



KORONAKYSELYN TULOKSET

Eteläpohjalaiset matkailu- ja palvelualanyritykset

13. toukokuuta 2020

Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Kumppanuusverkostot matkailuelinkeinon kasvun tukena –hanke



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin





Sisällysluettelo

1	KYSELYN TARKOITUS JA TAVOITTEET	3
2	VASTAAJIEN TAUSTATIEDOT	4
2.1	Yritysten matkailupalveluiden luonne	4
3	KORONAKRIISIN VAIKUTUKSET LIIKETOIMINTAAN	5
3.1	Vaikutukset yrityksen liikevaihtoon valituilla ajanjaksoilla	6
3.2	Koronakriisin aikana tehdyt toimenpiteet yrityksessä	7
3.3	Kriisin mahdolliset positiiviset vaikutukset liiketoimintaan.....	8
3.4	Tulosodotukset vuoden 2020 ajalta edelliseen vuoteen verrattuna	9
4	TUEN TARVE JA RAHOITUKSEN HAKEMINEN	10
4.1	Yritysten hakemat koronakriisiin tarkoitetut rahoitus- ja tukimuodot	11
4.2	Yritysten tuen tarve kriisin aikana.....	13
5	PALAUTUMINEN KORONAKRIISISTÄ JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT. 16	
5.1	Yritysten liiketoiminnan jatkuminen koronakriisin jälkeen	16
5.2	Odotukset liiketoiminnan palautumisesta normaaliksi tai kohtuullisen kestävälle tasolle	17
5.3	Arvio ulkopuolisten tekijöiden vaikutuksista yrityksen liiketoiminnan nopeaan palautumiseen	18
5.4	Vapaa sana.....	21
6	YHTEENVETO	22



1 Kyselyn tarkoitus ja tavoitteet

Kevään 2020 aikana globaali koronaviruspandemia (tästä eteenpäin koronakriisi) on vaikuttanut ja vaikuttaa yhä läpileikkaavasti yhteiskuntaamme ja elinkeinoihin. 17.3. Suomessa otettiin käyttöön valmiuslaki, mikä tarkoitti laajoja liikkumis- ja kokoontumisrajoituksia sekä rajojen sulkemista. Käytännössä tämä tarkoitti koulujen sulkemista ja etäopetukseen siirtymistä, liikkumisen rajoittamista vain välttämättömiin ja lukuisten palvelualan yritysten ovien sulkemista. Rajoitusten vaiheittainen purkaminen aloitettiin toukokuun ensimmäisinä viikkoina 2020. Viruksen etenemisen ennakointi oli alusta asti haastavaa ja tilanne kehittyi jatkuvasti vallitsevan globaalien tilanteen mukaan.

Kriisin aikana matkailu käytännössä pysähtyi, mikä tarkoitti matkailuyritysten kysynnän romahtamista. Matkailu olikin yksi ensimmäisistä elinkeinoista, joihin koronakriisin vaikutukset kohdistuivat. Nopeasti kriisin edetessä lukuisat matkailu- ja palvelualanyritykset ilmoittivat akuutista kassakriisistä, lomautuksista, yt-neuvotteluista ja muista liiketoiminnan sopeuttamistoimista. Erityisen haasteellisen tilanteesta teki epävarmuus kriisin etenemisestä ja sen kestosta. Matkailun elpyminen globaalisti ja kansallisesti oli epävarmaa, mikä vaikutti erityisesti matkailu- ja palvelualojen yrityksiin ja tapahtumanjärjestäjiin vuoden 2020 osalta ja vielä pitkään sen jälkeen. Vuoden 2020 osalta on haastavaa ennakoida yritysten mahdollisuutta palata normaaliin tai suhteellisen kestäväälle tasolle liiketoiminnan osalta.

Tämä kysely toteutettiin eteläpohjalaisille matkailu- ja palvelualan yrityksille sekä tapahtumajärjestäjille. Kysely oli avoinna 21.-29.4.2020. Tavoitteena oli kartoittaa koronakriisin vaikutuksia vuoden 2020 osalta sekä tulevaisuuden näkymiä. Tavoitteena on tulosten avulla suunnata tulevia kehittämistoimenpiteitä yritysten tarpeisiin ja hyödyntää tuloksia myös tulevassa maakunnan matkailustrategiassa. Kyselyn toteutti Seinäjoen ammattikorkeakoulu



osana Kumppanuusverkostot matkailuelinkeinon kasvun tukena –hanketta. Hanketta rahoittaa Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus Manner-Suomen maaseudun kehittämisen Maaseuturahastosta.

Kysely lähetettiin SeAMKin Matkailun toimialarekisteriä hyödyntämällä reilulle 300 matkailutoimijalle Etelä-Pohjanmaalla. Kohderyhmää tavoiteltiin SeAMK Matkailuhankkeet –uutiskirjeen kautta, sähköpostitse sekä Facebookissa Matkailutoimijat, Etelä-Pohjanmaa –ryhmässä. Vastauksia saatiin yhteensä 78 kpl. Vastausprosentti oli arviolta noin 24%.

Vastaukset analysoitiin anonymoineina eikä yksittäisten yritysten vastauksia tuotu esille sellaisenaan. Tulokset päätettiin julkaista raportin muodossa, jotta ne olisivat hyödynnettävissä laajemmin. Kyselyn tulokset antavat tärkeää tietoa eteläpohjalaisen matkailuelinkeinon tilasta ja tarpeista tässä kaikkia koskevassa globaalissa poikkeustilassa.

2 Vastaajien taustatiedot

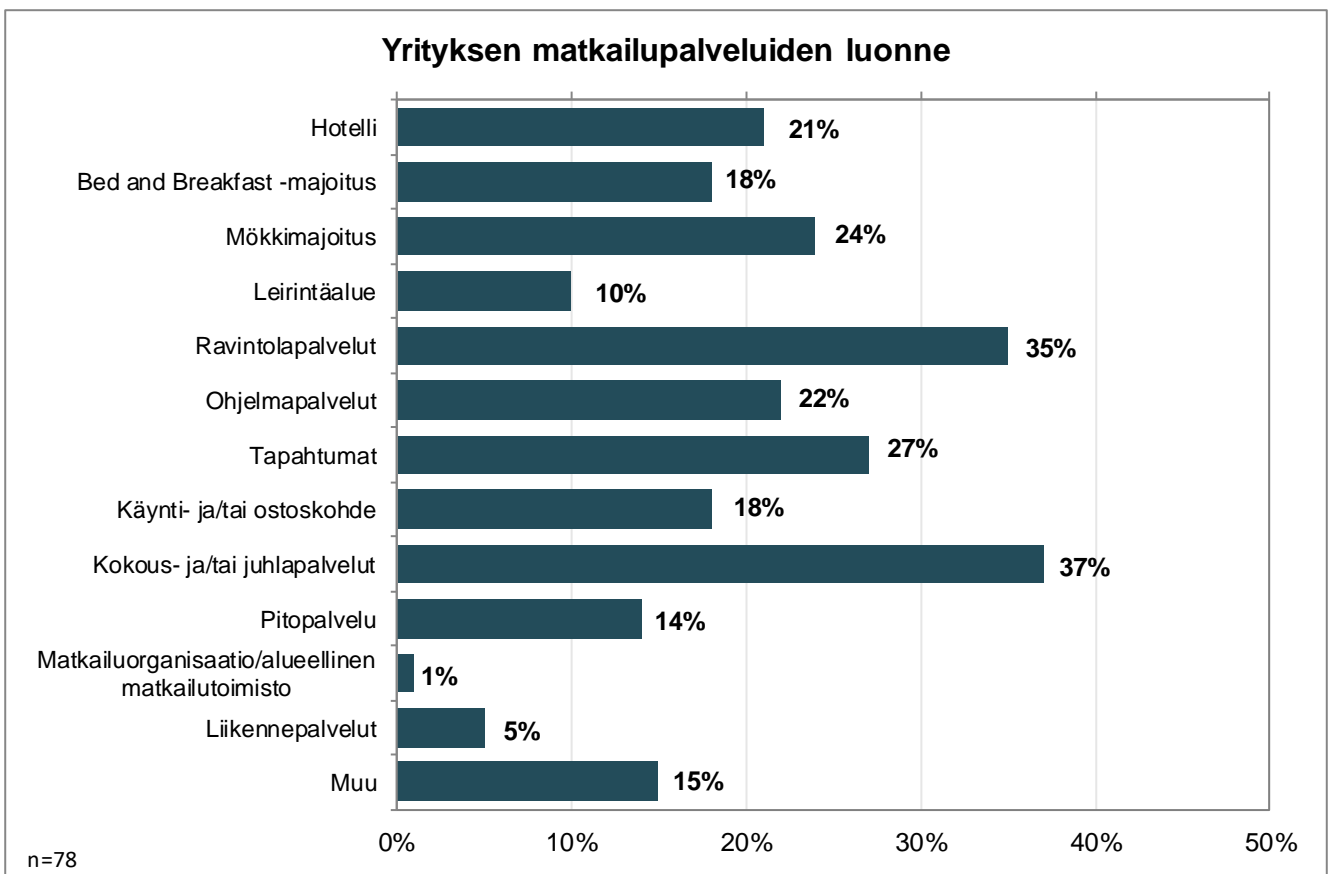
Vastaajien joukossa oli sekä yrittäjiä että yritysten toimihenkilöitä. Lisäksi vastauksia saatiin yhdistyksiltä, joiden toiminta on kytköksissä matkailuun sekä tapahtumanjärjestäjiltä. Vastauksia saatiin ympäri maakuntaa, yhteensä 16 eri paikkakunnalta.

2.1 Yritysten matkailupalveluiden luonne

Vastaajilta kysyttiin yrityksen matkailupalveluiden luonnetta eli mitä matkailualan palveluita yritys tarjoaa. Vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto. Vastaajia oli 78 ja vastausten lukumäärä oli 193. Tämä osoittaa, että moni matkailualan yrittäjä tarjoaa useampia palveluita kuten majoitus- ja ravintolapalveluita. Kuvioista 1 nähdään, että vastaajat edustivat



laajaa kirjoa erilaisia matkailupalveluita. Lisäksi vastausvaihtoehdoissa annettiin mahdollisuus jättää avoimia vastauksia kohtaan ”Muu, mikä”. Siihen saatiin vastauksia 12 kpl, jotka edustivat pääosin ohjelmapalveluihin luettavia palveluita.



Kuvio 1. Yrityksen matkailupalveluiden luonne.

3 Koronakriisin vaikutukset liiketoimintaan

Tässä osiossa selvitettiin, kuinka koronakriisi on vaikuttanut yritysten liiketoimintaan ja kuinka sen odotetaan vaikuttavan vuoden 2020 tulokseen. Lisäksi selvitettiin, millaisia toimenpiteitä yrityksissä on jouduttu tekemään koronakriisin aikana.



3.1 Vaikutukset yrityksen liikevaihtoon valituilla ajanjaksoilla

Vastaajilta kysyttiin mitä vaikutusta koronakriisillä on ollut ja on yrityksen liikevaihtoon eri ajanjaksoilla. Ajanjaksoina käytettiin samaa aikavälijaksotusta ja vastausvaihtoehtoja kuin Lomalaidun ry:n tekemässä Covid-19 vaikutukset maaseutumatkailuun -kyselyssä, joka toteutettiin maaliskuussa 2020.

Taulukosta 1 on nähtävissä, kuinka kokoontumis- ja liikkumisrajoitteet vaikuttavat liikevaihtoon. Vastaajista kukaan ei usko liikevaihdon kasvuun toukokuun loppuun mennessä. Kevään 2020 osalta voidaan sanoa, että yrityksissä ei juurikaan näyttäisi syntyvän liikevaihtoa. Tällä ajanjaksolla liiketoiminta on pysähtynyt kokonaan tai se on vähintään puolet huonompi, ellei jopa enemmän kuin aiemmin vastaavana aikana. Kesäsesonkiaikaa tarkasteltaessa voidaan olettaa, että yritykset olisivat saaneet jo avattua liiketoimintaansa, mutta edelleen liikevaihto on huonompi kuin aiemmin vastaavana ajanjaksona. Tuloksia tarkasteltaessa on hyvä ottaa huomioon se, että Suomen hallitus kielsi 500 hengen yleisötilaisuudet 22.4.2020. Tämän tiedon puuttuminen saattaa näkyä tuloksissa positiivisena niiden vastaajien osalta, jotka vastasivat kyselyyn ennen tiedon julkaisemista. Loppuvuotta ja talvikautta 2021 tarkasteltaessa voidaan todeta, että koronaviruskriisistä elpyminen vie aikaa. Kasvuodotuksia on vain yksittäisillä yrityksillä. Kaikki vastaajat vastasivat kysymykseen.



Taulukko 1. Vaikutukset yrityksen liikevaihtoon seuraavilla ajanjaksoilla.

	Liiketoiminta suljettu kokonaan	-50 % tai huonompi	-50% ja -15% välillä	Edellisvuoden/-vuosien kaltainen	+ 5% ja +15 % välillä	+15 % tai enemmän
Pääsiäinen	63 %	28 %	4 %	5 %	0%	0%
Huhtikuun loppu - toukokuun loppu	40 %	54 %	4 %	3 %	0%	0%
Kesä-elokuu	14 %	54 %	26 %	4 %	1 %	1 %
Syys-joulukuu	5 %	35 %	35 %	19 %	5 %	1 %
Talvikausi 2021	6 %	21 %	24 %	40 %	6 %	1 %

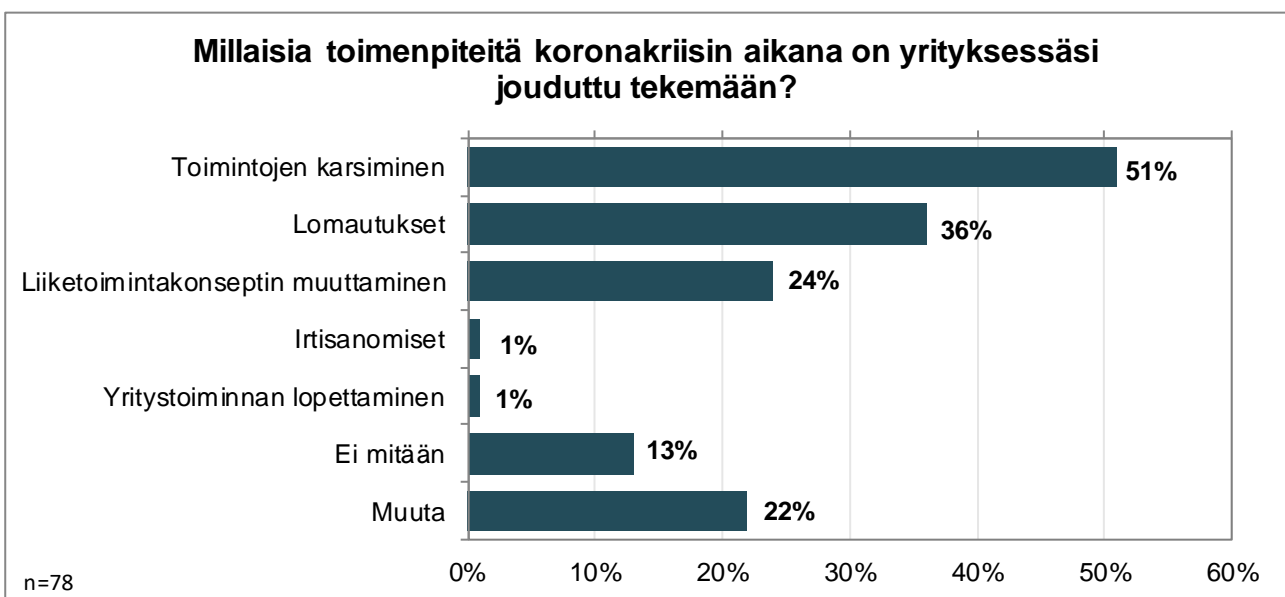
3.2 Koronakriisin aikana tehdyt toimenpiteet yrityksessä

Vastaajilta kysyttiin, millaisia toimenpiteitä yrityksissä on tehty koronakriisin aikana. Vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto. Vastaajia oli 78 ja vastausten lukumäärä oli 116.

Eniten vastauksia sai vaihtoehto ”Toimintojen karsiminen”, johon vastasi 51 % vastanneista eli 41 kpl. Toiseksi eniten vastauksia keräsi ”Lomautukset” 36 % (28 kpl) ja kolmanneksi eniten ”Liiketoimintakonseptin muuttaminen” 24 % (19 kpl). Irtisanomisista on jouduttu tekemään yhdessä yrityksessä ja yksi yritys on joutunut lopettamaan yritystoimintansa. Vastaajista 13 % eli 10 vastaajaa ei ollut vielä joutunut tekemään mitään toimenpiteitä (Kuvio 2).



Vastaajilla oli mahdollisuus jättää myös avoimia vastauksia kohtaan 'Muuta, mitä'. Tähän vaihtoehtoon tuli yhteensä 17 vastausta. Vastauksista nousi esille muuan muassa, että liiketoiminta on keskeytetty, kuluja minimoidaan, palkanalennuksia on tehty, puskurirahoja käytetään ja kesätyöntekijöitä ei palkata. Myös kehittäminen nähtiin toimenpiteenä, jota tehty koronakriisin aikana. Osa vastaajista nosti esille myös odottamisen.



Kuvio 2. Millaisia toimenpiteitä koronakriisin aikana yrityksissäsi on jouduttu tekemään.

3.3 Kriisin mahdolliset positiiviset vaikutukset liiketoimintaan

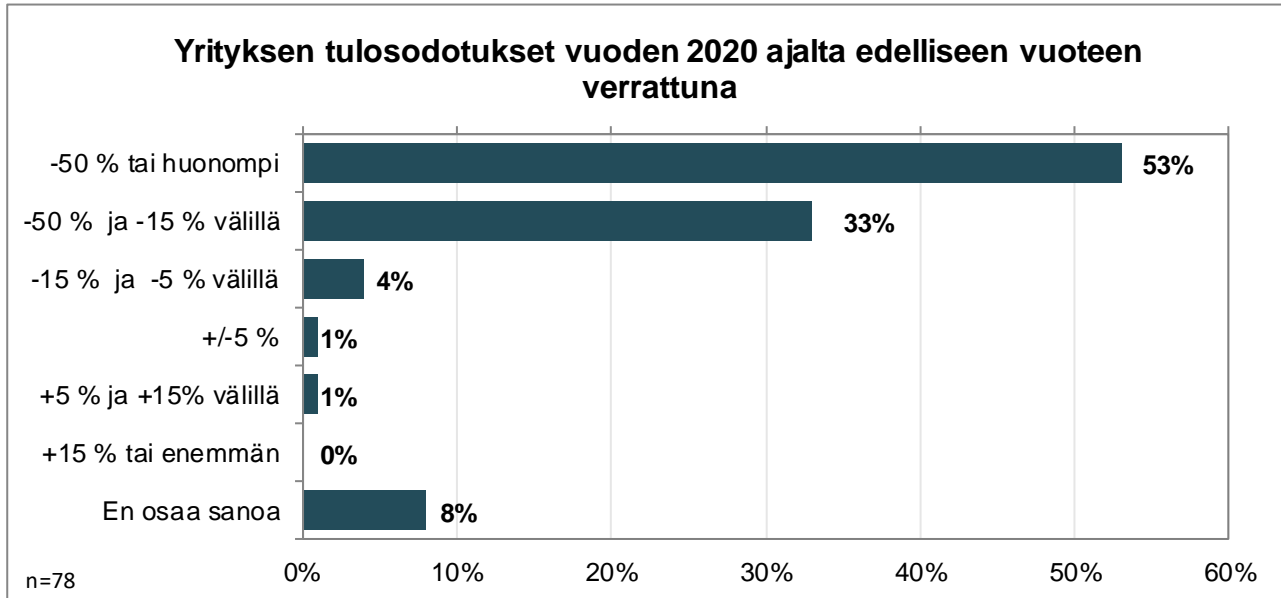
Vastaajilta kysyttiin kriisin mahdollisia positiivisia vaikutuksia ja vastaajista 40 vastasi kysymykseen. Kysymys esitettiin vapaan sanan muodossa. Huomioitavaa on, että tähän kysymykseen vastattiin myös, ettei positiivisia vaikutuksia ole ollut, vaan päinvastoin. Näin vastasi oli suurin osa vastaajista. Osasta vastauksia oli vaikea tulkita, olivatko kriisin mahdolliset vaikutukset positiivisia vai negatiivisia.



Positiivisina vaikutuksina oli koettu esimerkiksi se, että kriisitilanteessa on aikaa sellaiseen työhön, mihin normaalisti olisi vähemmän aikaa käytettävissä, kuten remontointi ja siivous sekä tarkempi syventyminen joihinkin liiketoiminnan osa-alueisiin. Lisäksi positiivisena nähtiin toiminnan ohjautuminen uusiin asioihin, jotka tukevat nykyistä liiketoimintaa kuten verkko-kauppa sekä markkinoinnin ja myyntityön edistämisen toimet. Kriisi on myös pakottanut käymään läpi liiketoimintaa esimerkiksi kustannusrakenteiden osalta. Myös uusia tuotteita ja palveluita on kehitetty ja jopa koko liiketoimintaa on ajateltu uudelleen.

3.4 Tulosodotukset vuoden 2020 ajalta edelliseen vuoteen verrattuna

Vastaajia pyydettiin arvioimaan yrityksen tulosodotuksia vuoden 2020 osalta verrattuna edelliseen vuoteen ja kysymykseen vastasivat kaikki 78 vastaajaa. Kuviosta 3 nähdään, että tulosodotukset kuluvalle vuodelle jäivät selvästi huonommaksi edellisvuoteen verrattuna. Jopa yli puolet vastaajista (53 %), arvioi, että vähintään puolet tuloksesta tai jopa enemmän jäädään viime vuodesta. Positiivisia tulosodotuksia vastaajilla ei ole oikeastaan lainkaan. ”En osaa sanoa” -vaihtoehdon valitsi 8 % vastaajista.



Kuvio 3. Yritysten tulosodotukset vuoden 2020 ajalta edelliseen vuoteen verrattuna.

4 Tuen tarve ja rahoituksen hakeminen

Tässä osiossa selvitettiin yritysten tuen tarvetta koronakriisin aikana ja sen jälkeen. Tavoitteena oli selvittää, ovatko yritykset hakeneet saatavilla olevia tukirahoituksia kunnilta, Business Finlandilta, ELY-keskuksilta tai hyödyntäneet muita mahdollisia saatavilla olevia tukimuotoja. Lisäksi selvitettiin tuentarvetta yrityksissä yleisesti. Näiden vastausten perusteella on tavoitteena kohdentaa kehittämis- ja tukitoimia alueella kriisistä palautumiseen sekä ottaa ne huomioon, kun ennakoidaan mahdollisia uusia yllättäviä kriisitilanteita tulevaisuudessa.



4.1 Yritysten hakemat koronakriisiin tarkoitetut rahoitus- ja tukimuodot

Kyselyn toteutuksen aikana (21.-29.4.2020) olivat kysymyksessä esitetyt olevat tukimuodot avoimna yrityksille haettavaksi. Uudenlaisia tukimuotoja mahdollisesti tulee myöhemmin, mutta niitä hallitus ei ollut vielä kyselyn toteuttamisajankohtaan ja raportin julkaisuun mennessä linjannut.

Vastauksia tarkasteltaessa on hyvä huomioida, että suuri osa kyselyyn vastanneista yrityksistä ei ole hakukelpoisia alla esitettyihin tukimuotoihin. Noin 75% yrityksistä eivät ole tukimuotoihin hakukelpoisia tai eivät aio jostain muusta syystä hakea. Vastausten perusteella ei pystytä suoraan arvioimaan, miksi yritykset eivät ole hakukelpoisia tai miksi eivät aio hakea rahoitusta. Tähän saadaan kuitenkin hieman selvyyttä raportin loppupuolella, kun vastaajilla oli mahdollisuus jättää vapaita kommentteja kriisiin liittyen. Positiivista kuitenkin on, että 10% vastaajista kertoi saaneensa hyväksytyt päätökset Business Finlandin esiselvitysrahoitusliiketoiminnan häiriötilanteisiin ja kehittämisrahoituksesta häiriötilanteisiin. 4% vastaajista oli saanut yksinyrittäjän toimintatukea kunnalta, 6% ELY:n yrityksen kehittämisavustusta tilanneanalyysiin ja 3% kehittämisavustusta kehittämistoimenpiteisiin. Pieni osa vastaajista odotti kyselyyn vastaamishetkellä päätöstä tukihakemuksen osalta (Taulukko 2).

Avoimissa vastauksissa 'jokin muu, mikä' -kohtaan tuli esille, että yrityksissä on haettu myös muita tukimuotoja kuin taulukossa esitetyt. Avoimia vastauksia tuli 11 kpl. Kaksi vastaajista aikoi hakea OKM:n tarjoamaa tukea kulttuuritapahtumille. Lisäksi vastauksissa mainittiin Kellan tarjoamat tuet yrittäjille eli työmarkkinatuki (5 vastaajaa). Myös starttiraha, vakuutus ja Finnveran takaama yrityslaina mainittiin yksittäisissä vastauksissa.

Vastausten perusteella voidaan todeta, että saatavilla olevat tuki- ja rahoitusmuodot eivät ole tarjonneet matkailu- ja palvelualanyrityksille suoraan sellaista tukea, mitä kriisitilanne olisi vaatinut. Rahoitus- ja tukimuodot, jotka olivat tarjolla yrityksille haettavaksi, perusteltiin



pitkälti niiden organisaatioiden ja rahoitusmuotojen mukaan, mitä oli kriisin vaatimalla nopealla aikataululla mahdollista avata.

Taulukko 2. Yritysten hakemat tuki- ja rahoitusmuodot.

Yritysten hakemat tuki- ja rahoitusmuodot	kyllä, olen jo hakenut	kyllä, olen saanut myönteisen päätöksen	kyllä, olen saanut kielteisen päätöksen	aion hakea	ei, en aio hakea	yritykseni ei ole hakukelpoinen
Yksinyrittäjän toimintatuki 2 000 € (kunnat)	4 %	10 %	0%	12 %	15 %	59 %
Esiselvitysrahoitusliiketoiminnan häiriötilanteisiin (Business Finland, yritykset väh. 6 hlöä työllistävät)	9%	5%	5%	0%	28%	54%
Kehittämisasiavustus liiketoiminnan häiriötilanteisiin (Business Finland, yritykset väh. 6 hlöä työllistävät)	10%	3%	5%	5%	21%	56%
Yrityksenkehittämisasiavustus tilanneanalyysi (ELY, yritykset max. 5 hlöä työllistävät)	6%	2%	2%	9%	30%	52%
Yrityksen kehittämisasiavustus kehittämistoimenpiteet (ELY, yritykset max. 5hlöä työllistävät)	3%	0%	0%	16%	35%	46%
Jokin muu	14%	3%	3%	19%	41%	22%



4.2 Yritysten tuen tarve kriisin aikana

Tässä kysymyksessä vastaajilta selvitettiin yritysten tuen tarvetta yleisesti. Vastaaja sai valita useamman vastausvaihtoehdon. Vastaajien määrä oli 66 kpl ja vastausten määrä 120 kpl. Jopa 38% vastanneista kokee tarvitsevansa tukea uusien liiketoimintamallien kehittämiseen. Se, että asiakkaat eivät vieraille enää entiseen tapaan fyysisesti yrityksen tiloissa, on haastanut yrityksiä kehittämään uudenlaisia tapoja palvella asiakkaitaan. Tähän liittyen yrityksissä koetaan nyt olevan suuri tarve digitaalisten ratkaisujen, kuten verkkokauppa ja muut sähköiset myynti- ja markkinointikanavat, suunnitteluun ja toteuttamiseen, vastanneista 30% tarvitseekin nyt tukea digitaalisten ratkaisujen kehittämiseen.

Myös uudet tavat toimia haastavat tuotekehityksen, koska digitaalisiin kanaviin myytäviksi siirrettävien tuotteiden luonne voi muuttua suuresti tavanomaisista tuotteista. 24% vastanneista koki tarvitsevansa tukea tuotekehitykseen. Suurimmassa osassa matkailu- ja palvelualan yrityksistä päätuotteet ovat aineettomia palveluita, mikä haastaa entisestään siirtymistä verkkomyyntiin. Niille yrityksille, joilla oli jo ennen kriisiä toimiva verkkokauppa ja siellä tuotteita ja palveluita myynnissä, ovat todennäköisesti ponnahtaneet uusiin liiketoimintamalleihin ketterämmin kuin ne, jotka ovat joutuneet aloittamaan kehittämisen nollasta. Noin viidennes vastanneista koki yritysten tarvitsevan nyt tiedottamista koronatuista ja rahoituksen hakemisesta sekä yritysten välistä vertaistukea (17 %).

Lisäksi webinaarit ajankohtaisasioista, yritysryhmähankkeiden valmistelu ja hakeminen, yrittäjien ja toimijoiden välistä vuorovaikutusta ja yhteistyötä mahdollistavat ja tukevat tilaisuuDET, kuten koronakahvit ja verkkotilaisuudet saivat vastanneilta yrityksiltä jonkin verran kannatusta (Kuvio 4).



Kuvio 4. Yritysten tuen tarve kriisin aikana ja siitä palautumiseen.

Vastaajilla oli mahdollisuus jättää myös avoimia vastauksia kohtaan 'muuta, mitä'. Tähän vaihtoehtoon tuli yhteensä 22 kommenttia. Näiden vastausten perusteella selviää akuutin tuen tarve matkailu- ja palvelualan yrityksille. Avoimista vastauksista voidaan yhteenvetona todeta, että suurin tuen tarve kriisin aikana ja sen jälkeen on suora rahallinen tuki muun muassa fyysisiin tiloihin liittyviin kiinteisiin kustannuksiin kuten sähkö, vuokra, vesi sekä palkka- ja markkinointikuluihin. Kuitenkin nämä tarpeet vaihtelevat suuresti yrityksen luonteen ja koon mukaan.

Ravintolat, henkilöstöravintoloita lukuun ottamatta, suljettiin Suomessa 4. huhtikuuta sallien pelkästään ruuan ulosmyynnin. Kun kassavirta on tyrehtynyt kokonaan tai lähes kokonaan



ei myöskään kiinteisiin kuluihin ole rahaa. Näihin niin sanottuihin juokseviin kuluihin, hallituksen linjaamien rajoittamistoimenpiteiden vaikutuksesta aiheutuneisiin kustannuksiin ei ole ollut saatavilla rahoitusapua. Jotain vuokrahelpotuksia on tiedossa, mutta mitään yleisiä linjauksia raportin kirjoittamishetkellä ei ollut. Hallitus esitti 6.5.2020 noin 120 miljoonan tukipakettia ravintoloiden kiinteisiin kuluihin ja palkkakuluihin ja tämän raportin julkaisuajan kohtana lakiesitys oli hyväksyttävänä.

Eteläpohjalaisten matkailu- ja palvelualan yritysten osalta kriisin ajoitus oli haasteellinen, koska kiireisin matkailusezonki oli alkamassa juhlatilatoimijoilla keväällä ja suurimmalla osalla matkailu- ja tapahtuma-alan toimijoilla kesällä. Tämä voi tarkoittaa joidenkin yrityksen osalta sitä, että seuraava matkailusezonki ja kysynnän normalisoituminen voi olla edessä vasta vuoden päästä, mikäli uusia liiketoimintamalleja tai palvelukonsepteja tuleville sesongeille (syksy-talvi-kevät) ei saada kehitettyä. Kun taas esimerkiksi Lapissa kiireisistä joulujä ja talvisesongeista ehdittiin selvittää ennen kriisiä, mutta samaan aikaan seuraavan sesongin myynti on tyrehtynyt ja elpyminen epävarmaa. Tilanne on siis haastava läpi Suomen ja kaikissa matkailumaakunnissa.



5 Palautuminen koronakriisistä ja tulevaisuuden näkymät

Tässä osiossa selvitettiin vastaajien näkemyksiä koronakriisistä toipumisesta sekä liiketoiminnan jatkumisesta koronakriisin jälkeen. Lisäksi vastaajat saivat kyselyn lopussa kommentoida koronakriisiä vapaasti oman yrityksen kohdalta kohdassa 'vapaa sana'.

5.1 Yritysten liiketoiminnan jatkuminen koronakriisin jälkeen

Vastaajat arvioivat yritystoiminnan jatkumista koronakriisin jälkeen (Kuvio 5). Positiivista on, että valtaosa (72%) vastaajista oli sitä mieltä, että liiketoiminta jatkuu entiseen tapaan kriisin jälkeen. 10% vastaajista arvioi liiketoiminnan jatkuvan, mutta kuitenkin vähemmällä kapasiteetilla tai karsituilla palveluilla. 1% vastaajista pohtii toimialan vaihtamista tai uutta liiketoimintaa. Kukaan vastaajista ei ilmoittanut lopettavansa yrityksensä liiketoimintaa. Kriisin aiheuttama epävarmuus vaikuttaa vastaajien näkemyksiin liiketoiminnan jatkumisesta kriisin jälkeen ja 17% vastaajista ei osaa sanoa liiketoiminnan jatkumisesta kriisin jälkeen.



Kuvio 5. Arviot yritystoiminnan jatkumisesta kriisin jälkeen.



5.2 Odotukset liiketoiminnan palautumisesta normaaliksi tai kohtuullisen kestäväälle tasolle

Kunkin yrityksen osalta vastaajia pyydettiin arvioimaan liiketoiminnan palautumista normaaliksi tai kohtuullisen kestäväälle tasolle ensin kotimaisten ja sen jälkeen kansainvälisten asiakkaiden osalta. Etelä-Pohjanmaalle suuntautuva matkailu on vahvasti kotimaan matkailua (noin 94%). Jo pitkään kansainvälisten matkailijoiden määrä kokonaismatkailukysynnästä on ollut noin 4-5%. Tämä Etelä-Pohjanmaan matkailullinen profiili on tunnistettavissa annetuissa vastauksissa.

Taulukosta 3 nähdään, että kotimaisten matkailijoiden osalta vastaajista 23% arvioi optimistisesti matkailukysynnän palautuvan kohtuullisen kestäväälle tasolle heinä-elokuussa, 31% syys-marraskuussa ja 26% arvioi matkailun elpyvän loppuvuodesta 2020 tai myöhemmin. 15% vastaajista ei osaa sanoa ja 4% ei usko liiketoiminnan palautuvan ennalleen.

Kansainvälisten matkailijoiden osalta tilanteen arviointi on selvästi haasteellisempaa. 29% vastaajista arvioi liiketoiminnan palautuvan kohtuulliselle tasolle kansainvälisten matkailijoiden osalta aikaisintaan joulukuussa 2020 tai myöhemmin. Lähes puolet, 49%, vastaajista ei osaa sanoa. Näitä vastauksia voi selittää epävarmat ennusteet kriisin etenemisestä ja rajoittamistoimenpiteistä globaalisti. Lisäksi vastauksiin vaikuttaa todennäköisesti se, että suurimmassa osassa eteläpohjalaisia yrityksiä asiakkaat ovat pääosin kotimaisia eikä kosketuspintaa kansainväliseen matkailuun juurikaan ole. Siitä syystä kansainvälisen matkailun elpymisellä ei ole suurta merkitystä liiketoiminnan elpymiseen tällä hetkellä.



Taulukko 3. Vastaajien arviot kotimaan matkailun ja kansainvälisen matkailun palautumisesta kohtuullisen kestäväälle tasolle.

Milloin arvioit liiketoiminnan palautuvan normaalkiksi tai kohtuullisen kestäväälle tasolle?	Touko-kesäkuu	Heinä-elokuu	Syys-mar-raskuu	Joulukuu tai myöhemmin	Ei palaudu ennalleen	En osaa sanoa
Kotimaiset matkailijat	1%	23%	31%	26%	4%	15%
Kansainväliset matkailijat	0%	4%	8%	29%	10%	49%

5.3 Arvio ulkopuolisten tekijöiden vaikutuksista yrityksen liiketoiminnan nopeaan palautumiseen

Vastaajat arvioivat ulkopuolisten tekijöiden vaikutuksia yrityksen liiketoiminnan nopeaan palautumiseen. Vastaajat arvioivat kunkin väittämän tärkeyttä yrityksen näkökulmasta asteikolla 1-5 (ei mitään merkitystä-erittäin paljon merkitystä). Vastausvaihtoehdoissa oli myös vaihtoehto 'en osaa sanoa'.

Taulukosta 4 selviää, että kokoontumis- ja liikkumisrajoitteiden purkaminen nähtiin suurimmassa osassa yrityksistä erittäin merkityksellisenä. Osalle yrityksistä tällä oli jonkin verran merkitystä. Rajoitukset vaikuttavat erityisesti matkailu- ja palvelualan yritysten liiketoimintaan. Asteittaisten rajoitusten purkaminen tuo helpotusta yrityksille, mutta palautumiseen vaikuttaa myös muut tekijät kuten kuluttajien taloudellinen tilanne ja luottamus turvallisuuteen liittyen terveyteen.

Yritysrahoitusten ja -tukien osalta 36% vastaajista koki näillä olevan erittäin paljon merkitystä ja 25% jonkin verran merkitystä, kun taas osalle yrityksistä näillä ei ole ollenkaan tai



juurikaan merkitystä. Nämä yritykset ovat todennäköisesti niitä, jotka eivät ole hakukelpoisia tai eivät jostain muusta syystä aio hakea rahoitusta. 'En osaa sanoa' vastauksia tuli noin 15%, mikä voi kertoa siitä, että rahoituksen ja tuen hakeminen koetaan monimutkaiseksi tai niihin ei olla vielä perehdytty.

Kotimaan matkailun virkistyminen nähtiin erittäin merkittävänä eteläpohjalaisissa yrityksissä. Kotimaan matkailu merkitys alueella on suuri ja se näkyy vastauksissa läpi kyselyn. Kotimaan matkailun virkistymisen rinnalla myös lähimatkailun suosion kasvun koetaan olevan merkityksellistä kriisistä elpymiseen. Yleisesti luotetaan siihen, että toipuminen alkaa kotimaan lähimarkkinoista. Kansainvälisen matkailun virkistymisellä taas nähdään olevan jonkin verran merkitystä tai ei juurikaan merkitystä. Myös osalle yrityksistä tällä ei ole vaikutusta liiketoimintaan. Tähän saatiin osviittaa myös aikaisemmassa kysymyksessä, jossa kansainvälisen matkailun toipumista oli haastavaa arvioida.

Nyt kriisitilanteessa, kun matkailu on lähes pysähtynyt ja toimintaympäristö on muuttunut lyhyessä ajassa, niin uusien liiketoimintamallien ja palveluiden kehittäminen koetaan vastaajien joukossa merkittäväksi. Tämä tuli esille myös aikaisempien kysymysten kohdalla, kun yrittäjiltä kysyttiin tuen tarvetta. Kriisi on pakottanut yrityksiä muuttamaan ja kehittämään toimintaansa paljon tai melko paljon. Tämä muutos on todennäköisesti ainakin osittain pysyvää.

Lisäksi yhteiseen alueelliseen yhteismarkkinointiin osallistumisella nähdään olevan jonkin verran tai paljon merkitystä suurimmassa osassa yrityksistä. 80% vastaajista koki, että yrittäjien välisen yhteistyön tiivistymisellä on jonkin verran merkitystä tai paljon merkitystä. Tässä tulee ottaa huomioon, että yhteistyön muotoja ja tapoja on erilaisia, mutta jo tässä vaiheessa voimme tunnistaa erittäin hyviä esimerkkejä siitä, miten yritykset ovat alkaneet tarjota asiakkailleen yhteisiä palvelukonsepteja, kuten take away -tuotteita tai verkosta tilattavia tuotepaketteja tai kehittäneet avoimia yhteisiä verkkokauppoja. Yhteistyön merkitys



varmasti korostuu myös tulevaisuudessa. Se millaisia muotoja yhteistyö saa, jää vielä nähtäväksi. Tässä suhteessa erilaisten yhteistyömuotojen kehitys on ollut myönteistä ja toivottavasti jatkuu myös kriisin jälkeen.

Taulukko 4. Vastaajien arvio ulkopuolisista tekijöistä, jotka vaikuttavat liiketoiminnan nopeaan palautumiseen.

Mitkä yrityksen ulkopuoliset tekijät vaikuttavat yrityksen liiketoiminnan nopeaan palautumiseen?	Ei mitään merkitystä	Ei juurikaan merkitystä	Ei vaikutusta	Jonkin verran merkitystä	Erittäin paljon merkitystä	En osaa sanoa
Kokoontumis- ja liikkumisrajoitteiden purkaminen	0%	3%	0%	8%	86%	4%
Joustavat yritysrahoitukset ja -tuet	5%	9%	8%	25%	37%	16%
Kotimaan matkailun virkistyminen	0%	3%	1%	12%	82%	3%
Lähimatkailun suosion kasvaminen	1%	1%	1%	19%	74%	3%
Kansainvälisen matkailun virkistyminen	4%	11%	16%	34%	22%	13%
Alueelliseen yhteismarkkinointiin osallistuminen	5%	8%	9%	58%	13%	6%
Uusien liiketoimintamallien ja palveluiden kehittäminen	0%	5%	12%	52%	21%	11%
Yrittäjien välisen yhteistyön tiivistyminen	3%	6%	5%	58%	21%	6%
Kehittämishankkeiden hyödyntäminen	1%	7%	11%	53%	14%	14%
Muut tekijät	0%	0%	5%	11%	26%	58%



Kehittämishankkeita on maakunnassa käynnissä ja käynnistymässä. Niillä koetaan olevan jonkin verran merkitystä. Kehittämishankkeiden rooli kriisin aikana ja sen jälkeen on varmasti jonkin verran muuttunut, kun pääpaino on kevään 2020 aikana ollut tiedottamisessa, vertaistuen mahdollistajana, koronakriisin vaikutusten selvittämisessä ja uusien ratkaisukeusten toimintatapojen kehittämisessä sekä verkostoitumisen edistäjänä. Myös julkiseen rahoitukseen ja ohjelmakausien siirtymävaiheeseen koronakriisi tulee vaikuttamaan jonkin verran tai suuresti.

5.4 Vapaa sana

Kyselyn lopussa vastaajilla oli mahdollisuus jättää vielä vapaa kommentti koronakriisin herättämistä ajatuksista ja tuntemuksista. Avoimia vastauksia tuli yhteensä 15 kpl. Analysointivaiheessa avoimet vastaukset luokiteltiin viiteen teemaan, jotka ovat Yleinen maailman tilanne (1), Kotimaan matkailun virkistymisen (1), Tukitoimet, rahoitus ja investoinnit (9), Terveys sekä kokoontumis- ja liikkumisrajoitukset (2) ja Muut (2). Sulkeissa on kuhunkin teemaan tulleiden vastausten määrä. Osaa vastauksista sensuroitiin anonymiteetin varmistamiseksi, mutta samalla asiasisältö säilyttäen.

Vastauksista suurin osa (yhteensä 9 kpl) käsitteli rahoitusta, tukimuotoja ja yritysinvestointeja. Vastauksista heijastui epävarmuus liiketoiminnan palautumisesta, suuri huoli liiketoiminnan tappiollisesta tuloksesta, kotimaan matkailun suuri merkitys maakunnassa, yhdistysten haastava tilanne tukien osalta sekä huoli työntekijöiden lomautuksista ja tulevista rekrytoinneista. Haettavissa olevista tuki- ja rahoitusmuotoihin liittyen, vastauksista voidaan tulkitä hakuprosessien haasteellisuus, epätasa-arvoiset tukimuodot yritysten välillä, yleinen negatiivinen ilmapiiri tukien jakautumisesta sekä tukien kohdentamattomuus juuri matkailu- ja palvelualan yrityksille. Lisäksi vastauksissa mainittiin terveyteen liittyvät riskit ikääntyvien



yrittäjien osalta sekä kokoontumis- ja liikkumisrajoitusten tulkinnanvaraisuus yritystoiminnassa. Eräs yksittäinen vastaus viittaa tilanteen hyväksymiseen ja siitä selviämiseen toteamalla siitä, että 'mikä ei tapa niin vahvistaa'.

6 Yhteenveto

Globaali koronaviruskriisi on pysäyttänyt matkustamisen. Tilanne on yllättänyt kaikki alan toimijat ja tuskin aiempaan normaaliin enää tullaan palaamaan. Kriisi on yhteinen ja epävarmuuden tunne tulevasta jaettu. Siitä syystä myös toimijoiden välisen yhteistyön ja vuorovaikutuksen merkitys on korostunut entisestään. Kriisi on myllännyt matkailuelinkeinoa juuriaan myöten ja koko toimintaympäristö on muuttunut, todennäköisesti lopullisesti. Jokaisessa kriisissä on kuitenkin myös mahdollisuus ja tämä on tilaisuus uudistaa toimintamalleja ja myös tapoja ajatella. Matkailu muovautuu nyt erityisesti digitaalisuuden, saavutettavuuden, asiakaskokemuksen ja yleisesti matkailun yritystoiminnan osalta. On myös selvää, että vallitseva tilanne on osoittanut kriiseihin valmistautumisen ja ennakoinnin tarpeen yhä merkittävämmäksi.

Kyselyn tulosten perusteella voidaan todeta, että matkailuelinkeinon tilanne on haastava. Yritykset ovat ajautuneet tilanteeseen, jossa ulkopuoliset tekijät ovat pysäyttäneet tai vähintäänkin rajoittaneet liiketoimintaa. Tämä haastaa muokkaamaan ja uudistamaan liiketoimintaa nopealla aikataululla. Yritysten on oltava valmiita uudistumaan ketterästi, mihin voi ratkaisuja löytää muun muassa verkkomyynnistä tai yhteisistä palvelukonsepteista olemassa olevista tai uusista yhteistyöverkostoista.

Tulevaisuudessa matkailun elpymiseen globaalisti vaikuttaa monet ulkopuoliset tekijät kuten epidemian kehittyminen ja etenemisvauhti, mahdollisen koronarokotteen saatavuus, kulut-



tajien luottamus talouteen ja turvallisuuteen sekä matkailun yrityskannan määrä ja kapasiteetti kriisin jälkeen. Vuosi 2020 määrittelee myös lentoyhtiöiden olemassaoloa ja mahdollisia fuusioita kriisin vaikutuksista. Tällä hetkellä globaalien matkailun elpyminen on erittäin epävarmaa eikä tarkkoja ennusteita ole, joten ensisijaisen tärkeää on sopeutua vallitsevaan tilanteeseen.

On kuitenkin erittäin todennäköistä, että kotimaan matkailu alkaa elpyä ensimmäisenä. Siitä syystä panostukset kotimaan matkailuun ovat nyt tärkeitä. Luontomatkailun ja lähimatkailun suosion kasvu voidaan tunnistaa jo kriisin aikana ja niiden suosion voidaan arvioida nousevan entisestään kriisin palautumisvaiheessa. Eteläpohjalaisen matkailun osalta positiivista on juuri se, että elpymisen ennustetaan alkavan kotimaan markkinoista. Eteläpohjalaisessa matkailussa on nyt mahdollisuus vahvistaa edelleen kotimaan matkailua sekä viimeistään nyt ottaa haltuun sekä yritys- että aluetasolla erilaiset digitaaliset ratkaisut liiketoiminnan tueksi. Tässä epävarmassa tilanteessa alueellisten vahvuuksien hyödyntäminen digitaalisten liiketoimintamallien vahvan kehittämisen rinnalla tulevat olemaan avainasemassa tulevina vuosina. Eteläpohjalaisen matkailun vahvuuksia ovat omintakeinen kulttuuriperintö ja maisema, tapa olla ja tehdä, yhteistyö ja ennen kaikkea eteläpohjalainen vieraanvaraisuus. Alueellisten arvojen ja yhteisen viestin löytäminen ja sen vahvistaminen, on tärkeämpää kuin koskaan.



Seinäjoella 13.5.2020

Kumppanuusverkostot matkailuelinkeinon kasvun tukena –hanke

Elina Järvinen, projektipäällikkö

p. 040 868 0610, elina.jarvinen@seamk.fi

Sanna Jyllilä

p. 040 830 0400, sanna.jyllila@seamk.fi

Jenny Janhunen

p. 040 830 0437, jenny.janhunen@seamk.fi