



Matkailualan yritykset kasvussa
- tulossa myös hyvä kesäkausi

Matkailu- ja ravintola-alan yritysten myynnin kasvu jatkui odotettua vahvempana vuoden alkupuolella. Suhdannenäkymät ponnistivat plussalle ensimmäisen kerran neljään vuoteen.

Tulevasta kesäsesongista ennakoidaan hyvää, ja myynnin kasvu myös loppuvuonna jatkuu kohtuullisena. Parantunut taloustilanne ei ole kuitenkaan tarttunut ravintoloiden anniskelumyyntiin.

Ravintoloiden myynnin kasvu jatkui vuoden ensimmäisellä neljänneksellä. Kasvu oli vahvinta pikaruokaravintoloissa. Heikoimmin myynti kehittyi henkilöstöravintoloissa. Anniskeluravintoloiden myynnin kasvu oli ruokamyynnin ansiota, sillä anniskellun alkoholin myynnin lasku alkuvuonna jatkui.

Matkailu- ja ravintola-alan suhdannenäkymät ovat nousseet plussalle ensimmäistä kertaa neljään vuoteen ja myynnin kasvu jatkuu kohtuullisena loppuvuonna. Yritykset ennakoivat hyvää kesää. Lähes neljä viidestä yrityksestä odottaa kesän myynnin kasvavan viime vuodesta. Majoitusyritykset ovat ravintoloita hieman optimistisempia. Myynnin kehityksen positiivisia näkymiä vahvistavat ulkomaisen matkailun kasvu, kuluttajien luottamuksen parantuminen ja ostovoiman kasvu.

”Matkailu- ja ravintola-alan näkymät ovat paremmat kuin pitkään aikaan. Pitkittyneen taantuman edeltävän tason saavuttaminen vie kuitenkin vielä aikaa. Sitä vaikeuttaa eniten anniskelumyynnin laskeva suunta”, sanoo MaRan ekonomisti Jouni Vihmo.

Ulkomaisten matkailijoiden kokonaismäärän kasvun odotetaan jatkuvan viime vuodesta. Aasialaisten ja EU-maista tulevien matkailijoiden yöpymiset ovat kasvussa, mutta venäläisten yöpymisten voimakas väheneminen painaa edelleen Suomen matkailua. Kotimaan matkailu osoittaa myös piristymistä.

”Matkailu Pohjoismaissa kasvaa kovaa vauhtia. Ruotsalaiset nappaavat Pohjoismaisesta matkailuviennistä kohta 40 prosenttia. Norja on puolestaan onnistunut kasvattamaan osuuttaan kiinalaisista matkailijoista eniten kaikista Pohjoismaista. Suomi on jäänyt muiden Pohjoismaiden vauhdista. Suomen valtion on nostettava matkailun markkinointimäärärahat muiden Pohjoismaiden tasolle. Suomi tarvitsee uusia vetovoimaisia matkailukohteita. Näistä Guggenheimin taidemuseo on kiireellisin”, sanoo toimitusjohtaja Timo Lappi.