

Talous yski, maailmalla räjähteli ja turvapaikanhakijat kansoittivat Euroopan **Matkatoimistomyynti sinnitteli vuonna 2015 silti edellisvuoden tahdissa**

Monta vuotta jatkuneet Suomen talousvaikeudet eivät ottaneet laantuakseen vuonna 2015. Poliittiset levottomuudet, terrori-iskut ja tautiepidemiat eri puolilla maailmaa pysyivät niin ikään uutisotsikoissa koko vuoden ajan.

Moni matkatoimistoalan yritys oli pyrkinyt varautumaan haasteelliseksi aavisteltuun vuoteen, ja muun muassa matkanjärjestäjät olivat suhteuttaneet tarjontaansa normaalia heikompaan kysyntään. Tätä taustaa vasten vuoden 2015 matkatoimistomyynti pysytteli odotettua paremmalla tasolla. Liikematkamyynti ja muu kuin sarjatuotantoon perustuva vapaa-ajanmatkojen myynti kasvoivat edellisvuodesta selvästi.

Suomen matkatoimistoalan liiton (SMAL) keräämien ennakkotietojen mukaan liiton jäsenoimistojen kokonaismyynti ilman alan sisäistä kertautuvaa myyntiä oli vuonna 2015 noin 1 919,9 miljoonaa euroa. Vuonna 2014 vastaava luku oli 1 918,3 miljoonaa euroa eli kasvua edellisvuoteen oli hitusen verran. Vuotta aikaisemmin myynnin lasku oli ollut 5,4 prosenttia.

Yrityksille ja yhteisöille tapahtuvan liikematkamyynnin sekä tapahtuma-, kokous- ja ryhmämyynnin arvo oli 667,6 miljoonaa euroa, missä oli kasvua noin 2,8 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. Markkina kasvoi matkailupalveluiden, erityisesti lentojen, keskihinnan edelleen jatkuneesta laskusta huolimatta. Suurin osa tämän sektorin toimijoista raportoi liikematkamyynnin transaktioiden eli matkavarausten kasvusta ja erityisesti kokous- ja tapahtuma- sekä ryhmämyynnin pirstymisestä. Vuoden alussa epävarmuutta alalla herättänyt Suomen talouselämän alakuloinen vire ei vuoden aikana kuitenkaan suuremmin heijastunut yritysten matkustustarpeeseen ja liikematkamyynnin kehitykseen.

Valmismatkojen määrän kehitykseen tulee lähitulevaisuudessa merkittävästi vaikuttamaan vuoden 2015 lopulla hyväksytty EU:n uusi pakettimatkadirektiivi. 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. Selvää onkin, että vuonna 2018 voimaantuleva uusi valmismatkalainsäädäntö kasvattaa sen piiriin kuuluvien matkojen määrää.

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 2015 luku oli valmismatkatilastoinnissa mukana olevien matkanjärjestäjien osalta noin 754 700 matkaa. Tämä oli 14 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2014. Sarjatuotantoon perustuvassa vapaa-ajan valmismatkojen määrässä näkyi selvästi, että tarjontaa oli suhteutettu jo etukäteen haasteelliseksi tiedettyyn suomalaisten taloustilanteeseen. Tässä tilastoinnissa mukana olevien matkanjärjestäjien liikevaihto, 670,1 miljoonaa euroa, laskikin edellisvuoteen verrattuna vain vajaat yhdeksän prosenttia, mikä merkitsee alan toimijoiden kannattavuuden parantumista.

Matkailu on selkeästi verkkokaupan ylivoimaisesti suurin tuoteryhmä. Lentäen tehdyistä valmismatkoista myytiin vuonna 2015 internetin kautta noin 69 prosenttia, kun vuonna 2014 vastaava luku oli 70 prosenttia. Online-kaupan osuus kääntyi lievään laskuun ensimmäisen kerran sitten verkossa tapahtuvan matkakaupan käynnistymisen. Tämä viitanee siihen, että valmismatkojen online-kauppa on saavuttanut tai saavuttamassa lakipisteensä. Liikematkojen online-myyntin osuus euromääräisestä myynnistä laskettuna oli noin 40 prosenttia. Liikematkamyyntin transaktioista, matkavarauksista, laskettuna tämän sektorin online-myyntin osuus oli lähemmäs 50 prosenttia.

Muun matkatoimistomyynnin arvosta tai jakaumasta ei ole käytettävissä täsmällistä tietoa. SMAL on kuitenkin kerännyt jäsenistöltään laajasti ennakkotietoja, joiden mukaan muu matkatoimistomyynti olisi kasvanut edellisvuodesta. Euromääräiseltä arvoltaan muu matkatoimistomyynti oli vuonna 2015 noin 582,2 miljoonaa euroa, jossa oli kasvua edellisvuoden vastaavaan lukuun peräti 9,2 prosenttia. Bussi- ja/tai laivapakettien sekä erityisteemojen ympärille rakennettujen matkapakettien ohella tämä luku sisältää huomattavan määrän erillisinä ostettuja matkailupalveluita. Kun ottaa huomioon matkailupalveluiden viimeaikaisen keskihinnan pudotuksen, muun matkatoimistomyynnin reipas kasvu on myönteinen merkki matkailun vetovoimasta taloudellisesti heikkoinakin aikoina. Muuhun matkatoimistomyyntiin on sisällytetty myös ns. incoming-matkamyynti eli suomalaisten matkatoimistojen koostamat, Suomessa tai sen lähialueilla toteutettavat matkat, jotka on myyty suoraan tai toisen matkanjärjestäjän kautta ulkomaalaisille matkailijoille.

Matkatoimistojen myymät kansainväliset ja kotimaan reittilennot

Matkatoimistoissa myytyjen kotimaan ja kansainvälisten IATA-lentolippujen bruttoarvo (sisältäen verot ja veronkaltaiset maksut mukaan lukien polttoainelisämaksut) oli vuonna 2015 noin 978 miljoonaa euroa. Kasvua vuoteen 2014 tässä oli peräti 6,2 prosenttia. Lippujen määrä oli 2 842 352, mikä oli puolestaan 7,4 prosenttia enemmän kuin edellisvuonna. IATA-lentolipun kumuloitunut keskihinta oli 344 euroa, jossa laskua edellisvuoteen oli 4 euroa eli noin prosentin verran.

Luottokorttimyyntin osuus (sisältäen yritysten matkatilit) kotimaan ja kansainvälisten IATA-lippujen myynnissä jatkoi reipasta kasvuaan (11,2 prosentin nousu edellisvuoteen verrattuna). Viime vuonna luottokorttimyyntin osuus kokonaisymynnistä oli jo 53,1 prosenttia. Vuonna 2014 vastaava luku oli 50,7 prosenttia.

Lisätietoja:

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