

Matkailupalveluiden hintojen lasku pudotti matkatoimistoalan myynnin pakkaselle vuonna 2014

Edelleen jatkunut taloustaantuma piti myös matkailualan toimijat varpaillaan koko vuoden ajan. Myös lukuisat muut tekijät, kuten poliittiset levottomuudet, luonnonilmiöt ja tautiepidemiat eri puolilla maailmaa, vaikuttivat matkailuun niin Suomessa kuin maailmalla. Myös Suomen rajojen ulkopuolelta tuleva matkailupalveluiden tarjonta lisäsi kilpailua ja haasteita suomalaisille matkailualan yrityksille.

Matkatoimistoalan yritysten odotukset vuoden 2014 alussa eivät edellä mainituista syistä olleet kovin korkealla sen enempää liikematkustuksen kuin vapaa-ajanmatkustuksen osalta. Matkustajamäärissä ei yllättäen kuitenkaan nähty pelätyn kaltaista pudotusta. Matkailupalveluiden keskihintojen lasku aiheutti silti notkahduksen sekä liikematkasta että vapaa-ajanmatkojen myynnissä.

Suomen matkatoimistoalan liiton (SMAL) keräämien ennakkotietojen mukaan liiton jäsenoimistojen kokonaismyynti ilman alan sisäistä kertautuvaa myyntiä oli vuonna 2014 noin 1 918,3 miljoonaa euroa. Vuonna 2013 vastaava luku oli 2 027,2 miljoonaa euroa, joten alan kokonaismyynti laski noin 5,4 prosenttia edellisvuodesta. Vuotta aikaisemmin myynnin kasvua oli ollut 2,2 prosenttia.

Yrityksille ja yhteisöille tapahtuvan liikematkamyynnin arvo oli 649,2 miljoonaa euroa, mikä oli noin 5 prosenttia vähemmän kuin edellisvuonna. Suurin syy liikematkamyynnin euromääräiseen laskuun oli juuri edellä mainittu matkailupalveluiden, erityisesti lentojen, keskihinnan lasku. Suomalaisen talouselämän heikoilla näkymillä ja monissa yrityksissä toteutetuilla yt-kierroksilla oli yllättävän pieni merkitys liikematkamyynnin kehitykseen. Varsinkin vuoden loppua kohden liikematkamyynnin transaktioiden, matkavarausten, määrässä nähtiin jopa kasvua.

Lentäen tehtyjen vapaa-ajan valmismatkojen myynti vuonna 2014 oli 736 miljoonaa euroa, missä oli laskua edellisvuoden lukuun 7,7 prosenttia. Valmismatkojen myynnin romahdusta on ennustettu joissain piireissä jo vuosikymmenten ajan, mutta toimialaan vaikuttaneista monista muutoksista huolimatta, valmismatkat ovat säilyttäneet hyvin suosionsa suomalaismatkailijoiden keskuudessa. Paljolti valmismatkojen määrään vaikuttaa myös se, miten valmismatka EU:n direktiiviin perustuvan valmismatkalain mukaan määritellään. Muutosprosessin kourissa oleva, ja kenties jo tämän vuoden aikana EU:ssa hyväksyttävä, pakettimatkadirektiivi saattaa lähivuosina jopa moninkertaistaa lain piiriin kuuluvien matkakokonaisuuksien eli valmismatkojen määrän.

Lentäen tehtyjen valmismatkojen määrä on viime vuosien aikana vakiintunut vajaan yhdeksänsadan tuhannen ja miljoonan välille. Vuonna 2014 luku oli tilastoinnissa mukana olevien matkanjärjestäjien osalta noin 883 000 matkaa. Tämä oli 5,9 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2013. Tässä suurelta osin sarjatuotantoon perustuvassa vapaa-ajan valmismatkojen tilastoinnissa näkyy entistä selkeämmin se, että kaikki toimijat eivät kykene erittelemään valmismatkamyyntiään yhtiön kokonaismyynnistä. Näiden matkapakettien myynti onkin sisällytetty myöhemmin mainittavaan muuhun matkatoimistomyyntiin.

Matkailu on ollut jo pitkään verkkokaupan ylivoimaisesti suurin tuoteryhmä. Lentäen tehdyistä valmismatkoista myytiinkin vuonna 2014 internetin kautta jo noin 70 prosenttia. Vuonna 2013 vastaava luku oli 69 prosenttia, joten näiden matkojen osalta online-kaupan kasvu on jo taittumassa. Liikematkojen online-myyntin osuus jatkoi sen sijaan vielä selkeämpää kasvua ollen vuonna 2013 noin 48,3 prosenttia. Vuonna 2013 luku oli 44 prosenttia.

Muun matkatoimistomyynnin arvosta tai jakaumasta ei ole käytettävissä täsmällistä tietoa. SMAL on kuitenkin kerännyt jäsenistöltään laajasti ennakkotietoja, joiden mukaan myös muu matkatoimistomyynti olisi laskenut edellisvuodesta. Euromääräiseltä arvoltaan muu matkatoimistomyynti oli vuonna 2014 noin 533,1 miljoonaa euroa, jossa oli pudotusta edellisvuoden vastaavaan lukuun 4,8 prosentin verran. Tämä luku sisältää huomattavan määrän yksittäisinä ostettuja matkailupalveluita, joten näiden palveluiden keskihinnan pudotus selittää osin myös muun matkatoimistomyynnin laskua. Silti voidaan nähdä, että lentopohjaisten valmismatkojen ohella bussi- ja/tai laivapaketit sekä erityisteemojen ympärille rakennetut paketit ovat edelleen suosittuja matkatyyppinä suomalaismatkailijoiden keskuudessa. Perinteisten valmismatkojen ohella moni suomalainen räätälöi itse mieleisensä matkan online- tai kivijalkamatkatoimistojen erillisinä tarjoamista matkailupalveluista.

Matkatoimistojen myymät kansainväliset ja kotimaan reittilennot

Matkatoimistoissa myytyjen kotimaan ja kansainvälisten IATA-lentolippujen bruttoarvo (sisältäen verot ja veronkaltaiset maksut mukaan lukien polttoainelisämaksut) oli vuonna 2014 noin 921 miljoonaa euroa. Laskua vuoteen 2013 tässä oli vajaan prosentin verran. Lippujen määrä oli 2 647 141, mikä oli puolestaan 6,5 prosenttia enemmän kuin edellisvuonna.

Liekö syynä taloudellisesti kovat ajat ja asiakkaiden halu varmistaa maksujensa palautukset lentoyhtiöiden mahdollisissa maksukyvyttömyystilanteissa, mutta kotimaan ja kansainvälisten IATA-lippujen luottokorttimyyntin osuus (sisältäen yritysten matkatilit) on kasvanut viime vuosina selvästi. Viime vuonna osuus oli jo yli 50 prosenttia (50,7 %). Vuonna 2013 vastaava luku oli 49,9 prosenttia.

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Heli Mäki-Fränti, Suomen matkatoimistoalan liitto ry, puh. 040 575 1303