

Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri 2021

Kyselyn tulokset

Guide – Tiedolla kestävä matkailua
Elina Järvinen, Sanna Jyllilä ja Marja Katajavirta

Huhtikuu 2022

SeAMK 



VARSINAIS-SUOMEN LIITTO
EGENTLIGA FINLANDS FÖRBUND
REGIONAL COUNCIL OF SOUTHWEST FINLAND



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Sisällys

Selvityksen tavoite

dia 3

Selvityksen toteutus

dia 4

Yhteenvedo tuloksista

diat 5 – 13

Matkailubarometrin tulokset

diat 14 – 47

- Taustatietoja
- Työllistävyys
- Matkailuliiketoiminnan liikevaihto
- Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi
- Tulevaisuus
- Ajankohtaista – Koronapandemian vaikutukset
- Vapaa sana ja avoimet kommentit

diat 15 – 19

diat 20 – 21

diat 22 – 25

diat 26 – 34

diat 35 – 39

diat 40 – 46

dia 47



Selvityksen tavoite

- Etelä-Pohjanmaan matkailubarometrin tavoitteena oli kartoittaa yrittäjien näkemyksiä ja suhtautumista lähitulevaisuuteen. Tuloksena saadaan tilannekuva eteläpohjaisten matkailu- ja palvelualan yritysten työllistävydestä, matkailutoiminnasta syntyvästä liikevaihdosta ja liiketoiminnan kannattavuudesta. Lisäksi tulokset kertovat yritysten investointi- ja kehittämishalukkuudesta sekä tulevaisuuden näkymistä. Barometrissa kysyttiin myös markkinoinnista sekä koronapandemian vaikutuksista yritysten liiketoimintaan.
- Matkailubarometri toteuttaa Etelä-Pohjanmaan matkailustrategian 2020 – 2028 toimintaympäristön vahvistamisen tavoitetta ja osana tiedolla johtamisen kokonaisuutta.
- Matkailubarometri on yksi tapa kuvata alueen matkailua. Tavoitteena on toteuttaa barometri vuosittain arvokkaan vertailutiedon keräämiseksi.



Selvityksen toteutus

- Selvitys toteutettiin verkkokyselynä kohderyhmänä eteläpohjalaiset matkailu- ja palvelualan yritykset.
- Kyselyn linkki lähetettiin sähköpostitse 552 yritykselle. Lähteenä käytettiin matkailun toimialarekisteriä (Matkailun Yritysrekisteri Pohjanmaan Kautta). Vastausaika oli 26.10. – 21.11.2021.
- Kyselyyn vastasi 81 yrityksen edustajaa.
- Selvitys laadittiin yhteistyössä *Kohti digitalisoituvaa matkailun ekosysteemiä Etelä-Pohjanmaalla –hankkeen* ja *Guide – Tiedolla kestävä matkailua –hankkeen* kanssa. Hankkeen rahoittajina toimivat Varsinais-Suomen liitto, Alueiden matkailuelinkeinon elpymistä edistävät kehittämishankkeet sekä Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus Mannersuomen maaseudun kehittämisen maaseuturahastosta.



Yhteenveto tuloksista - taustatiedot

- Eniten vastaajia matkailubarometriin saatiin Seinäjoelta (21 % vastauksista) ja Ähtäristä (11 %).
- Toimialoittain tarkasteltuna vastaajia oli eniten majoitus- ja ravitsemisalalta. Noin puolet kaikista vastaajista edusti edellä mainittuja toimialoja. Matkailualalle tyypillistä on, että yritys tarjoaa useampaa kuin yhtä palvelua. Kaikki matkailuun liittyvät toimialat olivat edustettuina ja suurin osa valitsi vähintään kaksi toimialaa.
- Matkailu oli yrityksen ainoa toimiala 29 (33 %) yrityksessä.
- Vastanneista 50 yrityksessä sivuelinkeinona matkailua harjoitti 33 vastaajaa ja päätoimialana 17 vastaajaa. Matkailutoimialan lisäksi yrityksissä harjoitetaan esimerkiksi maa- ja metsätaloutta, kasvinviljelyä ja elintarvikejalostusta.



Yhteenveto tuloksista - työllistävyys

- Etelä-Pohjanmaalla pää- ja sivuelinkeinona matkailua harjoittavilla työllistävyys vaihtelee keskimäärin välillä 0,25 – 250 henkilötyövuotta.
- Matkailua pääelinkeinona harjoittavien yritysten osalta matkailuliiketoiminta työllistää keskimäärin 21 henkilöä ja sivuelinkeinona harjoittavien osalta 13 henkilöä, joista suurin osa on osa-aikaisesti työllistettyjä.



Yhteenveto tuloksista - liikevaihto

- Tarkasteltaessa matkailuliiketoiminnan liikevaihdon kehittymistä ajanjaksolla 9/2020–9/2021 niiden yritysten osalta, joilla liikevaihto oli kasvanut, keskimääräinen muutos (kasvu) oli 28 %. Vastaavasti niiden yritysten osalta, joilla liikevaihto oli pienentynyt, keskimääräinen muutos (lasku) oli 37 %.
- Suurimmalla osalla vastaajista liikevaihdossa muutosta oli tapahtunut 11 – 50 %. Liikevaihtoa kasvattaneista yrityksistä tähän vaihteluväliin mahtuu 55 % vastaajista. Vastaavasti 64 % yrityksistä, joilla liikevaihto on pienentynyt, arvioi muutosta tapahtuneen samalla vaihteluvälillä.
- Selkeästi useammilla matkailua pääelinkeinona harjoittavilla yrityksillä (59 %) liikevaihto oli kasvanut verrattuna matkailua sivuelinkeinona harjoittaviin yrityksiin (15 %). Noin kolmanneksella molemmista vastaajaryhmistä liikevaihto oli pienentynyt. Sivuelinkeinona harjoittavien yritysten osalta lähes puolella (48 %) liikevaihto oli pysynyt tarkastelujaksolla samana, kun matkailua pääelinkeinona harjoittavista yrityksistä vain 9 % ilmoitti liikevaihdon pysyneen samana.



Yhteenveto tuloksista - liikevaihto

- Matkailutoiminnan kannattavuutta tarkasteltaessa matkailua pääelinkeinona harjoittavista yrityksistä ilmoitti kannattavuuden parantuneen merkittävästi (20 % vastaajista) ja jonkin verran (30 %). Kannattavuus oli pysynyt samana 17 % yrityksistä. Kannattavuus oli heikentynyt 33 % yrityksistä joko jonkin verran (22 %) tai merkittävästi (11 %).
- Sivunelinkeinona matkailua harjoittavista yrityksistä 33 % ilmoitti kannattavuuden pysyneen samana ja 42 % joko heikentyneen jonkin verran tai merkittävästi. Jonkin verran parannusta oli tapahtunut 24 % yrityksistä ja yksikään vastaaja ei ilmoittanut kannattavuuden parantuneen merkittävästi.



Yhteenveto tuloksista - investoinnit

- Yritykset arvioivat investointiensa määrää matkailuliiketoimintaan 9/2020 – 9/2021 verrattuna 9/2019 – 9/2020 ajanjaksoon.
- Viidennes vastaajista (19 %) ei ollut investoinut lainkaan viimeisen 24 kk aikana.
- Yli puolet vastaajista (53 %) ilmoitti investoineensa jonkin verran enemmän tai suurin piirtein saman verran edeltävään ajanjaksoon verrattuna.
- Investointikohteiksi yritykset ilmoittivat esimerkiksi uudis- ja korjausrakentamisen, kalusto- ja laitehankinnat sekä osaamisen lisäämisen ja uusien palveluiden ja tuotteiden lanseeraamisen.
- Kysyttäessä aikomusta investoida seuraavan 12 kuukauden aikana (9/2021 – 9/2022) yrityksistä yli puolet (58 %) arvioi investoivansa joko suurin piirtein saman verran, jonkin verran enemmän tai huomattavasti enemmän. Vastaajista 28 % ilmoitti, ettei aio investoida tai ei osaa sanoa.



Yhteenvedo tuloksista - kehittäminen ja markkinointi

- Suurin osa kysymykseen vastanneista eli 73 % (58) vastaajista ilmoitti, ettei ole hyödyntänyt mitään kehittämiseen suunnattuja työkaluja. Eniten kehittämisen työkaluina oli käytetty hankkeita, yleisiä matkailuhankkeita ja yritysryhmähankkeita, nämä keräsivät yhteensä 16 vastausta.
- Lähes puolet kysymykseen vastanneista 61 vastaajasta (47 %) ilmoitti käyttäneensä nolla (0) euroa kehittämiseen viimeisen 12 kuukauden aikana. Toiseksi eniten eli 18 % vastaajista ilmoitti käyttäneensä enemmän kuin 10 000 euroa.
- Yli puolet vastaajista (53 %) ilmoitti olevansa jäsenenä alueellisessa matkailuyhdistyksessä tai -yhtiössä. Kysyttäessä tehtyjä matkailumarkkinointitoimenpiteitä sekä maksullista että maksutonta markkinointia kotimaisille asiakkaille oli molempia tehnyt 64 % vastaajista. Maksullista markkinointia kansainvälisille asiakkaille ilmoitti tekevänsä seitsemän (7) vastaajaa ja maksutonta 12 vastaajaa.
- Markkinointikanavista eniten käytettyjä ovat yritysten omat verkkosivut, Facebook ja Instagram.



Yhteenveto tuloksista - tulevaisuus

- Yritykset arvioivat odotuksiaan ajanjaksolle 9/2021 – 9/2022 verrattuna aiempaan 12 kk ajanjaksoon liikevaihdon, henkilöstömäärän, kokonaistilanteen sekä kotimaisten ja ulkomaalaisten matkailijoiden lukumäärän osalta.
- Odotukset näyttävät positiivisilta, vain 4 – 9 % vastaajista arvioi odotusten olevan huonompia kuin edellisen vuoden aikana.
- Yli puolet odottaa liikevaihdon (56 %) ja kokonaistilanteen (51 %) olevan parempi kuluvan vuoden aikana.
- Suurin vastaajista (83 %) arvioi henkilöstömäärän pysyvän ennallaan.



Yhteenveto tuloksista - tulevaisuus

- Kysyttäessä yritysten muutosodotuksia seuraavalle kolmelle vuodelle, vastaajista 43 % odottaa toiminnan jatkuvan ennallaan. Vastaajista 28 % arvioi yrityksen tiloja remontoitavan tai uudistettavan, 23 % arvioi yritystoiminnan laajenevan, 22 % uskoo yhteistyöverkoston kehittämiseen muiden yritysten kanssa ja 20 % vastaajista arvioi palveluvalikoiman kasvavan sekä palkkaavansa lisähenkilöstöä. Negatiivisia vaikutuksia ei odotettu tapahtuvan juuri lainkaan (yritystoiminnan loppuminen tai supistuminen).
- Lähes puolet vastaajista (48 %) ilmoitti, että yritys tavoittelee kohtalaista kasvua eli liikevaihdon kasvutavoite on vähintään 10 %. Vastaajista 36 % arvioi säilyttävänsä nykyisen markkina-aseman, jolloin liikevaihdon vuosittainen kasvu on joitakin prosentteja. Voimakkaasti kasvuhakuisia yrityksiä vastaajista oli 6 %, jolloin liikevaihdon kasvutavoite on vähintään 30 % vuodessa. Vastaajista 10 % ilmoitti, ettei yrityksellä ole kasvutavoitteita.

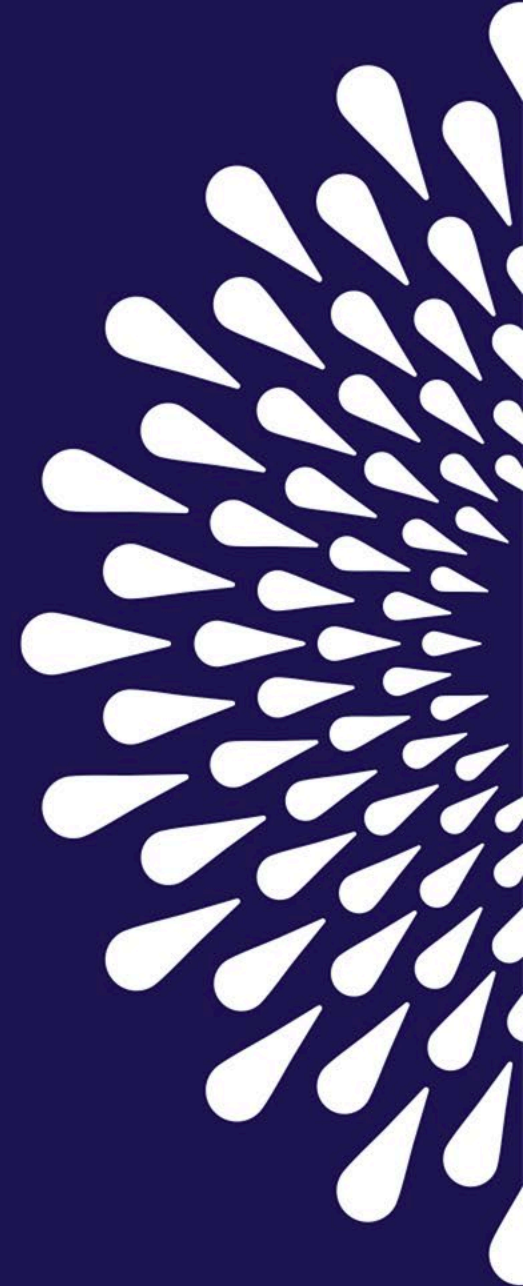


Yhteenveto tuloksista - Koronapandemian vaikutukset

- Kysyttäessä mitä koronasta johtuvia toimenpiteitä yrityksissä oli tehty, eniten vastauksia kertyi terveysturvallisuuteen liittyen. Noin neljännes vastanneista ilmoitti karsineensa toimintoja (29 %), lomauttaneensa (26 %) ja lyhentäneensä aukioloaikoja (25 %). Yritystoiminnan oli keskeyttänyt toistaiseksi 12 vastaajaa, mutta kukaan vastaajista ei ollut lopettanut yritystoimintaansa. Koronasta johtuen liiketoimintakonseptiaan oli muuttanut 10 vastaajaa. Tuote- tai palveluvalikoimaansa oli laajentanut 2 vastaajaa ja vastaavasti supistanut 14 vastaajaa.
- Yli puolet vastanneista (57 %) oli hakenut koronatukia tai rahoitusta vuonna 2020. Vastaava luku vuonna 2021 oli 40 %.
- Kysyttäessä millaiselle ulkopuolelta tulevalle tuelle yrityksissä olisi tarvetta, lähes puolet vastanneista (47 %) vastasi tarvitsevansa apua digitaalisiin ratkaisuihin. Vastanneista 40 % vastasi tarvitsevansa apua uusien yhteistyökuvioiden käynnistämiseen muiden alueen yrittäjien kanssa ja samoin 40 % vastanneista oli tarve investointeihin kohdistuvaan taloudelliseen tukeen.



Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri 2021 – tulokset



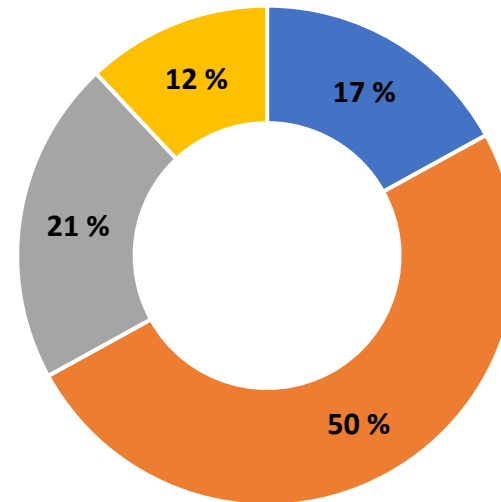
Taustatietoja / yritysten tiedot

- Yrityksen pääasiallinen kunta
 - Luettelo Etelä-Pohjanmaan kunnista
- Mitä seuraavista matkailupalveluista yrityksenne tarjoaa?
 - Luettelo matkailupalveluista
- Onko matkailu yrityksenne ainoa toimiala?
- Onko matkailu yrityksenne päätoimiala vai sivuelinkeino?
- Mitä muita toimialoja yrityksessänne harjoitetaan?

Taustatietoja / yritysten tiedot

Yrityksen pääasiallinen kunta	lkm	%
Alajärvi	5	6%
Alavus	6	7%
Evijärvi	2	2%
Ilmajoki	4	5%
Isojoki	2	2%
Isokyrö	1	1%
Karjoki	1	1%
Kauhajoki	4	5%
Kauhava	7	9%
Kuortane	2	2%
Kurikka	6	7%
Lappajärvi	2	2%
Lapua	5	6%
Seinäjoki	17	21%
Soini	4	5%
Teuva	3	4%
Vimpeli	1	1%
Ähtäri	9	11%
Yhteensä	81	100%

Vastanneiden yritysten jakautuminen seutukunnittain



■ Järvisseudun seutukunta 14 kpl

■ Seinäjoen seutukunta 40 kpl

■ Kuusiokunnat 17 kpl

■ Suupohjan seutukunta 10 kpl

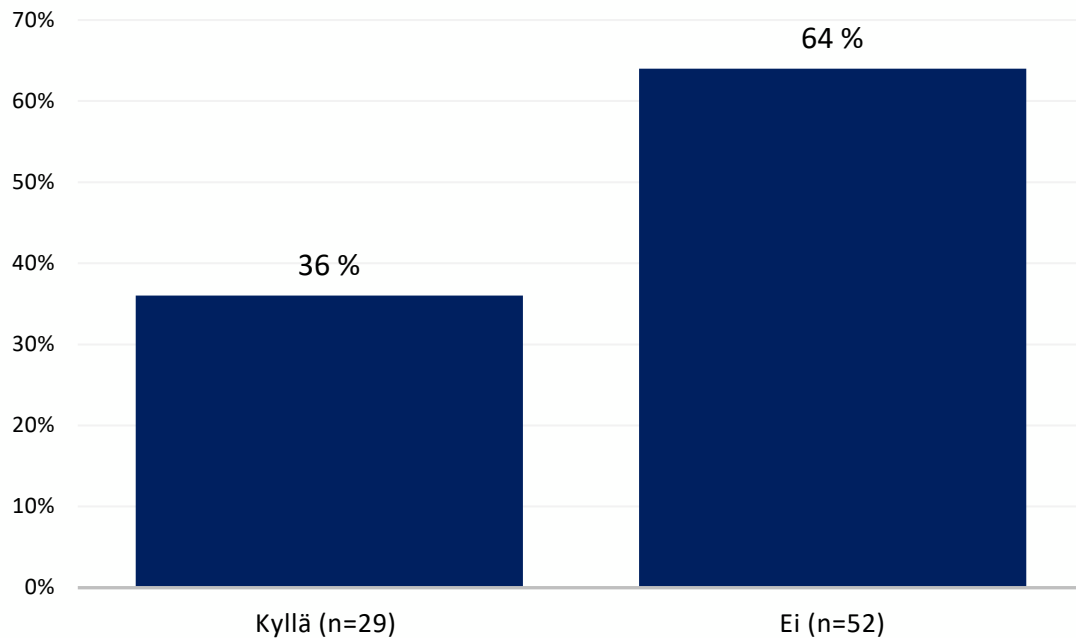
Taustatietoja / yritysten tiedot

Mitä seuraavista matkailupalveluista yrityksenne tarjoaa? (n=81)	lkm	%
Majoituspalvelut	43	53 %
Ravitsemispalvelut (ml. kokous- ja pitopalvelut)	34	42 %
Virkistys-, urheilu- ja kulttuuripalvelut (esim. museot, teatteri, urheilutapahtumat, kylpylät)	21	26 %
Itsetuotetut maksulliset ohjelmapalvelut (esim. joki- ja järviristeilyt, opastukset)	19	23 %
Tuotemyynti (esim. matkamustot, maatilatuotteet)	18	22 %
Matkailua palveleva vuokraustoiminta (esim. välinevuokraus)	12	15 %
Matkatoimistot, matkanjärjestäjät, aluemyyntiorganisaatiot ja keskusvaraamot	3	4 %
Liikennöitsijät	2	2 %
Jokin muu	8	10 %

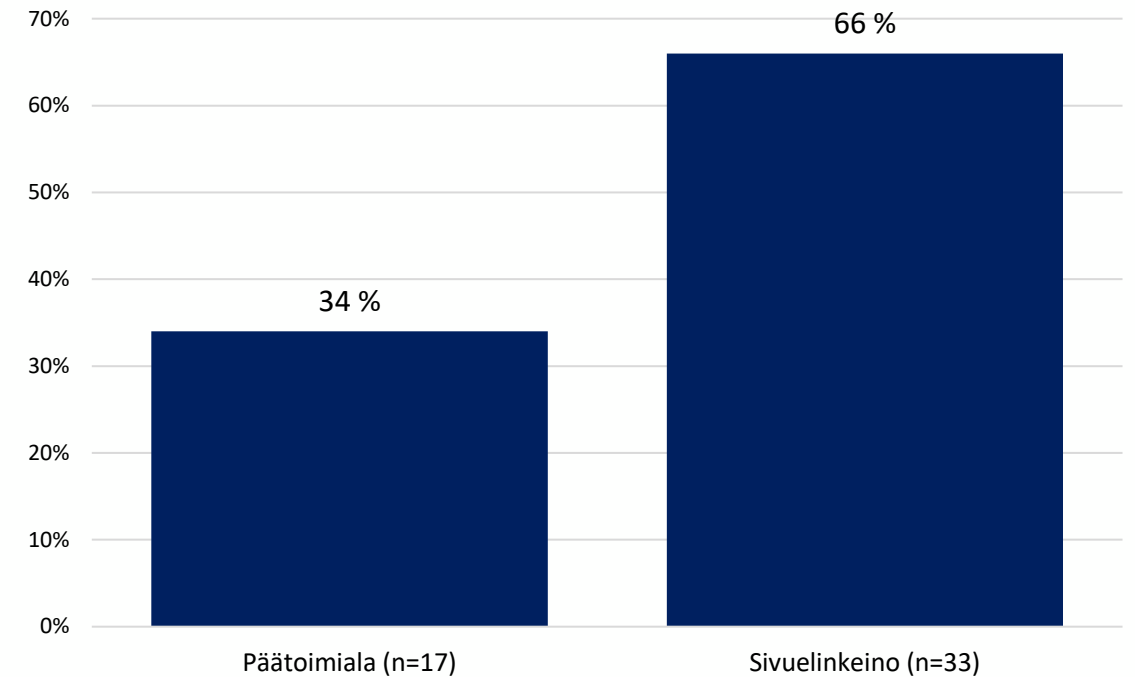
Yleisimmin
vastaajat
tarjosivat
majoitus- ja
ravitsemis-
palveluita

Taustatietoja / yritysten tiedot

Onko matkailu yrityksen ainoa toimiala (n=81)



Onko matkailu yrityksen päätoimiala vai sivuelinkeino (n= 50)



Taustatietoja

- Vastaajista 39 vastasi kysymykseen mitä muita toimialoja yrityksessä harjoitetaan matkailualan ohella.
- Esimerkkejä vastauksista: elintarvikejalostus, kasvinviljely, puutarhatuotanto, metsä- ja maatalous, rakennusala, maansiirtotyöt, kuljetusala, tekstiiliteollisuus, kiinteistöhuolto, koulutus- ja asiantuntijapalvelut, eläinhoitola, liikunta- ja urheilutoiminta, metalliteollisuuden alihankinta.
- Vastauksissa oli mukana myös matkailutoimialalle luokiteltavia palveluita, kuten: tapahtuma- ja elämystuotanto, kulttuuriala, leirikeskustoiminta, tilausravintola ja catering.

Työllistävyys

- Kuinka monta henkilöä yritykseen työllistää yrittäjä(t) mukaan lukien?
 - Jaoteltuna matkailuliiketoiminnan, osa-aikaisten ja täyspäiväisten ympärivuotisten mukaan
- Kuinka monta kokonaisvuosityöllistä henkilöä yrityksen matkailuliiketoiminta työllistää yrittäjä(t) mukaan lukien?
 - Ilmoitus henkilötyövuosina

Työllistävyys

- Etelä-Pohjanmaalla pää- ja sivuelinkeinona matkailua harjoittavilla työllistävyys vaihtelee keskimäärin välillä 0,25 – 250 henkilötyövuotta.

	Pääelinkeino (n=36)	Sivuelinkeino (n=28)	Kaikki vastaajat (n=64)
	ka.	ka.	ka.
Matkailuliiketoiminnan työllistävyys (hlö)	21	13	18
..... joista osa-aikaisia (hlö)	16	9	13
..... joista täyspäiväistä ympärivuotista (hlö)	5	4	5
Matkailuliiketoiminnan työllistävyys yrityksessä henkilötyövuosina	11,7	11,0	11,4

Matkailutoiminnan liikevaihto

- Kuinka yrityksenne matkailutoiminnan liikevaihto on kehittynyt viimeisen 12 kk aikana (9/2020 – 9/2021) verrattuna aikaisempaan 12 kk ajanjaksoon (9/2019 – 9/2020)?
 - Kasvanut, arvioi määrä prosentteina | Pienentynyt, arvioi määrä prosentteina | Liikevaihto on pysynyt samana | En osaa sanoa
- Mitkä ovat pääsyyt liikevaihdon muutokselle?
- Kuinka yrityksenne matkailutoiminnan kannattavuus on kehittynyt viimeisen 12 kk aikana (9/2020 – 9/2021)?
- Arvioikaa kuinka monta prosenttia yrityksenne matkailupalveluiden liikevaihdosta on viimeisen 12 kk aikana (9/2020 – 9/2021) tullut ulkomaisilta asiakkailta?

Matkailutoiminnan liikevaihto

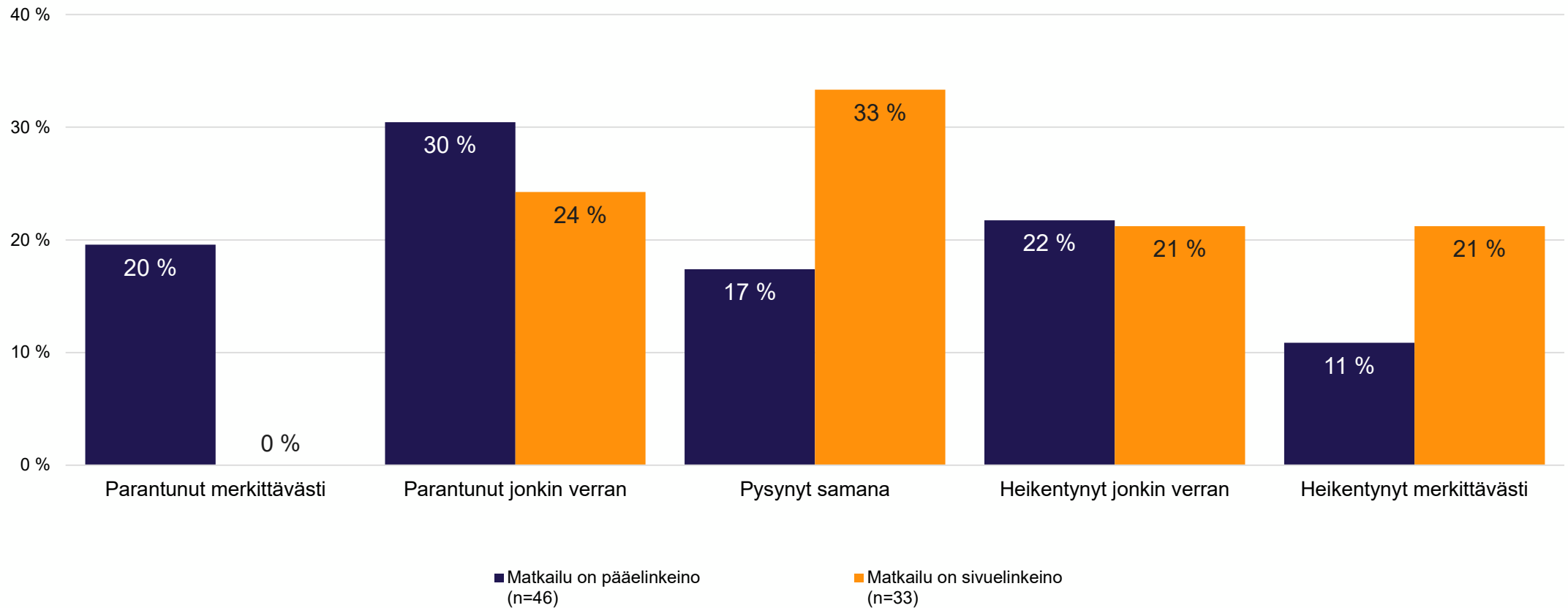
Vastaajat, joilla liikevaihto oli kasvanut tai pienentynyt: Kuinka paljon (%) liikevaihto on muuttunut viimeisen 12 kk aikana?	Matkailutoiminnan liikevaihdon kehittyminen viimeisen 12 kk aikana (9/2020–9/2021) verrattuna aikaisempaan vastaavaan ajanjaksoon	
	Liikevaihto kasvanut (n=31)	Liikevaihto pienentynyt (n=22)
Muutos 10 % vai vähemmän	39%	18%
Muutos 11 - 50 %	55%	64%
Muutos yli 50 %	6%	18%
Yhteensä	100%	100%
Muutos keskimäärin	28 %	37 %
Keskihajonta	40 %	27 %
Pienin muutos	2 %	2 %
Mediaani	20 %	20 %
Suurin muutos	230 %	100 %

Yrityksen matkailutoiminnan liikevaihdon kehittyminen viimeisen 12 kk aikana (9/2020–9/2021) verrattuna aikaisempaan 12 kk ajanjaksoon	Matkailu on pääelinkeino (n=44)	Matkailu on sivuelinkeino (n=27)
Kasvanut	59%	15%
Pienentynyt	32%	37%
Pysynyt samana	9%	48%
Yhteensä	100%	100%

- Vastaajista 54 kertoi pääsytä liikevaihdon muutokselle
- Liikevaihdon kasvun syiksi kerrottiin muuan muassa:
 - Kotimaan matkailun suosion kasvu koronapandemian seurauksena (10)
 - Markkinointi ja tunnettuuden kasvu (5)
- Liikevaihdon pienentymiselle syiksi kerrottiin:
 - Koronapandemia ja sen mukanaan tuomat rajoitukset (22)
 - Ryhmämyynnin tyrehtyminen
 - Tapahtumien ja yksityistilaisuuksien peruuntuminen

Matkailutoiminnan liikevaihto

Matkailutoiminnan kannattavuuden kehittyminen ajanjaksolla 9/2020 – 9/2021 (n=81)



Matkailutoiminnan liikevaihto

Kysyttäessä arviota ulkomaisilta asiakkailta tuomasta liikevaihdosta ajanjaksolla 9/2020 – 9/2021:

- 47 % vastaajista kertoi, että viimeisen 12 kuukauden aikana yrityksen liikevaihdosta ei ole tullut yhtään ulkomaisilta matkailijoilta.
- Vastaavasti 42 % matkailupalveluyrittäjistä kertoi, että ulkomaisten asiakkaiden tuoma liikevaihto oli 1 – 5 %.
- Noin joka kymmenennellä yrittäjällä ulkomaisten asiakkaiden tuoma liikevaihto oli 10 % tai enemmän ajanjaksolla 9/2020 – 9/2021.

Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi

- Kuinka paljon olette investoineet matkailuliiketoimintaan viimeisen 12 kk aikana (9/2020 – 9/2021) verrattuna sitä edeltäneeseen 12 kk ajanjaksoon (9/2019 – 9/2020)?
 - Huomattavasti enemmän | Jonkin verran enemmän | Suurin piirtein saman verran | Jonkin verran vähemmän | Huomattavasti vähemmän | En ole investoinut lainkaan viimeisen 24 kk aikana
- Mihin yrityksessänne on investoitu?
- Kuinka paljon aiotte investoida matkailuliiketoimintaan seuraavan 12 kk aikana (9/2021 – 9/2022) verrattuna edeltävään 12 kk ajanjaksoon (9/2020 – 9/2021)?
 - Huomattavasti enemmän | Jonkin verran enemmän | Suurin piirtein saman verran | Jonkin verran vähemmän | Huomattavasti vähemmän | En aio investoida lainkaan | En osaa sanoa

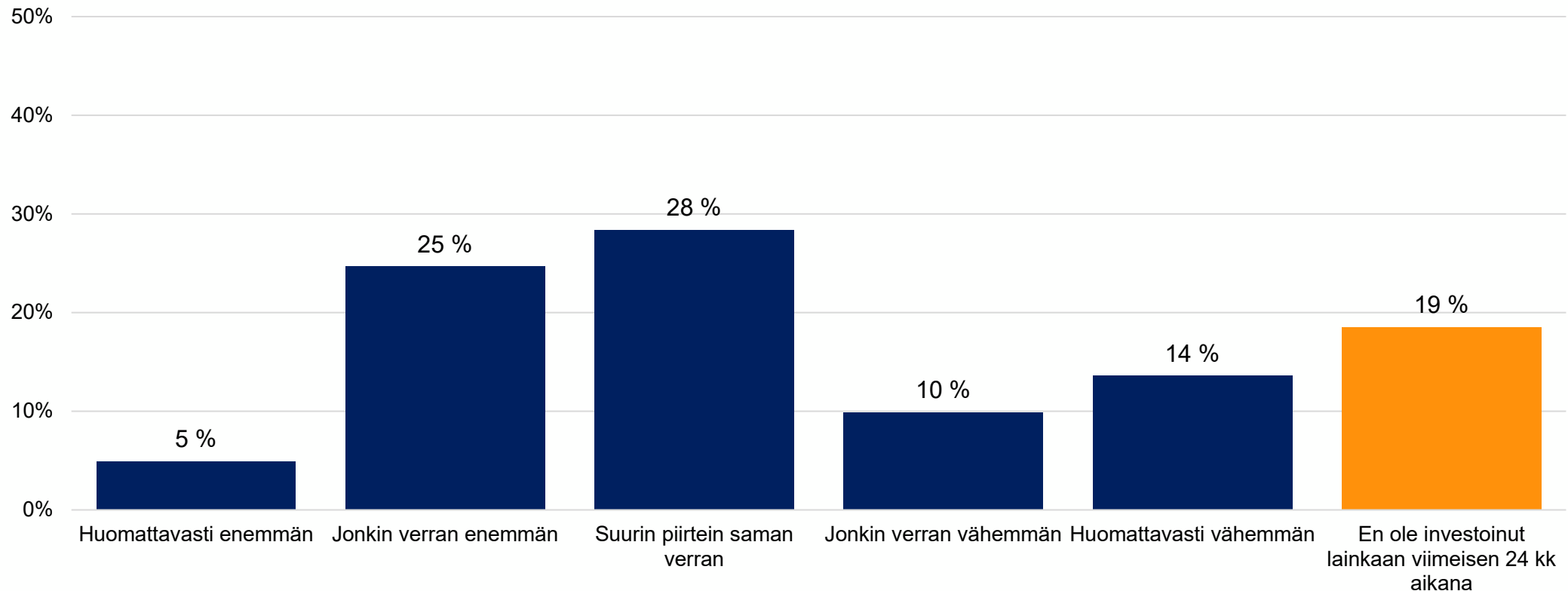
Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi

- Onko yrityksenne hyödyntänyt seuraavia kehittämisen työkaluja viimeisen 12 kk aikana?
 - Yrityksille suunnatut investointituet | Starttiraha | Yritysrühmähankkeet | Yleiset kehittämishankkeet | Innovaatiosetelit | Muu, mitä | En ole hyödyntänyt näistä mitään
- Millä euromäärällä yritykseen on osallistunut viimeisen 12 kk aikana edellä mainittuihin matkailun kehittämisen toimenpiteisiin?
 - 0 € | alle 500 € | 500 – 999 € | 1000 € – 2999 € | 3000 – 4999 € | 5000 – 10 000 € | yli 10 000 €
- Mitä matkailumarkkinointitoimenpiteitä yrityksessänne on tehty?
 - Vaihtoehtoina alueellisen matkailuyhdistyksen tai -yhtiön jäsenyys, maksuton tai maksullinen markkinointi kotimaisille ja kansainvälisille asiakkaille, ei markkinointia
- Millaisia markkinointikanavia hyödynnätte?
 - Luettelo erilaisista markkinointivälineistä

Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi

Investointi matkailuliiketoimintaan (n=81)

Kuinka paljon yritys on investoinut matkailuliiketoimintaan ajanjaksolla 9/2020-9/2021 verrattuna 9/2019-9/2020 ajanjaksoon?



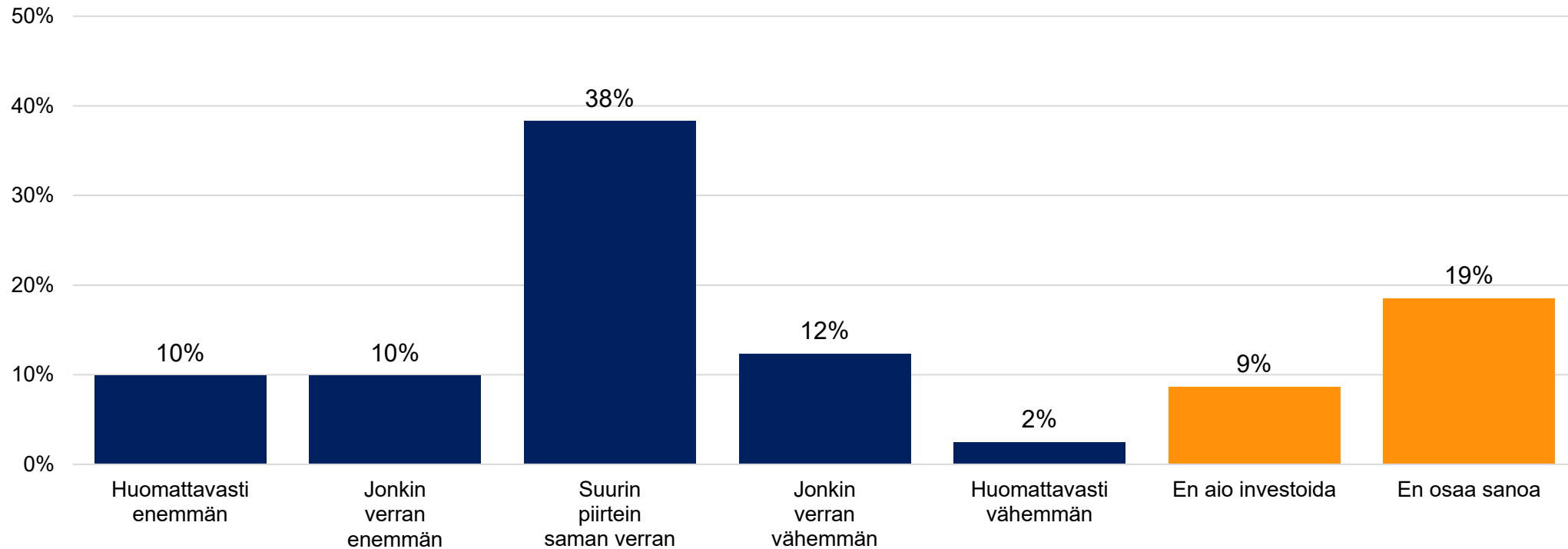
Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi

- 49 vastaajaa kertoi, mihin yrityksessä on investoitu.
- Investointikohteita olivat muuan muassa seuraavat:
 - Kalusto- ja laitehankinnat (17)
 - Uudis- ja korjausrakentaminen (13)
 - Olemassa olevan infran uusiminen (8)
 - Kiinteistöjen ostaminen, uuden matkailukohteen avaaminen ja uuden yksikön avaaminen (5)
 - Markkinointi ja verkkokaupan avaus, varausjärjestelmän uusiminen (4)
 - Sertifiointiprosessin aloitus ja kestävä liiketoiminta (2)
 - Yrittäjien ja henkilökunnan koulutus (2)
 - Uusien palveluiden ja tuotteiden lanseeraaminen (1)

Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi

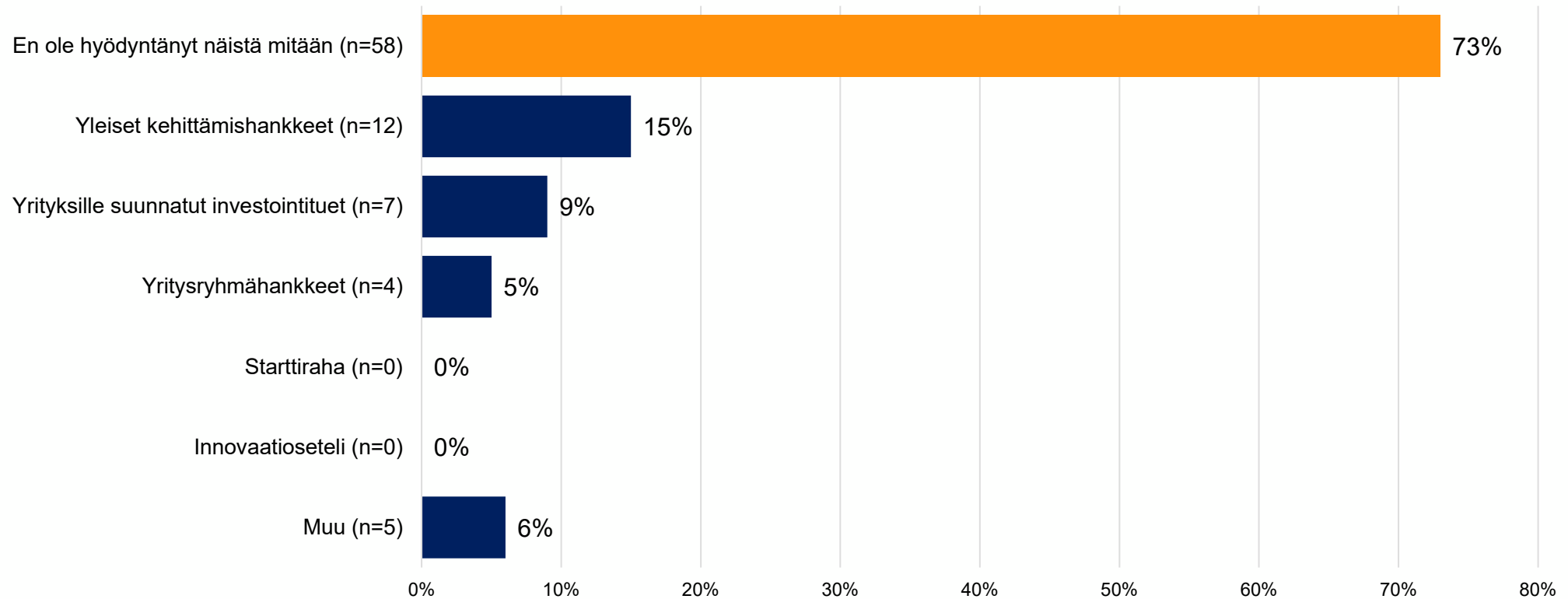
Aikomus investoida matkailuliiketoimintaan (n=81)

Kuinka paljon yritys aikoo investoida matkailuliiketoimintaan seuraavan 12 kk aikana (9/2021-9/2022) verrattuna ajanjaksoon 9/2020-9/2021?



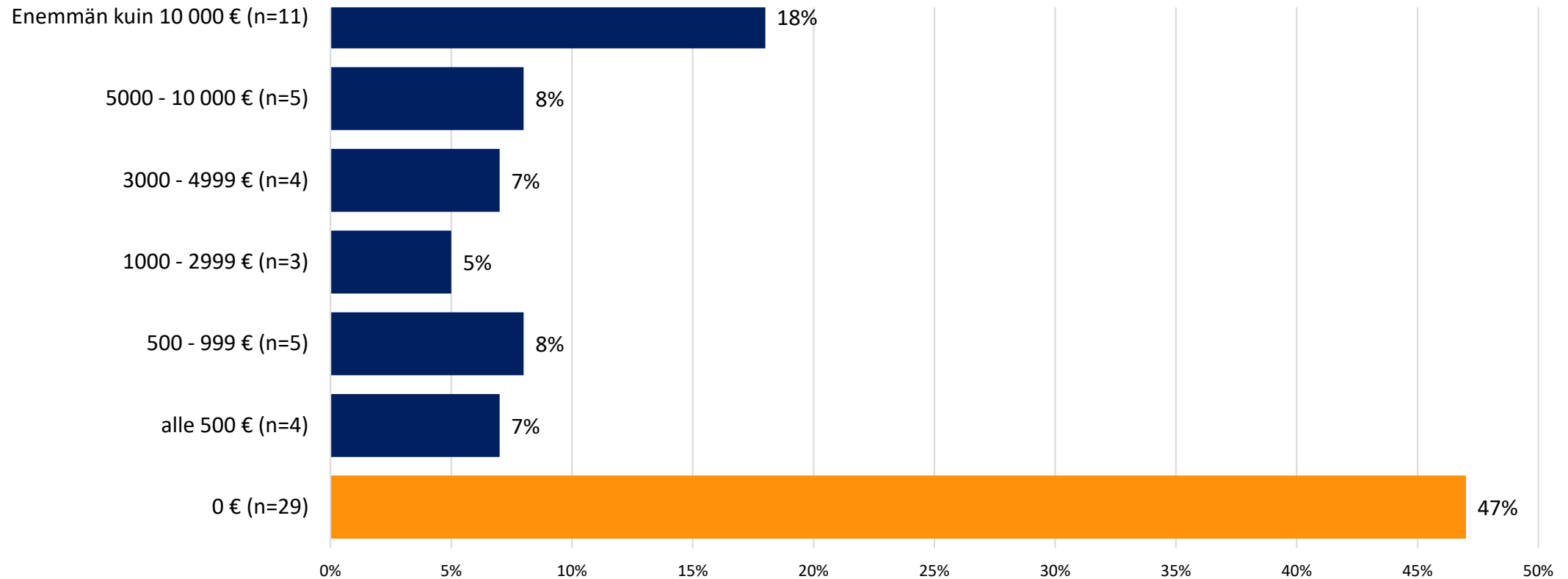
Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi

Yrityksen hyödyntämät kehittämisen työkalut viimeisen 12 kk aikana (n=81)



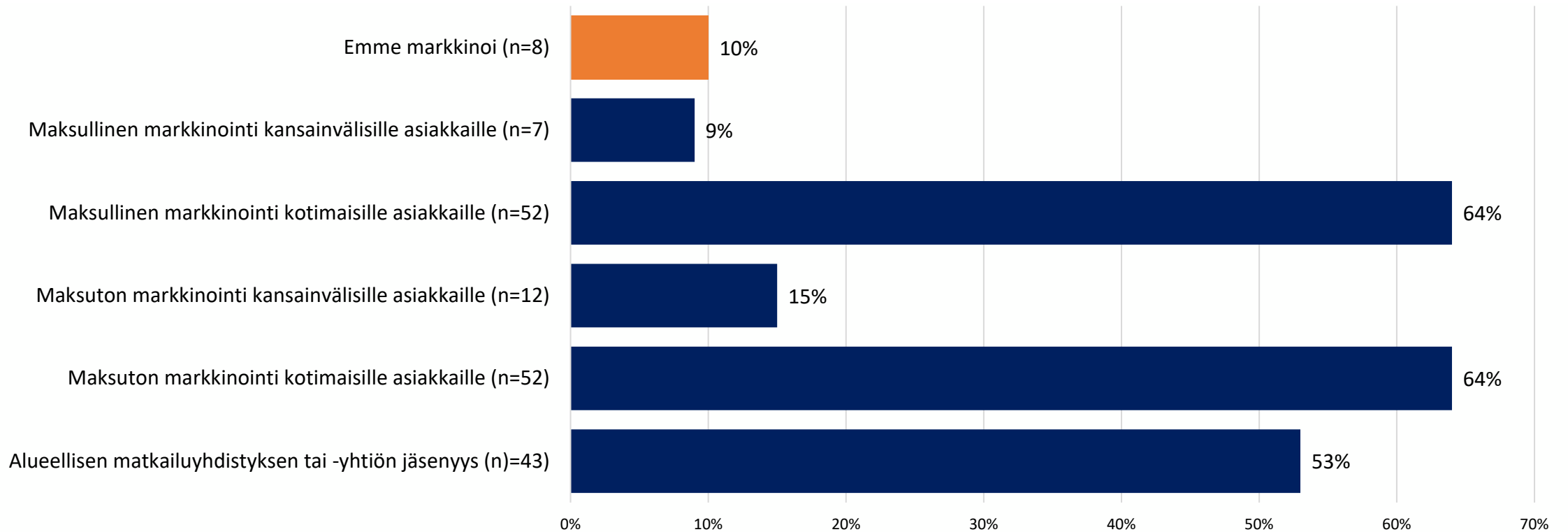
Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi

Yrityksen käyttämä euromäärä kehittämisen toimenpiteisiin viimeisen 12 kk aikana (n=61)



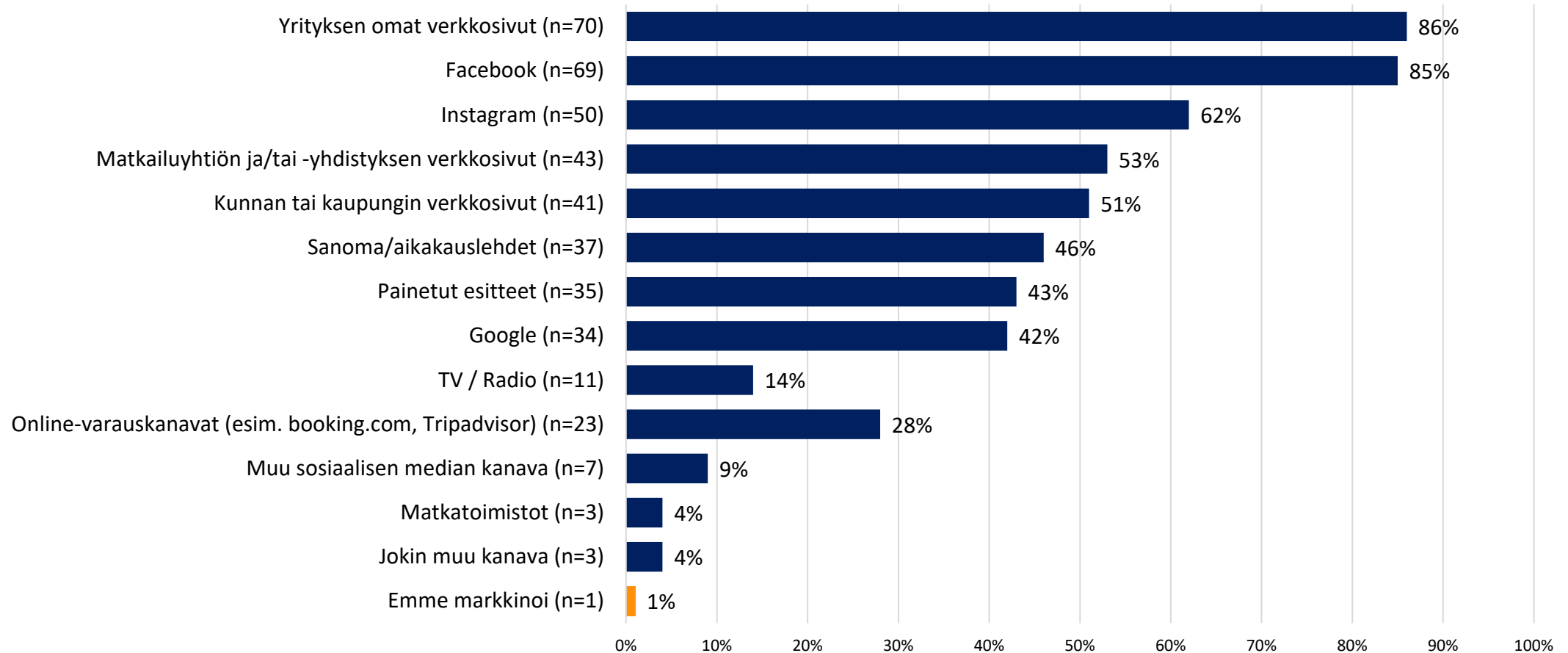
Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi

Yrityksessä tehtyjä matkailumarkkinointitoimenpiteitä (n=81)



Investoinnit, kehittäminen ja markkinointi

Yritysten käyttämät markkinointikanavat (n=81)

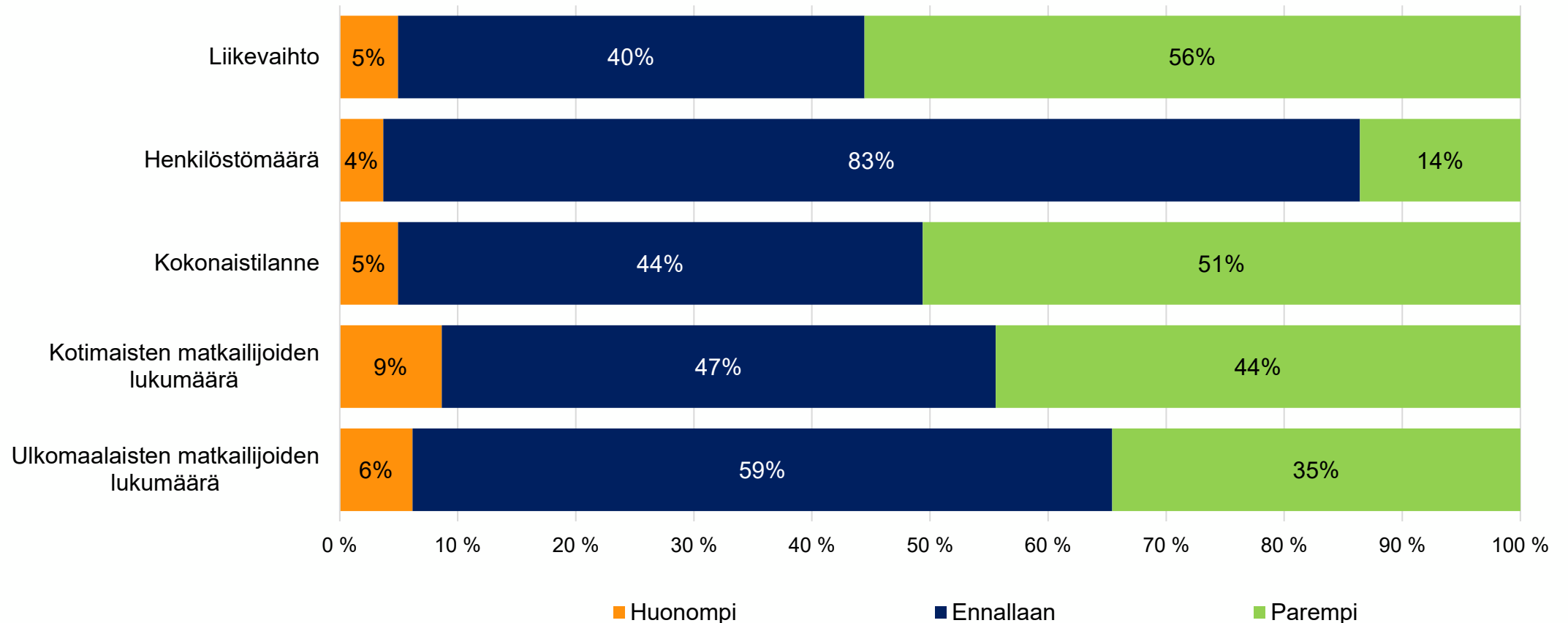


Tulevaisuus

- Arvioikaa yrityksenne odotuksia tulevalle 12 kk ajanjaksolle (9/2021 – 9/2022) verrattuna aiempaan 12 kk jaksoon (9/2020 – 9/2021)?
 - Kokonaistilanne | Liikevaihto | Kotimaisten matkailijoiden määrä | Ulkomaalaisten matkailijoiden määrä | Henkilöstömäärä
 - Vaihtoehtoina: Parempi | Ennallaan | Huonompi
- Millaisia muutoksia odotatte seuraavan kolmen vuoden aikana?
 - Luettelo mahdollisista yritystoimintaan, henkilöstöön ja palveluvalikoimaan vaikuttavista vaihtoehdoista
- Miten kuvaisitte osuvimmin yritykseen tulevia kasvutavoitteita?
 - Yritys on vahvasti kasvuhakuinen | Yritys tavoittelee kohtalaista kasvua | Tavoitteena on säilyttää nykyinen markkina-asema | Yrityksellä ei ole kasvutavoitteita

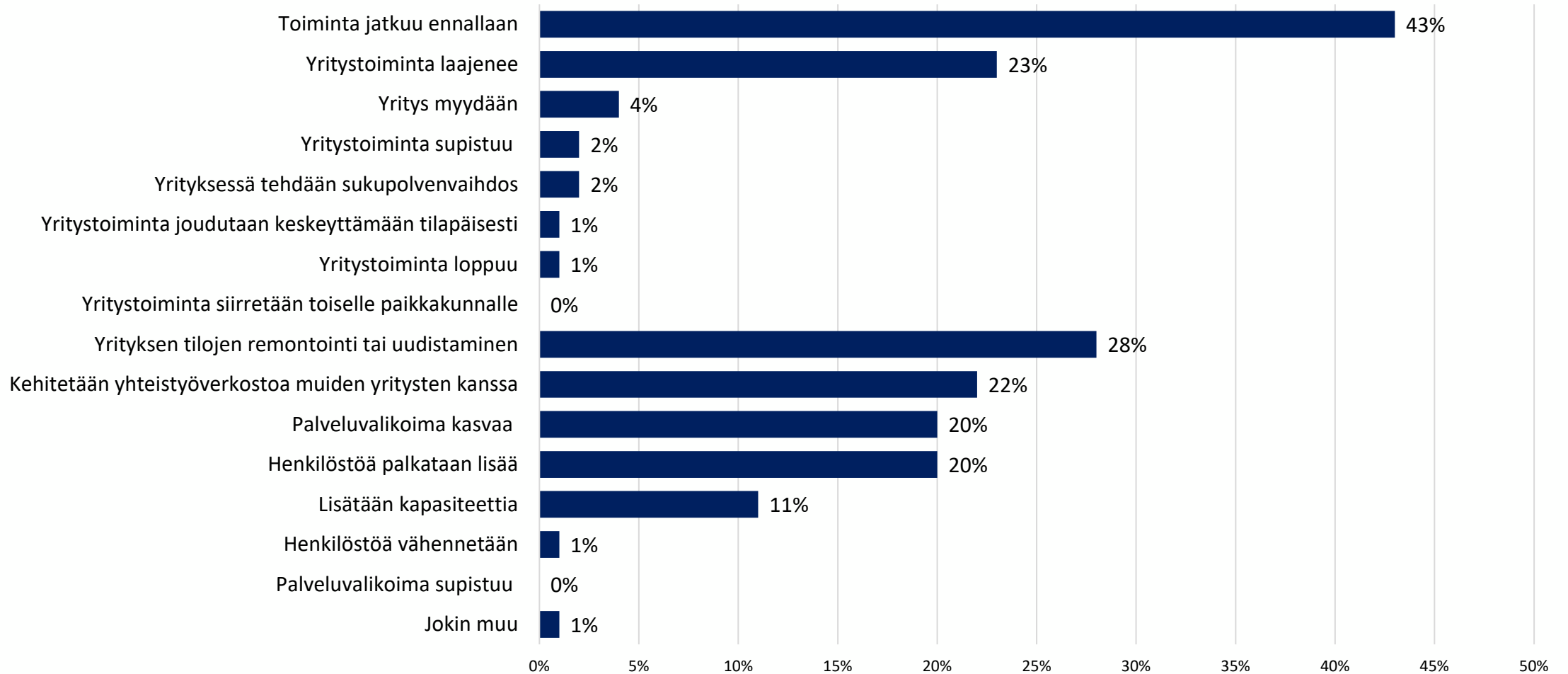
Tulevaisuus

Arvio yrityksen odotuksista ajanjaksolle 9/2021-9/2022 verrattuna aiempaan 12 kk ajanjaksoon (n=81)



Tulevaisuus

Yritysten muutosodotuksia seuraavalle kolmen vuoden ajalle (n=81)

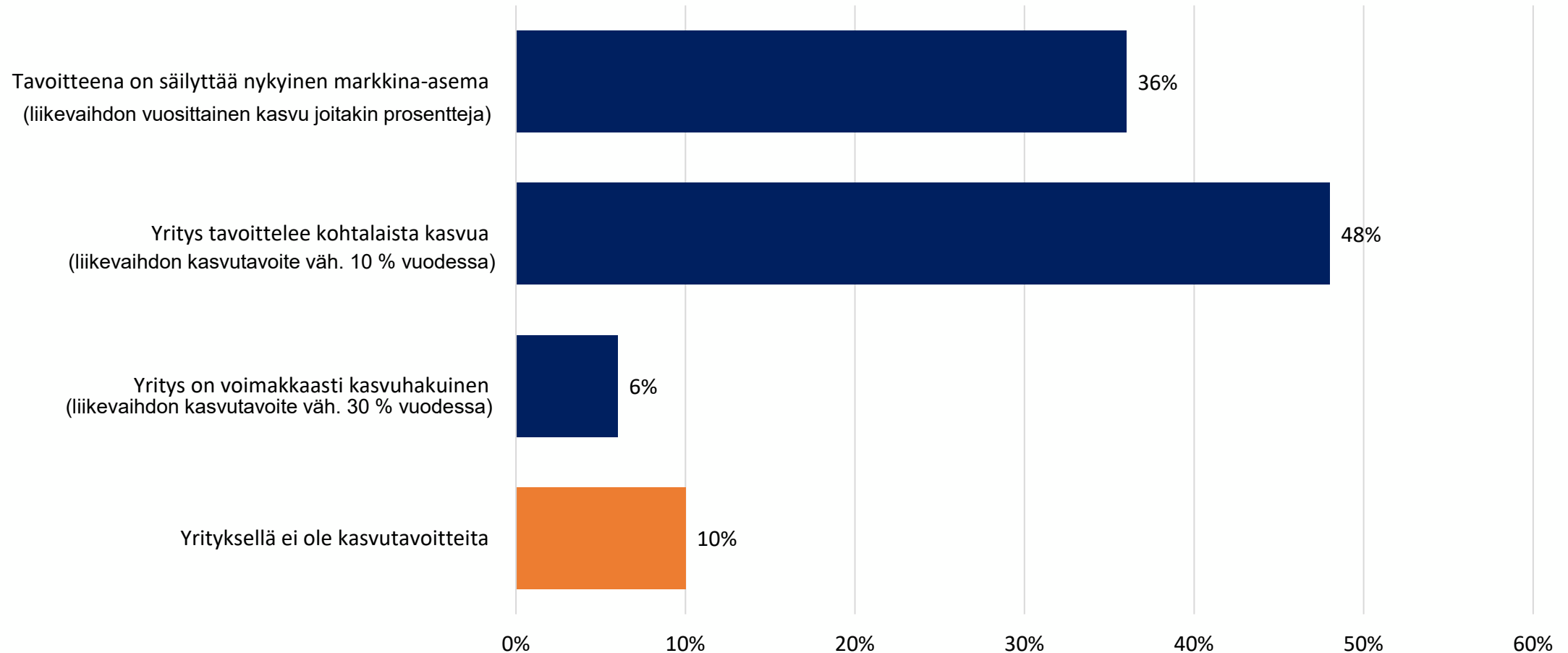


Tulevaisuus

- Vastaajilla oli mahdollisuus myös kertoa tarkemmin, kuinka yritystoimintaa on ajateltu laajennettavan / supistettavan, kuinka palveluvalikoimaa on ajateltu kasvatettavan / supistettavan ja mitä kapasiteettia on aikeissa lisätä.
 - Vastaajista viisi (5) arvioi majoituskapasiteetin ja 3 ravintolakapasiteetin lisääystä.
- **Yritystoiminnan laajenemista** arvioi kahdeksan (8) vastaajaa uusien kohteiden, palveluiden kokonaiskehittämisen, liikevaihdon kasvun, tarjonnan monipuolistumisen, rakentamisen, kapasiteetin noston, tilamyynnin, uusien kiinteistöjen hankinnan ja tapahtumien järjestämisen myötä.
- **Palveluvalikoima kasvua** arvioi 10 vastaajaa muuan muassa kansainvälisen kasvun, toiminnan laajenemisen, uusien majoituskohteiden, uusien toimipisteiden eli palvelukohteiden määrän lisääntymisen, uusien muiden yritysten kanssa tehtyjen palvelutuotteiden, ohjelmapalvelujen, tapahtumatuotannon ja vuokraustoiminnan myötä.

Tulevaisuus

Yritysten kasvutavoitteet (n=81)



Ajankohtaista: Koronapandemian vaikutukset

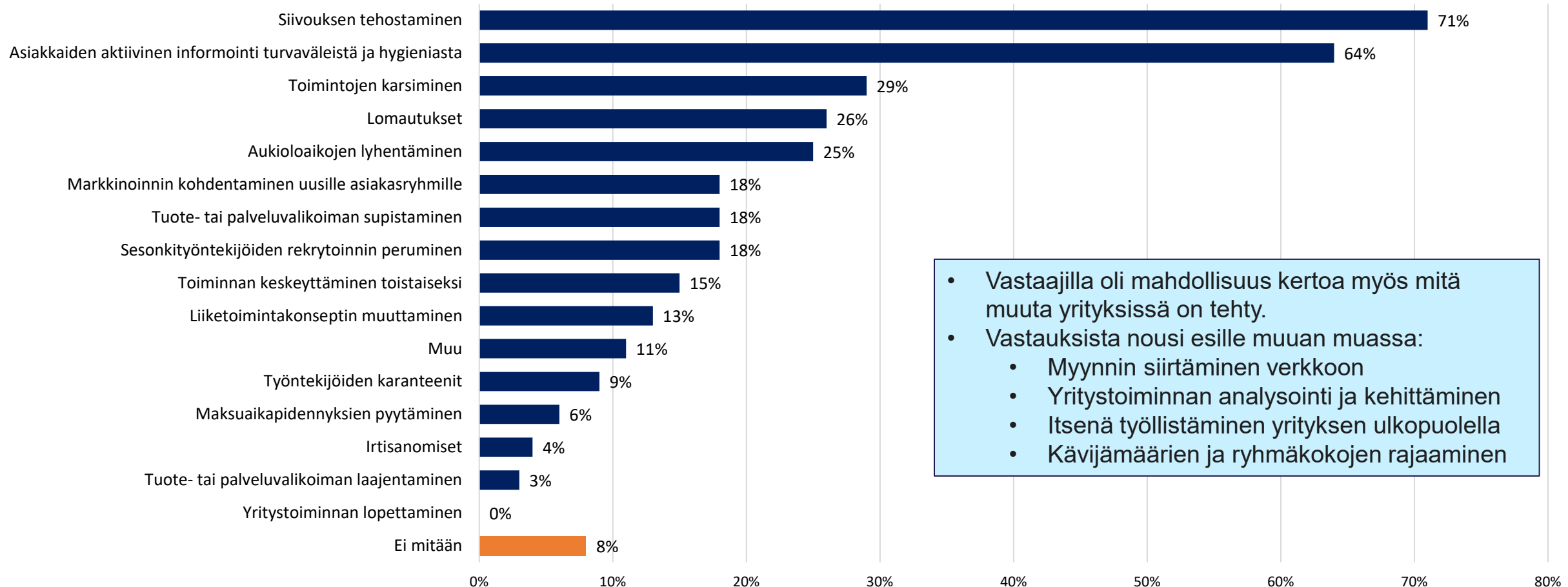
- Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri on vuosittain toteutettava kysely. Vuodesta toiseen toistuvien kysymysten lisäksi barometrissa voidaan kysyä myös matkailuun vaikuttavia ajankohtaisia teemoja.
- Vuoden 2021 kyselyyn teemaksi valittiin koronapandemian vaikutukset matkailuun.
- Millaisia toimenpiteitä yrityksessänne on koronan vuoksi tehty.
 - Luettelo mahdollisista yritystoimintaan, henkilöstöön ja palveluvalikoimaan vaikuttavista vaihtoehdoista
- Koronarajoitusten muuttuessa oletteko havainneet yritystoimissanne uusia haasteita?

Ajankohtaista: Koronapandemian vaikutukset

- Oletteko hakeneet koronatukia tai rahoitusta?
 - Eriteltyinä vuonna 2020 ja 2021
 - Vastausvaihtoehtoina ”Kyllä” ja ”Ei” erilaisin variaatioin
- Millaiselle ulkopuolelta tulevalle tuelle yrityksessänne on tarvetta?
 - Luettelo erilaisista vaihtoehdoista

Ajankohtaista: Koronapandemian vaikutukset

Yrityksissä koronasta johtuvia tehtyjä toimenpiteitä (n=80)

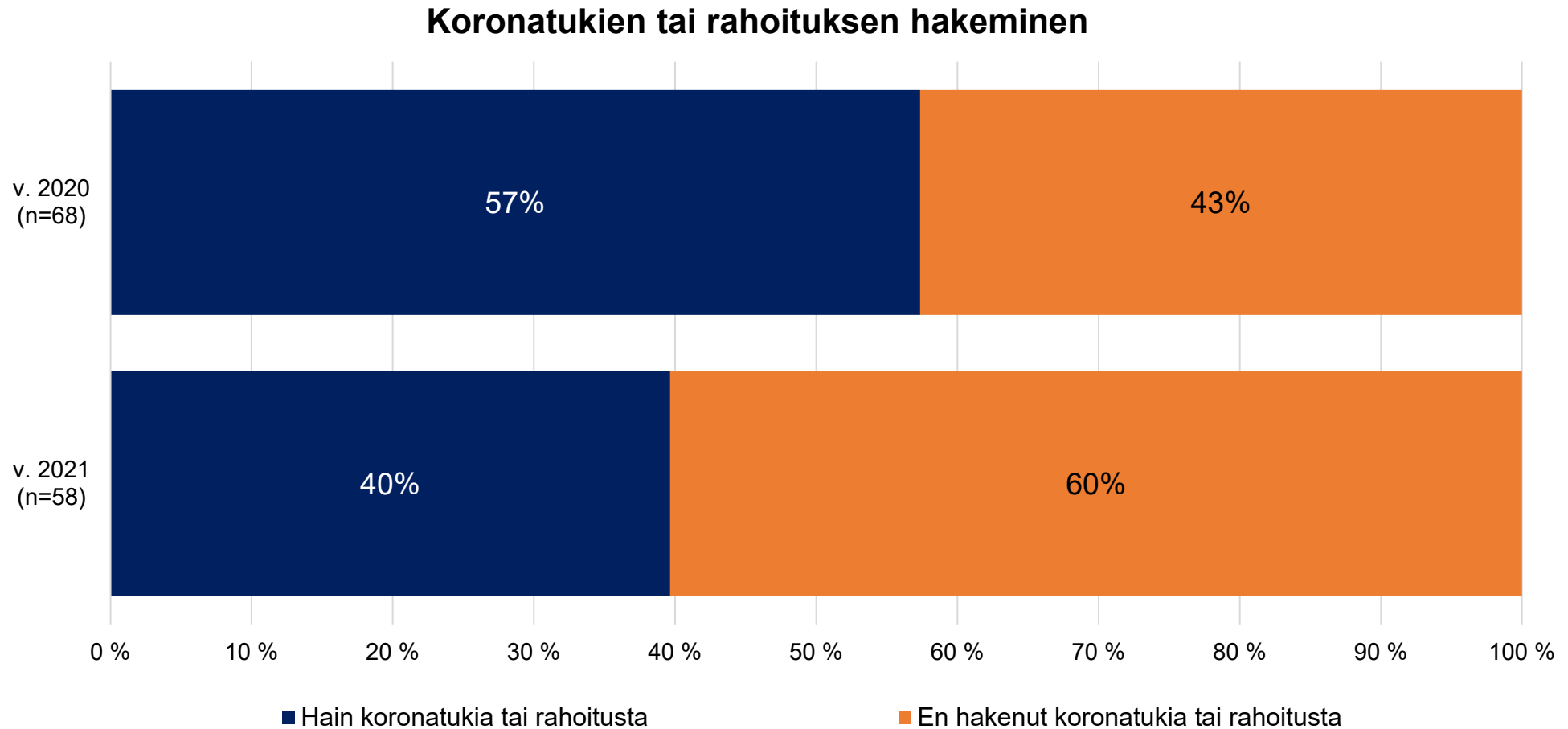


- Vastaajilla oli mahdollisuus kertoa myös mitä muuta yrityksissä on tehty.
- Vastauksista nousi esille muuan muassa:
 - Myynnin siirtäminen verkkoon
 - Yritystoiminnan analysointi ja kehittäminen
 - Itsenä työllistäminen yrityksen ulkopuolella
 - Kävijämäärien ja ryhmäkokojen rajaaminen

Ajankohtaista: Koronapandemian vaikutukset

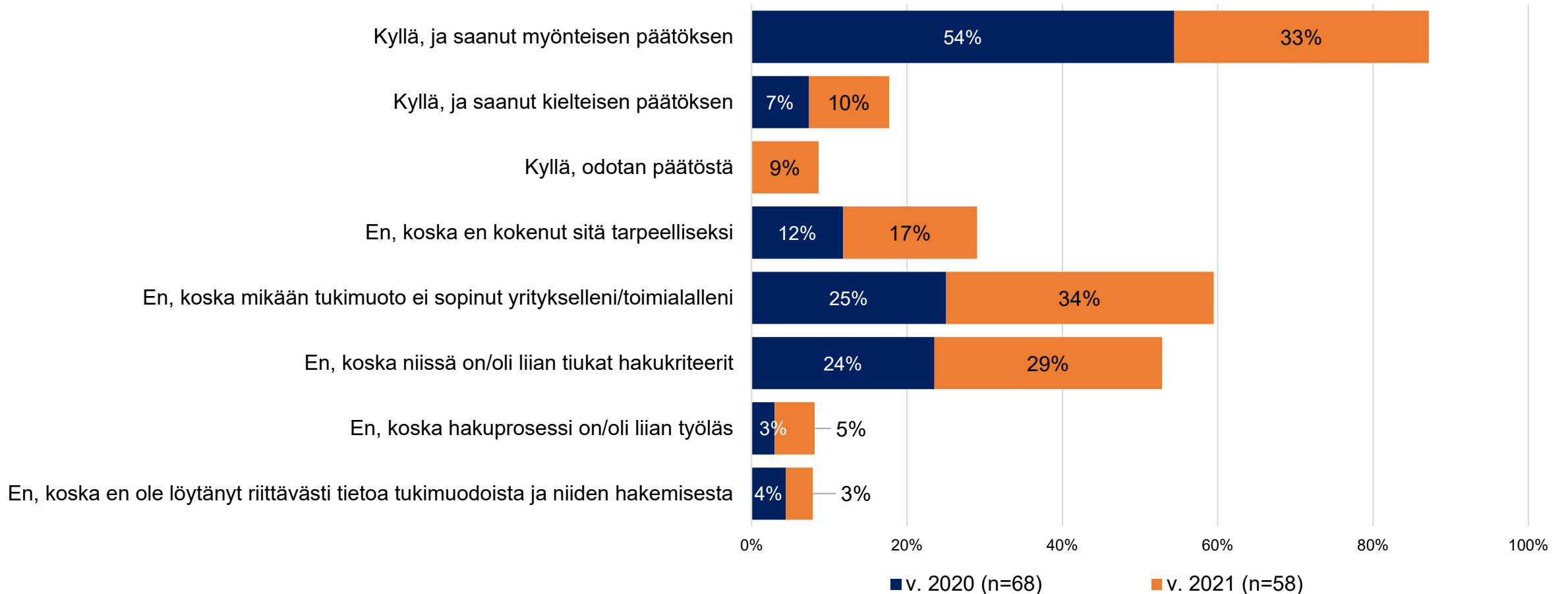
- Yrityksiltä kysyttiin, millaisia uusia haasteita yritystoiminnassa oli havaittavissa koronarajoitusten muuttuessa.
- Kysymykseen vastasi 31 eli 38 % kaikista vastaajista.
- Haasteina koettiin mm. seuraavaa:
 - Normaalista suuremmat asiakasmäärät
 - Asiakaskäyttäytymisen muutokset (nopeat muutokset varauksiin)
 - Työvoimapula ja henkilökunnan heikentynyt työhyvinvointi (12 mainitsi työvoimapulan)
 - Raaka-aineiden hintojen nousu ja hidas saatavuus
 - Turvallisuuden parantaminen
- Vastaajista neljä (4) totesi, ettei ollut havainnut haasteita.

Ajankohtaista: Koronapandemian vaikutukset



Ajankohtaista: Koronapandemian vaikutukset

Koronatukien tai rahoituksen hakeminen



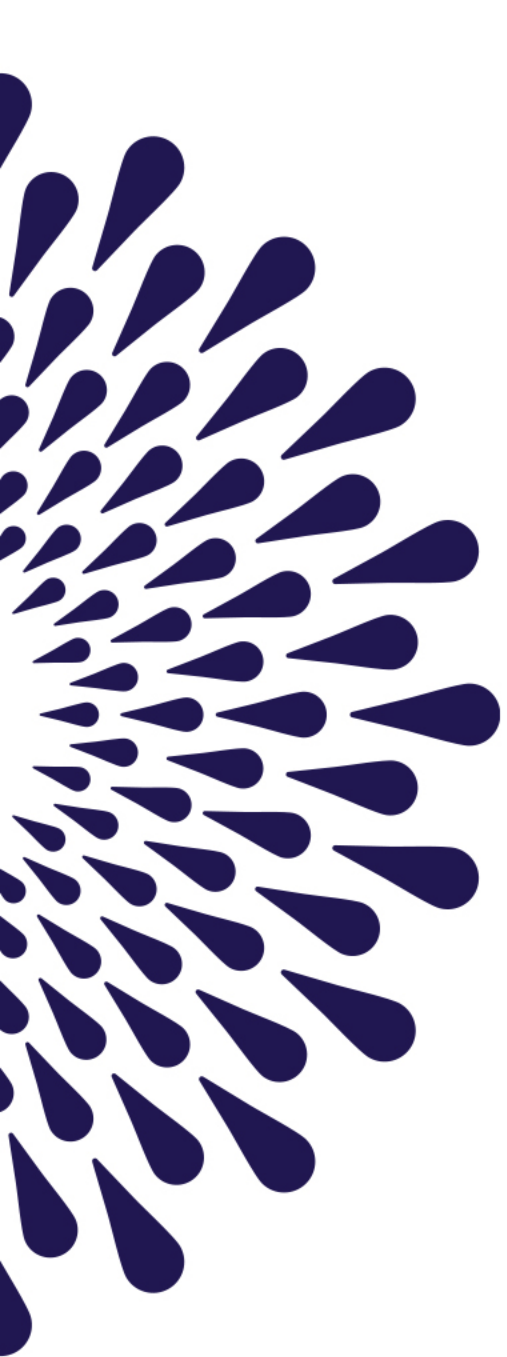
Ajankohtaista: Koronapandemian vaikutukset

Yritysten tarve tuelle (n=62)



Vapaa sana ja avoimet kommentit

- Vastaajilla oli halutessaan myös mahdollisuus tarkentaa jättämiään vastauksia, kertoa tarkemmin yrityksen tilanteesta ja antaa palautetta barometrasta.
- Kysymykseen vastasi 9 vastaajaa.
- Esille nousi mm. seuraavaa:
 - Toive matkailijatietojen kerääminen myös alle 20 vuodepaikan yrityksiltä
 - Mökkivuokrauksen markkinatutkimustiedon tarve
 - Kiitoksena webinaarien käytön lisääntyminen
 - Tulevaisuus nähdään optimistisena



SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

ISBN 978-952-7317-73-0

