joutunut keskeyttämään toiminnan tai sulkemaan kokonaan (26 kpl). Myös toimintojen karsimisesta ilmoitti 40 % yrityksistä eli 22 kpl. Tuote- ja palveluvalikoimaansa oli joutunut supistamaan 29 % yrityksistä (16 kpl). Aukioloaikojen lyhentäminen oli toimenpiteenä 24 % yrityksistä (13 kpl) ja lomautuksiin oli joutunut turvautumaan 18 % yrityksistä (10 kpl). Irtisanomisia oli tehty kahdessa yrityksessä ja toiminta oli lopetettu kokonaan yhdessä yrityksessä. Vastanneista 5 yrityksessä (9 %) ei ole tähän mennessä tarvinnut tehdä mitään toimenpiteitä koronan vuoksi.



Vastaajilla oli mahdollisuus jättää myös avoimia vastauksia kohtaan 'Muuta, mitä'. Tähän vaihtoehtoon tuli yhteensä 14 vastausta. Vastauksista nousi esille erityisesti turvallisuuteen ja hygieniaan liittyvät asiat: siivouksen tehostaminen, työntekijöiden karanteenit, asiakkaiden opastaminen ja turvaväleistä huomioiminen. Lisäksi mainittiin yrittäjän oman työpanoksen lisääntyminen ja pidentyneet työpäivät, kesätyöntekijöiden vähentäminen sekä se, että nollatuntisopimustyöntekijöille ei ole voinut tarjota työtä. Myös maksuaikapidennyksiä on pyydetty. Vastauksissa mainittiin myös kuluttajapuolen markkinoinnin tehostamisesta sekä uusien tilojen rakentamisesta ja toisaalta kehittämisen lopettamisesta.



Kuvio 3. Koronakriisin aikana tehdyt toimenpiteet yrityksissä.

### 3.3 Kriisin aikana syntyneet uudet yhteistyökuviot ja palvelut

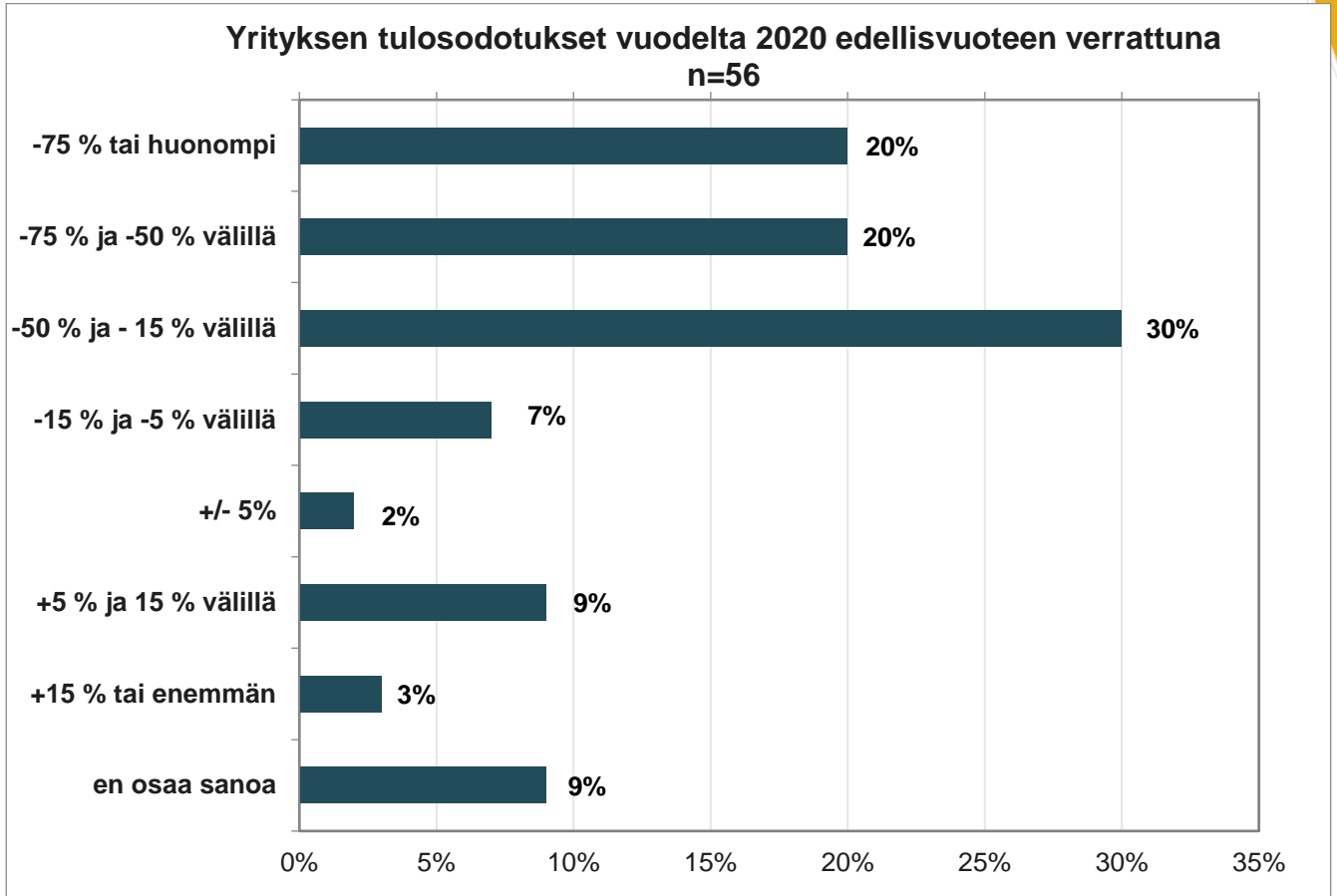
Vastaajilta kysyttiin kriisin aikana syntyneistä mahdollisista uusista yhteistyömuodoista, palveluista tai muista asioista. Kysymys esitettiin avoimena kysymyksenä, johon vastaaja sai



vastata vapaan sanan muodossa. Vastaajista 27 vastasi kysymykseen, joista 9 vastaajan mukaan heidän yrityksissään ei ollut syntynyt mitään uutta. Muissa vastauksissa mainittiin muun muassa palveluiden parantamisesta, uusien tuotteiden ja palvelukonseptien suunnittelusta, verkkokaupan ja nettisivujen kehittämisestä ja uudistamisesta sekä uusista yhteistyö- ja markkinointikuvioista. Uusista palveluista mainittiin mm. karanteenimajoitus ja etätyötilojen tarjoaminen.

### 3.4 Tulosodotukset vuodelta 2020 edelliseen vuoteen verrattuna

Vastaajia pyydettiin arvioimaan yrityksen vuoden 2020 tulosodotuksia verrattuna edelliseen vuoteen. Kysymykseen vastasi kaikki 56 vastaajaa. Kuvioista 4 nähdään, että yhteensä 77 % vastaajista odottaa tuloksen olevan huonompi edellisvuoteen verrattuna. 40 % vastaajista arvioi, että vuoden 2020 tulos on vähintään puolet huonompi edellisvuoden tulokseen verrattuna. 30 % arvioi tuloksen jäävän – 15 ja – 50 % huonommaksi ja 7 % näki tuloksen jäävän -5 ja -15 % edellisvuotta huonommaksi. Positiivisia tulosodotuksia oli seitsemällä yrityksellä eli 11 % vastanneista yrityksistä. ”En osaa sanoa” -vaihtoehdon valitsi 9 % vastaajista eli 5 vastaajaa.



Kuvio 4. Yritysten tulosodotukset vuoden 2020 ajalta edelliseen vuoteen verrattuna

## 4 Tuen tarve ja rahoituksen hakeminen

Tässä osiossa selvitettiin yritysten tuen tarvetta koronakriisin aikana ja sen jälkeen. Tavoitteena oli selvittää, ovatko yritykset hakeneet tai suunnitelleet hakevansa saatavilla olevia tukirahoituksia kunnilta, Business Finlandilta, ELY-keskuksilta tai hyödyntäneet muita mahdollisia saatavilla olevia tukimuotoja. Lisäksi haluttiin selvittää, millaisiin toimenpiteisiin tukia oli haettu. Kyselyssä selvitettiin myös syitä, mikäli yritys ei ollut hakenut tai ei aikonut hakea tukia lainkaan. Lisäksi selvitettiin muuta kuin rahallisen tuen tarvetta yrityksissä yleisesti.



Näiden vastausten tuloksia on tarkoitus hyödyntää kehittämis- ja tukitoimien kohdentamisessa kriisistä palautumisessa sekä ottaa ne huomioon, kun ennakoidaan mahdollisia uusia yllättäviä kriisitilanteita tulevaisuudessa.

#### 4.1 Yritysten hakemat koronakriisiin tarkoitetut rahoitus- ja tukimuodot

Kysymyksessä olivat mukana kevään, kesän ja syksyn 2020 aikana haettavina olleet matkailu- ja palvelualan yrityksille soveltuvat tukimuodot. Osa tuista oli kyselyaikana vielä haettavissa, mutta osassa haku-aika oli jo päättynyt. Kysymyksen avulla saatiin selville myös positiivisen päätöksen saaneet yritykset. Kysymykseen vastasi 55 vastaajaa.

Taulukosta 3 ilmenee, että monet vastanneista yrityksistä eivät olleet hakukelpoisia kyseisiin tukiin tai eivät jostain muusta syystä aikoneet tukea hakea. Yksinyrittäjän toimintatukea oli hakenut ja saanut myönteisen päätöksen 30 % vastaajista (14 kpl). Työmarkkinatukea oli saanut 22 % vastaajista (9 kpl). Business Finlandin esiselvitysrahoituksen liiketoiminnan häiriötilanteisiin oli saanut 12 % vastaajista (5 kpl) ja 14 % vastanneista yrityksistä (6 kpl) oli kyseistä tukea hakenut, mutta saanut kielteisen päätöksen. Business Finlandin kehittämisavustusta oli puolestaan saanut 8 % (3 kpl) vastanneista, 13 % hakeneista (5 kpl) oli puolestaan saanut kielteisen päätöksen. ELYn yrityksen kehittämisavustuksen tilanneanalyysin tekemiseen oli saanut 21 % yrityksistä (9 kpl). ELYn kehittämisavustuksen kehittämistoimenpiteisiin oli saanut kaksi yritystä (5 %) ja kielteisen päätöksen oli saanut kolme yritystä (8 %). Ravitsemisyrittäjille suunnattua tukea oli kaksi yritystä (5 %) hakenut ja saanut myönteisen päätöksen, viisi yritystä (13 %) ilmoitti aikovansa tukea hakea. Myös maaseudun yritysten väliaikaista tukea oli kaksi yritystä hakenut ja saanut myönteisen päätöksen (5 %), yksi yritys oli saanut kielteisen päätöksen (3 %). Tukimuoto oli vielä kyselyaikana haettavissa ja viisi yritystä ilmoitti aikovansa vielä hakea (13 %). Avoimissa vastauksissa 'Jokin



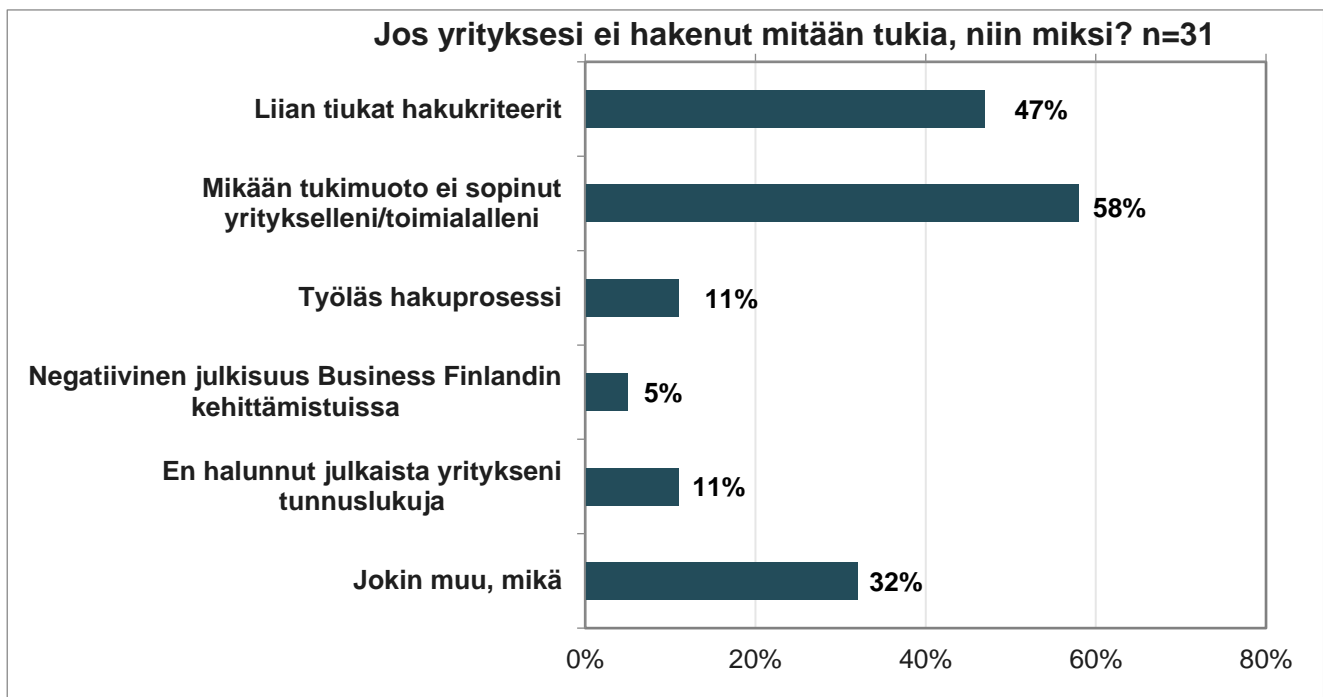
muu, mikä' -kohdassa oli kaksi vastausta, joista toisessa mainittiin museoiden korona-avustus ja toinen vastaaja kertoi odottavansa haettavaksi tulevia mahdollisia uusia tukimuotoja.

Taulukko 3. Yritysten hakemat tuki- ja rahoitusmuodot.

	Kyllä	Kyllä ja saanut myönteisen päätöksen	Kyllä ja saanut kielteisen päätöksen	Aion hakea	En aio hakea	Yritykseni ei ole hakukelpoinen
Yksinyrittäjän toimintatuki 2000 €	2 %	30 %	0 %	0 %	11 %	57 %
Business Finland esiselvitysrahoitus liiketoiminnan häiriötilanteisiin (yritykset väh. 6 hlöä)	0 %	12 %	14 %	0 %	21 %	52 %
Business Finland kehittämisavustus liiketoiminnan häiriötilanteisiin (päättynyt 8.6.)	5 %	8 %	13 %	0 %	25 %	50 %
ELY Yrityksen kehittämisavustus tilanneanalyysi (yritykset max. 5 hlöä, päättynyt 8.6.)	2 %	21 %	5 %	2 %	23 %	47 %
ELY Yritysten kehittämisavustus kehittämistoimenpiteet (päättynyt 8.6.)	3 %	5 %	8 %	3 %	42 %	39 %
Valtiokonttorin kustannustuki (päättynyt 31.8.)	0 %	10 %	7 %	2 %	37 %	44 %
Ravitsemisyriyten yleistuki (haku 31.10. saakka)	3 %	5 %	0 %	13 %	28 %	51 %
Maaseudun yritysten väliaikainen tuki (haku 31.12. saakka)	0 %	5 %	3 %	13 %	30 %	50 %
Työmarkkinatuki	5 %	22 %	0 %	2 %	32 %	39 %
Jokin muu, mikä	0 %	6 %	0 %	6 %	44 %	44 %



Yrityksiltä kysyttiin myös syitä, mikäli eivät olleet hakeneet tukia (kuvio 5). Kysymykseen vastasi 31. Mikään tukimuodoista ei sopinut 58 % vastanneelle yritykselle. Lähes puolet vastanneista oli sitä mieltä, että hakukriteerit olivat liian tiukat. Kahden yrityksen mielestä hakuprosessi on liian työläs, kaksi yritystä puolestaan ei halua julkistaa yrityksensä tunnuslukuja ja yksi jätti hakematta Business Finlandin tukien yhteydessä virinneen negatiivisen julkisuuden vuoksi. Muina syinä on mainittu muun muassa se, että kehittämistukihaut päättyivät liian aikaisin, eikä omat kehittämistarpeet olleet siinä vaiheessa vielä selvillä. Lisäksi mainittiin yrityksen nuori ikä, jolla tilinpäätöstiedot eivät olleet vielä riittävän hyvät tai toisen yrityksen kohdalla tuloja ei ollut riittävästi. Yksi yritys toimii vain kesäaikana, joten tukien hakuajankalana liikevaihdon putoamisesta ei vielä ollut varmuutta. Yksi vastaaja puolestaan pohtii, kenelle tuet ylipäättään on tarkoitettu.



Kuvio 5. Syyt, miksi yritykset eivät ole hakeneet tukia.



Yrityksiltä kysyttiin avoimen kysymyksen muodossa toimenpiteitä, joihin ovat tukea hakenneet. Vastausten perusteella tukia on haettu palkkaukseen, kuluihin ja perustoimintaan. Useampi vastaaja mainitsi hakeneensa tukea liiketoiminnan kehittämiseen: markkinointiin ja uusien markkina-alueiden löytämiseen, verkkokaupan suunnitteluun, kotisivujen tekemiseen, uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen sekä kansainvälistymiseen. Yksi vastaaja kertoi käyttäneensä alennetulla hinnalla ELY-keskuksen yrityksen kehittämisen konsulttipalvelua.

## 4.2 Tuen tarve kriisin jatkuessa

Vastaajilta kysyttiin avoimen kysymyksen muodossa, millaiselle rahalliselle tuelle yrityksissä on edelleen tarvetta. Kysymykseen vastasi 27 vastaajaa. Useat vastaajista kokivat tarvitsevänsä tukea kiinteisiin kustannuksiin kuten vuokriin, vakuutuksiin ja sähkөөön sekä muihin juokseviin kuluihin. Lisäksi toivottiin tukea erilaisiin investointeihin ja kalustohankintoihin sekä kehittämiseen. Myös ALV-alennusta toivottiin helpottamaan tilannetta.

Yrityksiltä kysyttiin myös muun kuin rahallisen tuen tarpeesta. Vastaaja sai valita useamman vastausvaihtoehdon. Vastaajien määrä oli 38 ja valittujen vastausvaihtoehtojen määrä 88 kpl. Kuvion 6 mukaan jopa 45 % yrityksistä kaipaa tukea digitaalisiin ratkaisuihin. Tiedottamista koronatukien ja rahoituksen hakemisesta toivoo 42 % vastaajista, lähes yhtä moni vastaaja kaipaisi myös tukea liiketoimintamallien kehittämiseen sekä tuotekehitykseen. Neljännes vastaajista toivoo myös yrittäjien välistä vertaistukea sekä ajankohtaisia aiheita käsitteleviä webinaareja. Kaksi yritystä (5 %) toivoisi yritysryhmähankkeiden valmistelua. Jokin muu, mikä -vaihtoehtoon vastasi viisi vastaajaa. Vastauksissa toivottiin kevyttä keskustelua ja sparrausapua, joka auttaisi tulevan talven suunnittelussa. Yksi vastaaja toivoi investointitukea, ja yksi vastaaja mainitsi olevansa masentunut eikä halua olla kerjäläinen.





Kuvio 6. Yritysten muun tuen tarve.

## 5 Palautuminen koronakriisistä ja tulevaisuuden näkymät

Tässä osiossa selvitettiin vastaajien näkemyksiä koronakriisistä toipumisesta sekä liiketoiminnan jatkumisesta koronakriisin jälkeen. Lisäksi vastaajat saivat kyselyn lopussa kommentoida vapaasti oman yrityksen kohdalta kohdassa 'vapaa sana'.

### 5.1 Yritysten liiketoiminnan jatkuminen koronakriisin jälkeen

Vastaajia pyydettiin arvioimaan yritystoiminnan jatkumista koronakriisin jälkeen (kuvio 7). Kysymykseen vastasi 55 vastaajaa, joista yli puolet eli 58 % arvioi, että yritystoiminta jatkuu normaalisti (32 kpl). Yritystoiminta jatkuu pienemmällä kapasiteetilla 24 % yrityksistä (13 kpl). Vastaajista kaksi aikoo vaihtaa toimialaa tai suunnittelee uutta liiketoimintaa (4 %). Kolme yritystä on vaarassa ajautua konkurssiin (5 %). Kukaan vastaajista ei kuitenkaan aio



kokonaan lopettaa yritystoimintaansa. 9 % vastaajista ei osaa sanoa liiketoiminnan jatkumisesta kriisin jälkeen.



Kuvio 7. Arviot yritystoiminnan jatkumisesta kriisin jälkeen.

## 5.2 Odotukset liiketoiminnan palautumisesta normaalille tasolle

Kunkin yrityksen osalta vastaajia pyydettiin arvioimaan liiketoiminnan palautumista normaalisti tai kohtuullisen kestäväälle tasolle sekä kotimaisten että kansainvälisten asiakkaiden matkailukysynnän osalta. Kysymykseen vastasi 55 vastaajaa. Taulukosta 4 nähdään, että kotimaisten matkailijoiden osalta vastaajista lähes puolet eli 45 % arvioi yritystoiminnan palautuvan kohtuullisen kestäväälle tasolle kesällä 2021. Vastaajista 13 % arvioi toiminnan palautuvan normaaliksi syksyllä 2021 ja 16 % puolestaan arvioi, että toiminta palautuu normaaliksi vasta vuonna 2022. Vain 7 % uskoi toiminnan palautumiseen jo tulevana talvi 2020 – kevät 2021 -kautena. Toiminnan palautumista kotimaisten matkailijoiden osalta ei osannut arvioida 15 % vastaajista. Kaikki kuitenkin uskovat tilanteen normalisoitumiseen jossakin



vaiheessa, sillä kukaan ei vastannut, ettei toiminta kotimaisten matkailijoiden osalta palautuisi ennalleen koskaan.

Ulkomaalaisten matkailijoiden suhteen 38 % ei osannut sanoa, milloin toiminta normalisoi-  
tuu tai palaa kohtuullisen kestäväälle tasolle. Vastaajista 26 % uskoo, että se tapahtuu vasta  
vuonna 2022. Toisaalta 14 % arvioi, että ulkomaalaisten osalta toiminta palautuu jo kesällä  
2021. Vastaajista yksi (2 %) oli sitä mieltä, että toiminta ei palaudu ennalleen.

Taulukko 4. Vastaajien arviot kotimaan matkailun ja kansainvälisen matkailun palautumi-  
sesta kohtuullisen kestäväälle tasolle.

	Talvi 2020 - ke- vät 2021	kesä 2021	Syysy 2021	Talvi 2022	Vuosi 2022	Vuosi 2023	Ei pa- laudu ennal- leen	En osaa sa- noa
<b>Kotimaiset matkailijat</b>	7 %	45 %	13 %	2 %	16 %	2 %	0 %	15 %
<b>Ulkomaiset matkailijat</b>	2 %	14 %	6 %	8 %	26 %	4 %	2 %	38 %



### 5.3 Ulkopuolisten tekijöiden vaikutukset nopeaan palautumiseen

Vastaajat arvioivat ulkopuolisten tekijöiden vaikutuksia yrityksen liiketoiminnan nopeaan palautumiseen. Vastaajat arvioivat kunkin väittämän tärkeyttä yrityksen näkökulmasta asteikolla 1-5 (ei mitään merkitystä-erittäin paljon merkitystä). Vastausvaihtoehdoissa oli myös vaihtoehto 'en osaa sanoa'. Kysymykseen vastasi 55 vastaajaa.

Taulukosta 5 selviää, että kokoontumis- ja liikkumisrajoitteiden purkaminen on tärkein palautumiseen vaikuttava tekijä, sillä se nähtiin suurimmassa osassa yrityksistä erittäin merkityksellisenä (77 %) tai jonkin verran merkityksellisenä (19 %). Lähimatkailun suosion kasvaminen on erittäin merkityksellistä 69 % yrityksistä ja jonkin verran merkitystä, sillä on 22 % yrityksistä. Kotimaan matkailun kasvun jatkumisella oli erittäin paljon merkitystä 63 % yrityksistä ja jonkin verran merkityksellistä 27 % yrityksistä. Rokotteen/ lääkkeen markkinoille tulolla on erittäin paljon merkitystä 59 % vastaajista. Jonkin verran merkitystä on alueelliseen yhteismarkkinointiin osallistumisella (47 %), uusien liiketoimintamallien ja palveluiden kehittämällä (56 %), yrittäjien välisen yhteistyön tiivistämisellä (62 %), kestävyuden ja vastuullisuuden huomioimisella matkailupalveluissa (53 %) sekä kehittämishankkeiden hyödyntämisellä (49 %). Kansainvälisen matkailun virkistymisellä on jonkin verran merkitystä 33 % yrityksistä, toisaalta saman verran yrityksistä arvioi, että kansainvälisellä matkailulla ei ole juurikaan merkitystä tai mitään merkitystä. Yritysrahoitusten ja -tukien osalta 30 % vastaajista koki näillä olevan erittäin paljon merkitystä ja 32 % jonkin verran merkitystä. Muu, mikä -kohtaan vastattiin etätyön loppuminen ja työmatkustukseen palaaminen sekä kokoontumisten turvallinen salliminen.

Taulukko 5. Vastaajien arviot ulkopuolisista tekijöistä, jotka vaikuttavat liiketoiminnan nopeaan palautumiseen.



<b>Mitkä ulkopuoliset tekijät vaikuttavat yrityksesi liiketoiminnan nopeaan palautumiseen?</b>	<b>Ei mitään merkitystä</b>	<b>Ei juurikaan merkitystä</b>	<b>Ei vaikutusta</b>	<b>Jonkin verran merkitystä</b>	<b>Erittäin paljon merkitystä</b>	<b>En osaa sanoa</b>
Kokoontumis- ja liikkumisrajoitusten purkaminen	0 %	2 %	0 %	19 %	77 %	2 %
Joustavat yritysrahoitukset ja -tuet	2 %	6 %	12 %	32 %	30 %	18 %
Kotimaan matkailun kasvun jatkuminen	2 %	2 %	4 %	27 %	64 %	2 %
Lähimatkailun suosion kasvaminen	2 %	4 %	2 %	22 %	69 %	2 %
Kansainvälisen matkailun virkistyminen	10 %	10 %	14 %	33 %	24 %	10 %
Alueelliseen yhteismarkkinointiin osallistuminen	0 %	8 %	4 %	47 %	14 %	27 %
Uusien liiketoimintamallien ja palveluiden kehittäminen	0 %	6 %	6 %	57 %	11 %	21 %
Yrittäjien välisen yhteistyön tiivistäminen	0 %	4 %	10 %	62 %	12 %	13 %
Rokotteen / lääkkeen markkinoille tulo	0 %	0 %	0 %	28 %	59 %	13 %
Kestävyys ja vastuullisuuden selkeämpi huomioiminen matkailupalveluissa	2 %	6 %	6 %	53 %	22 %	12 %
Kehittämishankkeiden hyödyntäminen	0 %	4 %	8 %	49 %	13 %	26 %
Muu, mikä	0 %	0 %	0 %	0 %	33 %	67 %



## 5.4 Vapaa sana

Kyselyn lopussa vastaajilla oli mahdollisuus jättää vielä vapaa kommentti koronakriisin heittämisestä ajatuksista ja tuntemuksista. Avoimia vastauksia tuli yhteensä 8 kpl.

Vastauksista ilmenee kehittämisorientoituneisuus ja kestävä matkailun tulevaisuuden eteen työskenteleminen. Vastauksissa pohdittiin, että koronarokotteen markkinoille tulon saakka epävarmuus jatkuu ja poliitikkojen sekä viranomaisten on siihen asti pystyttävä luomaan yksiselitteiset ohjeet ja suositukset. Kahdessa vastauksessa mainittiin yrityksen nuori ikä, jonka vuoksi tukia ei voinut hakea eikä verrata koronan vaikutuksia toimintaan. Samalla myös toivottiin, että tämä olisi huomioitu kyselyn vastausvaihtoehdoissa. Yhdistystoimija mainitsi, ettei kaikkiin kysymyksiin pystynyt toiminnan luonteen vuoksi vastaamaan. Myös selkeä huoli ja pelko koronaviruksen tartumisesta asiakkaiden mukana näkyi yhden vastaajan kommentissa.

## 6 Yhteenveto

Matkailuelinkeinon tila jatkuu edelleen haastavana ja entistä vaikeammin ennakoitavana. Keväällä 2020 matkailu pysähtyi käytännössä kokonaan globaalin koronakriisin seurauksena. Kesäkaudella kotimaan matkailu koki ennennäkemättömän suosion, kun suomalaiset matkailivat kotimaan kohteissa niin lähellä kotipaikkaansa kuin myös muualla Suomessa. Syksyllä koronapandemian toisesta aallosta alkoi näkyä merkkejä ja kesäajan jälkeinen toiveikkuus tilanteen paranemisesta vaihtui uuteen epävarmuuteen sekä tietoisuuteen siitä, että pandemian vaikutukset tulevat kestävämmän odotettua huomattavasti pidempään.



Keväällä toteutettu ensimmäinen koronakysely osoitti, että kriisi on yhteinen ja tunne epävarmuudesta jaettu. Siitä yhtenä osoituksena oli aktiivinen vastaaminen kyselyyn (78 vastaajaa). Syksyllä toteutetussa otanta oli suurempi, mutta vastaajien määrä jäi silti pienemmäksi eli 57 vastaajaan. Tämä saattaa osoittaa väsymystä tilanteen jatkumiseen.

Kriisin vaikutukset näkyivät lähes kaikissa yrityksissä heti kriisin alkuvaiheessa. Kevään koronakyselyssä yhteensä 90 % yrityksistä arvioi vuoden 2020 tulosodotukset edellisvuotta huonommaksi, ja yli puolet uskoi vähintään -50 % huonompaan tulokseen. Nyt toteutetun toisen kyselyn perusteella tulosodotukset eivät ole juurikaan kohentuneet, sillä edelleen 77 % vastaajista arvioi tulosodotukset edellisvuotta selkeästi heikommaksi, ja jopa 40 % odottaa tuloksen olevan vähintään puolet huonompi. Kokonaisuutena negatiivisiin tulosodotuksiin vaikuttaa kevään heikko tilanne, jolloin useat yritykset joutuivat sulkemaan liiketoiminnan kokonaan sekä epävarmuus syksyn ja joulunajan tilanteesta pandemian toisen vaiheen vuoksi. Kesäkaudesta muodostui eteläpohjalaisille matkailuyrityksille kohtuullinen kotimaan matkailun virkistyttyä, kun rajoituksia alkukesällä lievennettiin. Kesä-heinäkuussa liikevaihto oli kuitenkin edellisvuotta pienempi 62 % yrityksistä. Toisaalta elokuu oli monessa yrityksessä edellisvuosien kaltainen tai jopa parempi, sillä kotimaan matkailu jatkui suhteellisen aktiivisena vielä koko elokuun ajan.

Kyselyaikana koronapandemia oli Etelä-Pohjanmaan alueella kiihtymisvaiheessa. Tämä oletettavasti vaikutti yritysten huoleen myös tulevien matkailukausien heikkenemisestä. Yritysten näkemykset ovat hyvin realistiset ja erittäin harva uskoo kasvuun lähiaikoina. Suurin osa yrityksistä uskoo liikevaihdon putoavan syys-joulukuussa 2020 jopa yli 50 %. Vuoden 2021 kausien osalta odotukset ovat myös melko pessimistiset ja osa yrityksistä on varautunut koko vuoden ajan jatkuvaan pienempään liikevaihtoon. Toisaalta kolmasosa yrityksistä luottaa kesäkauteen 2021, jonka uskovat tulevan edellisvuosien kaltaiseksi. Talven 2021 osalta odotuksissa on suurta vaihtelua, osa uskoo kasvuun ja osa selkeästi huonompaan liikevaihtoon.



Ensimmäisessä kyselyssä kotimaan matkailun virkistyminen nähtiin erittäin merkittävänä tekijänä kriisistä toipumisessa. Myös toisen kyselyn vastaukset osoittivat, että kotimaan matkailun merkitys alueella on suuri. Kotimaan matkailun kasvun jatkuminen sekä lähimatkailun suosion kasvaminen ovat yrityksille merkityksellisiä tekijöitä kriisistä elpymisessä. Kotimaan matkailuun uskotaan vahvasti, sillä lähes puolet yrityksistä arvioi, että kotimaan matkailussa palataan normaalille tai kohtuullisen kestäväälle tasolle kesällä 2021. Tärkeimpänä tekijänä palautumisessa nähdään edelleen kokoontumis- ja liikkumisrajoitusten purkaminen, jotka vaikuttavat yritysten toimintamahdollisuuksiin erittäin merkittävästi.

Kansainvälisen matkailun kysyntä on vuosien ajan pysytellyt noin 4-5 % tuntumassa. Myös kyselyn vastauksissa näkyy eteläpohjalaisen matkailun perustuminen kotimaan matkailuun. Kansainvälisen matkailun virkistymisellä ei ole eteläpohjalaisille yrityksille kovin suurta merkitystä ja osalle yrityksistä kv-matkailulla ei ole vaikutusta liiketoimintaan lainkaan. Tämä vaikeuttaa myös kansainvälisen matkailun palautumisen arviointia, jonka kyselyn perusteella uskotaan palautuvan normaaliksi vasta vuoden 2022 aikana.

Keväällä yritykset suhtautuivat kaikesta huolimatta positiivisesti yritystoiminnan jatkumiseen koronakriisin jälkeen, sillä silloin 72 % yrityksistä uskoi pystyvänsä jatkamaan normaalisti ja 10 % uskoi jatkavansa pienemmällä kapasiteetilla tai supistetuilla palveluilla. Tämän kyselyn perusteella edelleen yhtä suuri osa yrityksistä uskoo jatkavansa kriisin jälkeen, mutta kevääseen verrattuna hieman suurempi osuus eli 24 % uskoo jatkavansa pienemmällä kapasiteetilla. Pohjalainen yrittäjähenkisyys saattaa selittää vahvaa uskoa tulevaisuuteen myös näin vaikean kriisin kohdalla, eikä yritystoiminnan lakkauttamista nähdä mahdollisena tulevaisuudenkuvana.

Koronatukia yritykset olivat hakeneet kohtuullisen vähän. Merkittävimpana syynä tukien hakematta jättämiselle on se, että yritykset eivät ole niihin hakukelpoisia tai hakukriteerit olivat





liian tiukat. Kyselyssä ei kysytty yritysten työntekijöiden määrää tai matkailutoiminnan päätoimisuutta, mutta aiempien maakunnassa tehtyjen selvitysten mukaan valtaosa eteläpohjalaisista matkailuyrityksistä on pieniä mikroyrityksiä ja itsensä työllistäviä yksinyrittäjiä. Osittain tämän vuoksi ne eivät ole useimpiin tukimuotoihin hakukelpoisia. Myös hakuaikojen tiukat aikataulut ja liian pieni liikevaihto on ollut syynä tukien hakematta jättämiseen. Yritysten mukaan suurin tarve on jatkossa suoralle rahalliselle tuelle muun muassa kiinteiden ja juoksevien kustannusten kattamiseen tai investointien tekemiseen. Yritykset kaipaavat myös koronatukiin ja niiden hakemiseen liittyvää tiedottamista.

Koronakriisin myötä muun tuen tarve on lisääntynyt edelliseen kyselyyn verrattuna. Digitalisaation haltuun ottaminen on kevääseen verrattuna entisestään korostunut ja lisääntynyt tuentarve näkyy matkailuyritysten vastauksissa. Yritykset joutuvat myös toimintaympäristön muutoksen vuoksi miettimään liiketoimintamallejaan uusiksi ja kaipaavat tukea niiden kehittämiseen sekä tuotekehitykseen. Yrittäjät kaipaavat myös enemmän toisten yrittäjien vertaistukea.

Kansainvälisen matkailun pysähtymisellä ei Etelä-Pohjanmaalla ollut juurikaan vaikutusta toisin kuin esimerkiksi pääkaupunkiseudulla. Maakuntamme kesämatkailussa merkittäviä tekijöitä vetovoimakohteiden lisäksi ovat suuret tapahtumat, jotka peruuntuivat kokoontumisrajoitusten vuoksi. Muun muassa Provinssi, Tangomarkkinat, Solar Sound ja Ilmajoen musiikkijuhlat peruuntuivat kokonaan, lisäksi Kuninkuusravit Seinäjoella toteutuivat tiukasti rajatulla yleisömäärällä. Tämä aiheutti kesän alussa huolta matkailuyrittäjien keskuudessa, sillä tapahtumakävijöiden merkitys on alueen yrityksille suuri ja vuodesta 2020 piti ennakkoodotusten mukaan tulla kaikkien aikojen matkailuvuosi. Kesäkaudella kotimaan matkailun kysyntä kuitenkin kasvoi yllättävän paljon ja majoitustilastojen mukaan merkittävää pudotusta ei tapahtumien puuttumisesta huolimatta maakunnan majoitusvuorokausiin tullut. Yritysten liikevaihto kuitenkin laski selkeästi edellisvuoteen verrattuna. Voidaankin pohtia, mitkä syyt tähän vaikuttivat. Vastasiko alueemme palvelutarjonta uuteen kysyntään? Oliko



matkailijoille saatavilla heidän haluamiaan palveluita? Vai vaikuttiko matkailijoiden rahan­ käyttöön huonompi taloudellinen tilanne lomautuksista ja irtisanomisista johtuen?

Tällä hetkellä vaikuttaa siltä, että globaalisti koronakriisin aiheuttamat muutokset matkai­ luelinkeinon ovat pitkäaikaisia ja osittain myös pysyviä. Lentoliikenne on pahassa kriisissä, ja sen palautumiseen tulee kulumaan useampi vuosi. Suomessa pahiten kärsii Lapin lisäksi pääkaupunkiseutu, joiden matkailu perustuu kansainväliseen matkailukysyntään. Kotimaan markkinoiden varassa olevaan Etelä-Pohjanmaan maakuntaan vaikutukset tulevat viiveellä, mutta matkailuelinkeinon liittyvät kerrannaisvaikutukset tulevat näkymään meilläkin. Kulut­ tajien maksukyky ja turvallisuuden tunne sekä suositukset ja rajoitukset tulevat vaikutta­ maan myös kotimaan matkailukysyntään. Elpymisen käynnistymisessä erittäin merkittävänä nähdäänkin rokotteen markkinoille tulo. Myös kestävyiden ja vastuullisuuden huomioiminen matkailupalveluissa, uusien liiketoimintamallien ja palveluiden kehittäminen sekä yrittäjien välisen yhteistyön tiivistäminen koetaan merkitykselliseksi. Myös alueelliseen yhteismarkki­ nointiin osallistuminen ja kehittämishankkeiden hyödyntämisellä nähdään olevan jonkin ver­ ran merkitystä. Yritykset tarvitsevat koronakriisin jatkuessa sekä selkeää rahallista tukea että kehittämistukea liiketoiminnan ylläpitämisessä kestäväenä.