

LAPIN MATKAILUTOIMIJOIDEN TILASTOTARPEET

Mirva Tapaninen

Matkailua kuvaavassa tilastoinnissa on useita haasteita, jotka vaikeuttavat matkailuelinkeinon vaikuttavuuden ja kehityksen seurantaa. TILMA-hankkeen alussa kartoitettiin Lapin matkailuyrittäjien ja muiden matkailutoimijoiden näkemyksiä siitä, miten tilastointia voitaisiin kehittää palvelemaan paremmin elinkeinoelämää. Samalla kerättiin tietoa siitä, miten yritykset käyttävät tilastotietoja ja mitä tietoja ne itse tuottavat toiminnastaan eri tahoille. Kartoitus toteutettiin sähköisellä kyselyllä (webropol) ja haastatteluilla. Kyselyt lähetettiin matkailun alueyhdistysten jakelulistojen kautta. Vastaajia oli yhteensä 36, ja heistä valtaosa edusti yrityksiä: joka kolmas majoitusyrityksiä, noin joka neljäs ohjelmapalvelualan ja joka yhdeksäs ravitsemisalan yrityksiä. Haastateltavana puolestaan oli seitsemän matkailun kehittäjää matkailun alueyhdistyksistä ja alan edunvalvojista.¹

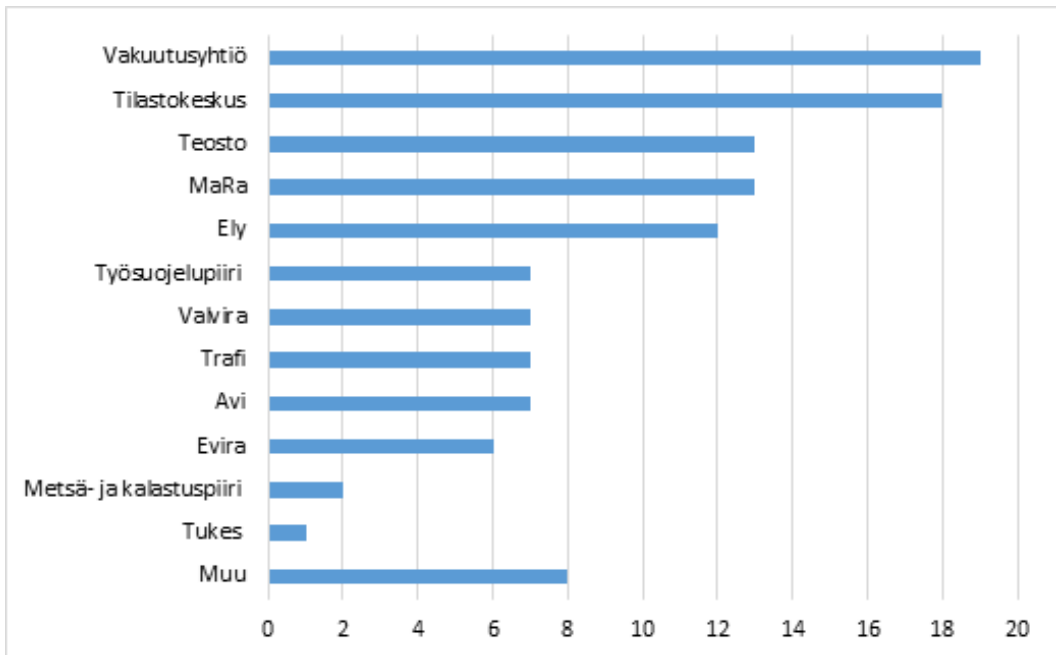
Yritykset tilastotiedon tuottajina

Yritykset ovat sekä tilastotiedon tuottajia että käyttäjiä. Kyselyyn vastanneet yritykset kertoivat toimittavansa itse tietoja useimmin vakuutusyhtiöille ja Tilastokeskukselle (kuva 1). Tietojen toimittamisessa oli varsin paljon eroja yritysten välillä. Läheskään kaikki yritykset eivät oman ilmoituksensa mukaan toimita tietoa edes edellä mainituille yleisimmille tahoille. Kaksi yrittäjää ilmoitti, että ei toimita tietoa mihinkään. Kuvassa 1 mainittujen tahojen lisäksi tietoja toimitettiin muun muassa metsähallitukselle, ministeriöille, alue toimijoille, Kelalle ja poliisille (matkustajailmoitukset).

Puolet vastaajista kertoi, millaisia kokemuksia heillä oli tietojen toimittamisesta Tilastokeskukselle. Saaduista 18 kommentista myönteisiä luonnehdintoja oli kuusi. Niissä keuhuttiin muun muassa sitä, että tiedot saadaan siirrettyä Tilastokeskukseen sähköisellä raportilla suoraan omasta järjestelmästä, ja sitä, että järjestelmää on ajan kuluessa hiottu toimivammaksi. Kielteiset kokemukset liittyivät ensinnäkin siihen, että tietojen toimittaminen koettiin työlääksi, aikaa vieväksi ja hankalaksi. Yksi vastaaja kuvasi tietojen keräämiseen käytettävää järjestelmää ”jäykähköksi”. Toinen vastaaja totesi:

Tietojen kerääminen ja kokoaminen vie aikaa, Tilastokeskuksella on tiukat deadlinet, joista tulee jatkuvia muistutuksia, jos tietoja ei heti ehdi toimittaa. Kun tiedot on koottu, ne on kuitenkin helppo syöttää Tilastokeskuksen nettiportaaliin. Meidän varausjärjestelmästä ei saa suoraan tietoja Tilastokeskukselle.

¹ Kyselystä puhuttaessa käytetään jatkossa termiä ”yritykset”, vaikka myös kyselyyn vastanneiden joukossa oli pari matkailun kehittäjätahon edustajaa.



Kuva 1. Yritystä koskevien tietojen toimittaminen eri tahoille (N=36).

Jotkut vastaajat eivät pitäneet tietojen toimittamista tarpeellisena:

Pk-yrityäjiltä kysellään liikaa tilastoja – ihan turhia, sillä jos maksat arvonlisäveron, niin sieltähän näkyy eri ryhmät mitä yritys myy.

Yritysten motivaatiota ei lisännyt se, että tiedonkeruun pohjalta tuotettavat tilastot ovat käytettävissä vasta viiveellä ja niiden antama tieto on puutteellista.

Tiedon kerääminen on kohtuullisen vaivatonta, mutta se ei motivoi. Palautuva tilastotieto ei ole riittävän kattavaa ja se tulee aivan liian myöhään.

Tilastointiviive on perinteinen ongelma, johon tuskin löytyy täydellistä ratkaisua. Informaatioteknologian avulla toteutettu ratkaisu olisivat integroidut järjestelmät. Tällöin tiedon syntyminen johtaisi nopeimmillaan välittömästi sen rekisteröintiin tilastoivan tahon järjestelmissä tai eräajoina halutulla frekvenssillä. Tällainen järjestelmä edellyttäisi investointeja, järjestelmien yhteensopivuutta ja yrittäjien suostumusta. Nykyisessä toimintatavassa rekisteröinti- ja käsittelyviivettä voidaan pyrkiä lyhentämään, ja lisäksi tiedon hyödyntämistä voidaan helpottaa ja nopeuttaa jalostamalla tilastotietoa yritysten käyttöön sopivaksi.

Kerättyä tietoa koskevat kommentit liittyivät esimerkiksi sesonkiaikoihin. Joidenkin vastaajien mielestä eri sesongeista tuotetaan liian vähän tietoa: *Sesonkiluonteista tietoa ei kerätä, josta johtuen Lapin tiedot on vain osa totuutta.* Joidenkin yritysten näkökulmasta taas eri vuodenaikoja koskevia tietoja kysytään liikaa: *Sesonkialueilta vaaditaan tilastotietoa ympäri vuoden, vaikka alue on kiinni!*

Kerättyjä tilastotietoja pidettiin myös harhaanjohtavina. Eräs vastaaja antoi tästä esimerkin:

Kansallisuustilastot eivät ole paikkansapitäviä: järjestelmiin "uivissa" varauksissa asiakkaat kirjaavat itselleen mitä sattuu kansallisuuksia ja taas hotellin ohjelmassa on oletuksena Suomi, jota ei aina vaihdeta oikeaksi tai kansallisuus puhtaasti arvataan tiedon puuttuessa. Jos ryhmässä on useita eri kansallisuuksia, kirjautuvat ne vain yhden kansallisuuden mukaan, jos (=kun) niitä ei yksitellen muuteta.

Nämä vastaukset välittävät tilastoinnin käytännön toteutumisesta arvokasta hiljaista tietoa, joka ei yleensä tule yleiseen tietoon.

Yritykset tilastotiedon käyttäjinä

Valtaosa (34) kyselyyn vastanneista yrityksistä kertoi, miten ne itse käyttävät tilastotietoa. Noin joka neljäs (9 vastaajaa) ilmoitti, että ei käytä tilastotietoa työnsä tukena. Tilastoja hyödyntäville selvästi yleisin tietolähde oli Tilastokeskuksen majoitustilasto.

Vastaajat kertoivat hakevansa tilastoista tietoja asiakasmääristä, tuotteiden menekistä, tuottavuudesta sekä toimialan kehityksestä ja matkailualueiden menestyksestä. Vastauksissa, joissa mainittiin tuotteiden menekki ja tuottavuus, viitattiin todennäköisesti yrityksen sisäisiin tilastoihin tai tietoihin. Tilasto sanana on siis merkitykseltään laaja – se ei viittaa pelkästään jonkin ulkopuolisen tahon tuottamaan, useista lähteistä koostettuun tietoon.

Tilastotietoja hyödynnetään eri tarkoituksiin. Matkailijoiden kokonaismäärän ja kansallisuusjakauman sekä niissä esiintyvien muutosten perusteella suunnitellaan markkinointia ja tuotetarjontaa. Konkreettisimmillaan markkinoinnin suunnittelu tarkoittaa painettujen markkinointiaineistojen kappalemäärien mitoittamista. Matkailijoiden määrän lisäksi useat vastaajat ilmoittivat tarkastelevansa omaa ja toimialansa palveluiden käyttöastetta. Vertailu muihin kiinnosti vastaajia esimerkiksi tuotehinnoittelun näkökulmasta. Tilastoja hyödynnetään myös toiminnan suunnitteluun ja raportointiin investointipäätöksiä tehtäessä ja rahoitusta haettaessa. Paitsi että yritykset seuraavat omien sisäisten tietojensa pohjalta muun muassa asiakastyytyväisyyttä ja työn tuottavuutta, ne seuraavat myös koko toimialan kehitystä. Erot yritysten välillä ovat tosin suuret: jotkut kertoivat käyttävänsä tilastoja kaiken toiminnan tukena, toiset taas eivät lainkaan. Suurin osa vastaajista sijoittui kuitenkin näiden ääripäiden väliin.

Tilastotarpeet ja -toiveet

TILMA-hankkeessa tehdyn kartoituksen yksi keskeisimpiä tavoitteita oli saada selville mahdolliset matkailutilastointiin liittyvät puutteet. Sekä kyselyssä että haastattelussa vastaajilta tiedusteltiin, mistä asioista tarvittaisiin lisää tilastotietoa.

Majoitusta koskeva lisätieto kiinnosti monia. Erityisesti kaivattiin tietoa pienistä majoitus-toimipaikoista. Merkittävänä puutteena pidettiin majoitustilastojen heikkoa kattavuutta eli *rekisteröimättömien yöpymisten* suurta määrää. Eräs haastateltava totesi:

*Suurin [puute] on, että arviolta vain 1/3 majoitusyksiköistä kuuluu rekisteröinnin piiriin ja siten tilastotiedot saadaan vain hyvin pieneltä joukolta. Eli meillä on koko ajan käytettävissä virheel-
listä numerotietoa niin edunvalvontaan kuin muuhunkin tarkoitukseen*

Tieto matkailijoiden määrästä on toimialaa koskevaa perusinformaatiota, jota ei ole saatavilla riittävästi kattavan kuvan luomiseksi. Sekä yritysten että organisaatioiden edustajat kaipasivat lisätietoa muun muassa matkailijoista ryhmittäin ja matkustusmuodoittain. Kuten jo aiemmin todettiin, vertailumahdollisuus esimerkiksi oman toimialan tunnuslukuihin koettiin tärkeäksi tavaksi hyödyntää tilastoja – tietoa kaivattiin siis myös kilpailijoista.

Useat vastaajat halusivat lisätietoa *matkailijoiden rahankulutuksesta* eriteltynä ryhmittäin, kuten lähtömaittain. Toteutuneen kulutuksen lisäksi toivottiin tietoa matkailijoiden valmiudesta kuluttaa rahaa eri palveluihin. *Matkailutuloa* pyritään yleensä selvittämään tilastojen lisäksi alueellisilla erillisselvityksillä. Matkailutuloa koskevan tiedon merkitys ja tarve tuli esiin myös nyt tehdyn kyselyn vastauksissa.

Ohjelmalvelujen merkityksen ja vaikutusten arviointia vaikeuttaa toimialan jakautuminen tilastoissa eri luokkiin. Ohjelmalveluyritykset voivat kuulua TOL 2008 -luokituksessa esimerkiksi luokkiin "932 Huvi- ja virkistystoiminta", "79 Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien toiminta; varauspalvelut" tai "771 Moottoriajoneuvojen vuokraus ja leasing". Tähän ongelmaan toivottiin ratkaisua, jotta ohjelmalvelualan merkitystä voitaisiin arvioida. Tiivistetyt esitykset ohjelmalvelualasta olisivat tervetulleita muun muassa markkinointia ja investointipäätöksiä varten.

Edellä mainittujen lisäksi vastauksissa mainittiin lentoliikenteen ja majoituksen kapasiteettiin, joulukuun, matkan varausjäljenteeseen, ruokatrendeihin ja matkailijoiden tiedonhakuun liittyviä tietotarpeita.

Myös sitä kysyttiin, millä tavoin tilastotietoa tulisi tuoda yritysten käyttöön. Selvästi yleisin toive oli *tietojen kerääminen eri lähteistä yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Helppo saatavuus ja nopea omaksuttavuus* korostuivat vastaajien toiveissa. Tietoja toivottiin saatavan käyttöön sähköpostitse tai tietyn internetsivun välityksellä. Eräs vastaaja kiteytti monta keskeistä asiaa:

Palvelu joka toisi tilastotiedot yritykselle osissa, kompaktissa paketissa esim. sähköpostiin kerran kuussa olisi hieno juttu. Esimerkiksi uutiskirje ravintoloille. Tällaisiahan on monilla matkailuyhdistyksillä, mutta ei koottua tietoa samassa, ja Tilastokeskuksen ja VF:n sivuille ei ehditä pienessä yrityksessä hakemaan tietoa kuin pari kertaa vuodessa, kun sitä ehdottomasti tarvitaan, ja useasti tuntuu siltä, että reagoimme matkailutrendien muutoksiin vasta niiden tapahtuessa, emme etukäteen.