

TILASTOINTI JA TUTKIMUS

Tom Ylkänen

MEKin tutkimustoiminta oli MEKin perustamisesta alkaen osa silloista kehittämisosastoa, jota johti Jukka Juusela. Tutkimustoiminnan lisäksi kehittämisosasto vastasi myös nimensä mukaisesti matkailun kehittämisestä, eli palvelujen kehittämistä tukevasta toiminnasta. Yritysten palvelujen kehittäminen on tietenkin viime kädessä yrityksen oma asia, mutta MEKin kehittämisosasto pyrki tuomaan palvelujen kehittämiseen tietoa markkinoista ja menetelmiä palvelujen kehittämiseen ja ideointiin.

Palvelujen markkinointi ja palvelujen kehittäminen olivat 80-luvulla merkittävässä roolissa akateemisessa markkinointitutkimuksessa, ja MEKin palvelujen kehittämisessä oltiin ajan hermolla mm. yhteistyössä Jarmo Lehtisen kanssa palvelujen kehittämiseminaarien järjestämisessä. Jarmo Lehtinen oli läheisessä yhteistyössä Christian Grönroosin kanssa, joka on yksi maailman johtavia palvelujen markkinoinnin tutkijoita ja Jarmo Lehtinen väitteli itsekin myöhemmin tohtoriksi samasta aiheesta.

Kehittämisosastolla oli myös kirjasto ja päinvas-
toin kuin tänä päivänä kirjasto toimi myös lainakirjastona. Tämä merkitsi sangen vilkasta matkailualan opiskelijoiden liikennettä MEKissä kirjaston aukioloaikoina.

Tutkimustoiminnan painopistealueet 80-luvun alussa liittyivät läheisesti palvelujen markkinointiin sekä suomalaisten lomatottumuksia selvittäviin tutkimuksiin. Olihan silloin kotimaan markkinointi MEKin keskeisiä tehtäviä.

Yksi 80-luvun alkupuolen tärkeitä MEKin tutkimustoimintaan liittyviä hankkeita oli matkailun aluetaloudellisten vaikutusten mittaamiseen liittyvän menetelmän levittäminen Suomessa. Itse menetelmä kehitettiin pohjoismaisena hankkeena 80-luvun vaihteessa matkailun taloudellisten ja työllistävien vaikutusten mittaamiseksi. Keskeiselle sijalle nousi nimenomaan matkailun aluetaloudelliset vaikutukset. Perustuuhan matkailu voimakkaasti paikallisuuteen, ja nimenomaan kunnallisella tasolla on voitava näyttää matkailun aikaansaamat taloudelliset ja työllistävät vaikutukset päättäjille. Itse tutkimusmenetelmä ei edustanut mitään uutta

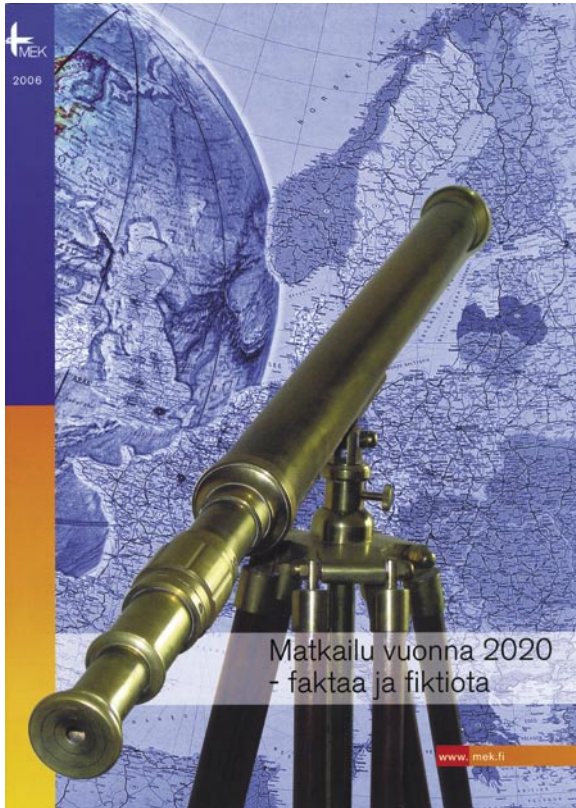
ajattelua, mutta voidaan sanoa, että asioiden tutkimiseksi käytettävä meno- ja tulomenetelmä sekä välittömien vaikutusten ja indusoitujen vaikutusten mittaamiseen liittyvät menetelmät oli esitetty helpotajuisina ja käytännönläheisinä.

Pohjoismaiseen projektiin kuuluvat pilottitutkimukset matkailun aluetaloudellisista vaikutuksista suoritettiin Suomen osalta Jyväskylässä ja Kuusamossa. Molemmilla paikkakunnilla tutkimuksista vastasivat alueen johtavat korkeakouluyksiköt, Jyväskylän yliopisto ja Oulun yliopisto. Suomessa tehdyt tutkimukset olivatkin erittäin laadukkaat ja loivat hyvän pohjan niille useille kymmenelle tutkimukselle matkailun taloudellisesta merkityksestä, joita tehtiin aina 2000-luvulle saakka.

Kun itse tutkimusmenetelmästä saatiin suomenkielinen versio, oli mielenkiinto tämäntapaisiin tutkimuksiin taattu ja tämän kirjoittaja matkustikin ristiin rastiin Suomea kertomassa miten tutkimus tulisi tehdä ja mitä tutkimustulokset oikeastaan kertoivat.

MEKissä oli jo pidempään selvitetty suomalaisten lomatottumuksia. Ensimmäinen asiaa koskeva selvitys tehtiin jo vuonna 1975 MEKin tutkimus-
sarjan ensimmäisenä tutkimuksena ja sittemmin tutkimusta oli tehty 2-3 vuoden välein aina 80-luvun keskivaiheille. Tutkimuksessa selvitettiin suomalaisten lomatottumuksia yleensä ja fokus ei ollut pelkästään lomamatkailussa. Ulkomaisten esikuvien mukaan muutettiin kuitenkin tutkimuksen näkövinkkiä ja alettiin tutkia pääsääntöisesti suomalaisten tekemiä matkoja. Tutkimusta tehtiinkin MEKin toimesta joka toinen vuosi aina vuoteen 1995 saakka, jolloin tehtävä siirtyi Tilastokeskuk-
selle osana EU:n tilastodirektiiviä.

MEKin 80-luvulla tekemien tutkimusten kirjo oli hyvin laaja, mutta silti systemaattinen. Tutkimukset liittyivät yleensä kysyntäpuoleen, jolloin kyseessä oli joko jo mainittu suomalaisten lomatottumuksia kartoittava tutkimus tai sitten ulkomailla tehtävät markkinatutkimukset. Tutkimusyrytysten tai MEKin toimistojen avustuksella kartoitettiin mm. Suomen asemaa Ranskan, Sveitsin, Saksan ja Italian matkailumarkkinoilla.



MEK päivitti 2006 pari vuotta aikaisemmin julkaisemansa skenaarioraportin *Matkailu vuonna 2020 - faktaa ja fiktiota*. Sen lohdullisena mottona on: *"Matkailua on niin kauan kuin maailma on; öljy ja kaasukin loppuvat aikanaan, matkailu ei."*

Myös markkinatutkimuksiin ulkomailla liittyi pohjoismainen dimensio. Pohjoismainen ministerineuvosto rahoitti matkailun tukimusta ja myös markkinointia avokätisesti 80-luvulla ja vielä 90-luvun alussa, ja mm. Saksassa tehtiin hyvin perusteellinen markkinatutkimus ennen ja jälkeen erittäin laajaa yhteispohjoismaista markkinointiprojektia. Samaa menetelmää sovellettiin myös Yhdysvalloissa tehtävään markkinointiprojektiin vuosina 1989-91. Viimeinen laajempi yhteispohjoismainen markkinatutkimus matkailun alalta tehtiin vuonna 1991, jolloin kohteena oli Japani. Samoihin aikoihin sijoittuu myös MEKin etabloituminen Japanin markkinoille, joten tutkimukset tukivat hyvin MEKin alkavaa markkinointityötä Japanissa.

80-luvun loppupuolella aloitettiin myös ulkomalaisiin matkailijoihin kohdistuneiden haastattelujen tekeminen Suomessa. Haastatteluilla pyrittiin mm. selvittämään tärkeimpien markkinoiden matkailijoiden mielipiteitä Suomesta matkailumaana, Suomessa vietetyn loman sisällöstä sekä matkailijoiden sosio-demografista rakennetta. Tutkimukset olivat alkusysäys myöhemmin, vuonna 1994-95 tehtävään laajempaan tutkimukseen, jossa pyrittiin selvittämään enemmän määrällisiä asioita Suomeen suuntautuvasta matkailusta, kuten matkailijoiden lukumäärä maittain, oleskelun kesto, käytetyt liikennevälineet jne. Lopullisen muotonsa ulkomalaisiin matkailijoihin kohdistuva haastattelututkimus sai Rajahaastattelututkimuksessa, joka vuoden 2007 joulukuussa vietti kymmenvuotisjuhliiaan.

MEKin tutkimusluettelon selailu 80-luvulta ja 90-luvulta osoittaa myös, että kysynnän lisäksi selvitetiin myös paljon olemassa olevaan tarjontaan, tuotekehitykseen ja matkailun markkinointiin ja yhteistyöhön liittyviä kysymyksiä. Perustavaa laatua oleva tutkimus oli mm. professori Kai-Veikko Vuoriston kanssa laadittu Suomen matkailun aluerakenneselvitys, jossa kartoitettiin Suomen kuntien matkailutarjonta luonnon vetovoiman, kulttuurin vetovoiman, majoitus- ja ravitsemispalvelujen ja ohjelmapaleluiden ja tapahtumien osalta. Tutkimustulokset antoivat hyvän perustan niin valtakunnallisten kuin alueellisten matkailun kehittämisohjelmien laadinnassa. Varsinkin valtakunnallisen matkailun kehittämisohjelman laadinnassa kehittämisosastolla oli keskeinen rooli ja moni asia, jota ajettiin silloisissa kehittämisohjelmissa on sittemmin toteutunut tai toteutumassa, kuten lentoliikenteen ulottaminen Kittilään (toteutunut) tai junaradan vetäminen Helsinki-Vantaan lentokentälle (toteutumassa).

Eräs pisimpään MEKin toimesta tehty selvitys on Matkailukohteiden kävijämääräselvitys. Ensimmäinen tutkimus tehtiin vuonna 1987 ja se kattoi vuodet 1985 ja 1986. Tutkimusta on siitä saakka tehty vuosittain ja voi melkoisella varmuudella sanoa, että harvassa maassa lienee yhtä pitkät aikasarjat kävijämääristä. Tiedoilla on tietenkin keskeinen merkitys kun suunnitellaan uusia kohteita tai kun tahdotaan seurata miten jonkun alueen kohteet houkuttelevat matkailijoita. Tutkimuksessa on viime vuosina alettu kiinnittää yhä enemmän huomiota tietojen saamiseen ulkomaisista matkailijoista, varsinkin kun kulttuurin markkinoiminen ulkomaisille matkailijoille on tullut yhä tärkeämmäksi osaksi Suomen matkailullisen maabrändin kehittämistä.

90-luvun alussa EU:n merkitys matkailussa alkoi käydä yhä ilmeisemmäksi. Hallituksen toiminnasta annetun selonteon yhteydessä suositeltiin työryhmän perustamista selvittämään EU:n vaikutuksia Suomen matkailuun ja perustettuun työryhmään osallistui aktiivisesti mm. sittemmin laajaa arvostusta Suomen EU-lähettiläänä saanut ja yllättäen poismennyt Antti Satuli. Koska EU-asiat kiinnostivat laajasti Suomen matkailukenttää matkusti tämän kirjoittaja niinikään laajasti ympäri Suomea ketomassa EU:n merkityksestä matkailulle.

90-luvun alussa paineet valtion hallinnon supistamiseksi kasvoivat taloudellisen taantuman myötä. Myös MEKin toimintakenttää ja henkilöstöä jouduttiin siinä tilanteessa supistamaan. Supistukset MEKissä kohdistuivat mm. vieraiden hoitoon, markkinointivälineiden tuottamiseen ja tutkimustoimintaan. Lähes koko tutkimustoiminta MEKissä lakkautettiin kirjastoa/tietopalvelua lukuun ottamatta vuoden 1994 alussa.

Vuosina 1994-97 MEKillä ei ollut tutkimuksesta vastaavaa henkilöä. Tästä huolimatta pystyttiin kuitenkin jatkamaan "Suomalaisten matkat" -selvitystä ja ulkomaisten matkailijoiden haastatteluja heidän poistuessaan Suomesta. Myös Matkailukohteiden kävijämääräselvitystä tehtiin vuosittain.

Kun tarve tiedon saamiseksi ulkomaisista matkailijoista Suomessa kasvoi 90-luvulla entisestään mm. sen johdosta, että kaivattiin yksityiskohtaisempaa tietoa matkailijoiden taustasta, rahankäytöstä ja liikkumisesta sekä matkojen sisällöstä, aloitettiin vuoden 1997 alussa Rajahaastattelututkimuksen valmistelu. Tutkimus käynnistyi joulukuun alussa vuonna 1997, ja tutkimuksen valmistelua ja seuranta sekä muuta tutkimustoimintaa ja tilastoin-

titehtäviä varten perustettiin suunnittelupäällikön toimi vuoden 1998 alussa. 1990-luvun loppupuolen tutkimustoiminta muodostui pääosin Rajahaastattelututkimuksesta ja muista suppeammista selvityksistä. 2000-luvulle tultaessa Rajahaastattelututkimuksesta alettiin myös laatia maakohtaisia raportteja, joissa hyvin seikkaperäisesti käytiin lävitse tutkimuksen tulokset maittain, ja mitä merkitystä tuloksilla oli palvelujen kehittämisen ja markkinoinnin kannalta. Tehdyn seurantaselvityksen pohjalta voidaan todeta, että matkailuelinkeino katsoi maakohtaisten tulosten olevan tärkeitä toiminnan kehittämisessä.

Jo 80-luvulla oli Maailman matkailujärjestö WTO:n ja OECD:n Matkailukomitean toimesta ruvettu kehittämään matkailun satelliittitilinpitojärjestelmää. Hieman oudolta kuulostava nimike tarkoittaa yksinkertaisuudessaan sitä, että matkailun taloudellinen merkitys kuvataan osana kansantalouden tilinpitoa ja sen terminologialla. Kun matkailu ei ole oma toimialansa, joudutaan matkailua koskevat tiedot poimimaan usealta toimialalta ja muodostamaan uusi, oma tilinpito. Siitä nimitys satelliitti.

MEK sekä Tilastokeskus ovat alusta saakka olleet hyvin aktiivisesti mukana menetelmän soveltamisessa. 1990-luvun lopussa tehtiin menetelmästä ensimmäisiä sovelluksia Suomessa MEKin ja kauppa- ja teollisuusministeriön toimeksiannosta silloisessa Haaga-Instituutissa ja kun OECD:n Matkailukomitea, WTO sekä Eurostat olivat päässeet yhteisymmärrykseen matkailun satelliittitilinpidon menetelmästä, jonka myös YK:n tilastoviranomaiset hyväksyivät, Tilastokeskus siirtyi selvityksen tekijäksi. Tilastokeskus onkin raportoinut tuloksista vuosittain aina vuodesta 2003 alkaen. Merkillepantavaa on myös se, että Suomessa ollaan tultu hyvin pitkälle alueellisen satelliittitilinpidon kehittämisessä, mikä on maailmanlaajuisesti suhteellisen ainutlaatuisia.

Kansainvälisen tutkimusyhteistyön kannalta keskeisessä asemassa on ollut European Travel Commission, eli ETC. Järjestö perustettiin jo vuonna 1948 Länsi-Euroopan maiden kesken Euroopan markkinoimiseksi matkakohteena Yhdysvalloissa. Järjestöllä oli jo alkuaikoina jonkin muotoista tutkimustoimintaa, mutta varsinaisen sysäyksen tutkimusyhteistyö sai vuonna 1986 Wienissä järjestetyssä kokouksessa.

Alkuaikoina tutkimustoiminta oli suhteellisen vaatimatonta, käsittäen pelkästään ETC:n toiminnan tuloksellisuutta USA:ssa mittaavia tutkimuksia.

1990-luvun loppupuolella toiminta kuitenkin laajani merkittävästi lisääntyneen budjetin ansiosta. Tuolloin aloitettiin suurten markkinatutkimusten tekeminen Euroopan ulkopuolisilla markkinoilla ja tämä toiminta on jatkunut tähän päivään saakka. 2000-luvulla kuvaan tuli myös laaja yhteistyö WTO:n (nyttemmin UNWTO, eli United Nations World Tourism Organization) kanssa. UNWTO rahoittaa ETC:n tutkimustoimintaa ja on kiinteästi mukana ETC:n tutkimusryhmässä. Tutkimusryhmässä ovat edustettuna myös ECM (European Cities Marketing), ETOA (European Tour Operators Association) ja ETAG (European Tourism Action Group), eurooppalaisen matkailuelinkeinon yhteistyö- ja lobbausjärjestö.

Tutkimusryhmällä on myös läheinen yhteistyö Japan Travel Bureau Foundationin (tutkimusjärjestö) ja Tyynen valtameren matkailun yhteistyöjärjestön (PATA, Pacific Asia Travel Association) kanssa. Euroopan ulkopuolisten maiden markkinatutkimusten lisäksi tutkimusryhmä on tuottanut käsikirjat matkailun markkinointitoimenpiteiden vaikutusten mittaamisesta, ennusteiden laatimisesta, e-markkinoinnista ja markkinoinnin segmentoinnista. Kevään 2009 kuluessa tullaan julkaisemaan käsikirja matkailun brändäämisestä. Alkupuheen käsikirjaan on kirjoittanut alan suuri guru Simon Anholt. Markkinatutkimusten ja käsikirjojen tuottamisen lisäksi työryhmä tuottaa matkailutilastoja itävaltalaisessa TourMIs-tietokannassa ja julkaisee ajankohtaiskat-sauksia matkailun kehityksestä.

Yksi merkittävimmistä muutoksista tutkimustoi-minnan kannalta on epäilemättä ollut tietotekni-

kan huima kehitys viime vuosikymmenenä. MEKin tutkimus- ja tilastosivut ovat suuressa määrin hel-pottaneet tutkimus- ja tilastotiedon levittämistä ja tätä nykyä kaikki MEKin tutkimus- ja tilastotieto on kaikkien saatavilla. Vuositasolla MEKin tutkimus-sivuilla on noin 20.000 kävijää. Vaikka eletäänkin sähköisen tiedonjakelun aikaa, julkaistaan MEKin tutkimukset edelleen myös painettuna versiona. Vuoden 2008 lopussa oli tutkimussarjassa päästy jo numeroon 162, mikä merkitsee, että vuodesta 1973, jolloin toiminta alkoi, on vuosittain julkaistu keskimäärin 4,6 tutkimusta.

Nykypäivän tutkimustoiminta keskittyy Raja-haastattelututkimukseen ja ulkomailla tehtäviin teema- tai maakohtaisiin tutkimuksiin. Vuoden 2009 aikana tullaan selvittämään Suomen potentiaalia ja mahdollisuuksia sekä kulttuurimatkai-lun että aktiviteettimatkailun kohteena keskeisillä markkina-alueilla Euroopassa. Kun uuden maab-rändin mukainen markkinointitoiminta alkaa, tul-laan tutkimuksin eri maissa kartoittamaan Suomen houkuttelevuutta matkakohteena sellaisissa kohde-ryhmissä, joiden arvot ja asenteet vastaavat Suomi-brändin arvoja ja asenteita.

Varsinaisen tutkimustoiminnan lisäksi MEK tuot-taa ja jakaa laajalti matkailutilastoja, jotka pääosin perustuvat Tilastokeskuksen majoitustilastoon. Tällä toiminnalla on myös kansainvälinen ulottu-vuutensa, kun MEKissä laadittua pohjoismaista vertailua hotellien ja majoitusliikkeiden yöpymis-vuorokausien kehityksestä levitetään yli 70 ulko-maiselle taholle.