26.10.2016

Eduskunnan työ- ja elinkeinojaostolle

Asia: HE 134/2016 vp Hallituksen esitys eduskunnalle valtion talousarvioksi vuodelle 2017 (matkailun edistäminen)

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry esittää matkailun edistämistä käsittelevästä valtion talousarviosta seuraavan.

Käytännössä kaikki valtiot panostavat matkailuun ja sen markkinointiin. Suomi on erinomainen matkailukohde, mutta Suomen tunnettuus ulkomailla on heikko. Valtion kannattaisi panostaa matkailumarkkinointiin, koska matkailun kasvu tuo valtion panostuksen moninkertaisesti takaisin työpaikkojen ja verotulojen kasvun myötä.

Pääosa suomalaisista matkailuyrityksistä on pieniä eikä niillä ole mahdollisuutta markkinoida palvelujaan ulkomailla. Siten ne tarvitsevat Visit Finlandin asiantuntemusta ja apua markkinoinnissa.

Suomi käyttää Pohjoismaista vähiten rahaa matkailumarkkinointiin ulkomailla, noin 10 miljoonaa euroa vuodessa. (Lisäksi Visit Finland on hallinnoinut kärkihankkeita, joihin on osoitettu määräaikaisesti varoja.) Norja käyttää 25,6 miljoonaa, Tanska 14,6 miljoonaa ja Ruotsi 14,3 miljoonaa euroa vuodessa (vuosi 2016).

Suomi on heikoin Pohjoismaa ulkomaalaisten matkailijoiden houkuttelemisessa. Vuonna 2015 Ruotsissa oli 13,6 miljoonaa, Tanskassa 11,2 miljoonaa, Norjassa 7,7 miljoonaa ja Suomessa 5,5 miljoonaa ulkomaista yöpymistä (mukana kaikki tilastoidut yöpymiset).

Myös ulkomaalaisten matkailijoiden kasvuvauhti on ollut hitainta Suomessa kansainvälisestä finanssikriisistä vuodesta 2008 alkaen (diasarja liitteenä). Huonoa kasvua selittää osaksi venäläisten matkailijoiden määrän selvä väheneminen. Ylivoimaisesti nopeinta kasvu on Islannissa, joka on vuoden 2010 tulivuorenpurkauksen jälkeen kasvattanut ulkomaalaisten matkailijoiden määrää useilla kymmenillä prosenteilla. Pääansio tästä kuuluu erittäin onnistuneelle markkinoinnille ulkomailla.

Suomen on lisättävä tunnettuisuuttaan ulkomailla. Se on tarpeellista myös sen vuoksi, että muut Pohjoismaat menestyvät matkailussa Suomea paremmin ja kasvavat Suomea nopeammin. Jo pienellä valtion markkinointipanostuksen lisäämisellä saadaan aikaan merkittävä parannus Visit Finlandin resursseihin. Kansainvälisen matkailun kasvunäkymät ovat erittäin hyvät.

Valtion talousarvio on ollut jo useita vuosia vahvasti alijäämäinen ja tilanne tulee jatkumaan samanlaisena ainakin joitakin vuosia. Myös työllisyyden heikko kehitys ja etenkin nuorten jääminen työelämän ulkopuolelle heikentävät Suomen menestymisen mahdollisuuksia tulevaisuudessa. Matkailu- ja ravintola-ala voisi olla merkittävä talouden moottori. Ala on erittäin työvoima- ja verointensiivinen. Nuorten alle 26 – vuotiaiden osuus työvoimasta on noin 30 prosenttia.

Ruotsi on erinomainen esimerkki matkailu- ja ravintola-alan menestyksestä. Siellä kaksi perättäistä hallitusta vuodesta 2006 alkaen panosti toimialaan voimakkaasti. Alalle syntyi 52 000 uuttaa työpaikkaa vuosina 2006 – 2014. Meillä on kaikki mahdollisuudet samanlaiseen kehitykseen. Yksi erittäin tärkeä osa on vahvistaa Suomen matkailumarkkinointia ulkomailla.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry esittää, että eduskunta päättäisi nostaa Visit Finlandin valtionavustuksen 15 miljoonaan euroon vuodessa.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry

Timo Lappi
toimitusjohtaja

Liite Matkailu Pohjoismaihin kasvaa kovaa vauhtia – Suomi jää kasvusta