13.10.2017

Eduskunnan työ- ja elinkeinojaostolle

Asia: HE 106/2017 vp Hallituksen esitys eduskunnalle valtion talousarvioksi, teema: pl 32/Matkailun edistäminen

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

Matkailun edistäminen vuoden 2018 talousarvioehdotuksessa; määrärahamuutokset ja uudet toimet sekä arvio näiden vaikutuksista

MaRa kiittää hallitusta siitä, että matkailun kehittämiseen on osoitettu ensi vuodelle lisärahoitusta. Lisärahoitus on jaettu useammalle teemalle. Näin ollen lisärahoituksen vaikuttavuus jää vähäisemmäksi kuin se olisi, jos se keskitettäisiin tärkeimpään teemaan, markkinointimäärärahojen kasvattamiseen ulkomaalaisten asiakkaiden houkuttelemiseksi Suomeen.

Ulkomailta Suomeen suuntautuva matkailu on kasvanut viime vuonna ja tänä vuonna kasvuvauhti jatkuu suotuisana. Myös tulevaisuuden näkymät ilman ulkoisia shokkeja ovat myönteiset. Tosiasia kuitenkin on, että Suomi on selvästi Norjaa, Ruotsia ja Tanskaa jäljessä ulkomaalaisten matkakohteena. Tähän on useita syitä, joista yksi on se, että Suomi on naapurimaitaan huonommin tunnettu ulkomailla.

Tunnetuksi tekeminen vaatii enemmän markkinointia ulkomailla. Markkinointi vaatii enemmän rahaa. Tämän vuoksi Visit Finlandin markkinointimäärärahat tulisi korottaa pysyvästi tasolle 20 miljoonaa euroa vuodessa. Raha tulee valtiolle monikertaisesti takaisin kasvavina verotuloina, työllisyytenä ja työttömyydestä aiheutuvien menojen vähentymisenä. Esitetty 20 miljoonan euron määräraha on pieni, jos sitä vertaa esimerkiksi hallituksen esittämään alkoholijuomaveron korotukseen. Ravintoloiden osuus veronkorotuksesta on noin 12 – 15 miljoonaa euroa vuodessa.

MaRa kiittää hallitusta lisärahoituksesta matkailualalle. Suomi on kuitenkin muita Pohjoismaita jäljessä ja siten haastajan asemassa. Ulkomaalaisten matkailijoiden houkutteleminen Suomeen edellyttää markkinoinnin tehostamista. Tämän vuoksi Visit Finlandille osoitettu määräraha tulisi nostaa pysyvästi tasolle 20 miljoonaa euroa vuodessa.

Matkailualan haasteista

Matkailualan yritysten suurin ongelma sekä kasvun ja työllistämisen este on heikko tuloksentekokyky (liite). Hotellitoimiala on tehnyt tappiota aikavälin 2009 – 2015. Viime vuoden ennuste on jo parempi. Ravintolatoimialan liikevoitto on tyypillisesti 1 – 3 prosenttiyksikköä liiketuloksesta.

Matkailu- ja ravintola-alan palvelujen kysyntä ei ole vielä vuoden 2007 tasolla. Kustannukset ovat kuitenkin kasvaneet vuoden 2007 jälkeen paljon. Kustannuksia ovat kasvattaneet muun muassa useat verojen korotukset (esimerkiksi alkoholijuoma-, kiinteistö- ja palvelualojen sähkövero), henkilöstökulujen kasvu viime vuosien maltillisista palkkaratkaisuista huolimatta (esimerkiksi työntekijöiden ansiot kasvoivat 17,3 prosenttia vuosina 2008 – 2016) ja raaka-aineiden hintojen kova nousuvauhti varsinkin 2010 – luvun alussa.

Heikko tuloksentekokyky aiheutuu myös toimialan sesonkiluonteisuudesta etenkin Pohjois-Suomessa ja Järvi-Suomessa. Sesonkien pidentäminen ja uusien sesonkien avaaminen onkin matkailualan tärkeimpiä tavoitteita. Se helpottaisi myös ammattitaitoisen työvoiman saatavuutta, kun toimialan yritykset voisivat tarjota kokoaikaisia ympärivuotisia työpaikkoja. Tällöin työntekijät voisivat muuttaa pysyvästi esimerkiksi Lappiin, mikä lisäisi kuntien verotuloja. Esimerkiksi jos Lapin matkailun huippusesonki pidentyisi 2 – 3 kuukaudella, työehtosopimuksen työaikajärjestelmiä käyttämällä toimialan yritykset voisivat luoda pysyviä työpaikkoja määräaikaisten työsuhteiden ja vuokratyön sijaan.

Matkailu- ja ravintola-alan suurin yksittäinen ongelma on toimialan yritysten heikko kannattavuus. Kustannukset ja verot sekä hinnat asiakkaille ovat korkeita, mutta yrittäjälle jäävä tulos on heikko. Sillä on monia syitä ja siitä on monia seurauksia. Toimialan verorasitusta ja henkilöstön sivukuluja pienentämällä, lainsäädäntöä karsimalla sekä ulkomaan matkailumarkkinointiin panostamalla toimiala voisi luoda yhä enemmän työpaikkoja ja kasvua ympäri Suomea. Työpaikkojen lisäys ja kasvu ovat mahdollisia myös sellaisilla alueilla, joilla näkymät muutoin ovat heikot.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry

Timo Lappi
toimitusjohtaja