

Visit Ålands Branschanalys 2018



Bakgrund

Visit Åland saknar underlag om turismföretagens förhållningssätt och möjligheter vad gäller tillväxt och utveckling. För att turismnäringen på Åland ska utvecklas framgångsrikt kommer behovet av nyetablerade och lönsamma turistföretag vara av största vikt, vilket betyder att nuläget måste definieras för att kunna klargöra vilka förutsättningar som behöver vidareutvecklas. Lönsamhet är A och O.



Målsättning

Analysen ska utgöra *ett av underlagen* för arbetet inom utvecklingen av destinationen och turismen som en hållbar basnäring.



Syfte

Att i nuläget få en bättre bild av turismföretagens förhållningssätt gällande *tillväxt* och *förnyelse åtgärder*, *internationalisering*, *digitalisering* samt *utvecklingsbehov*, *hinder* och *utmaningar*.



Förarbete

Under förarbetet har information och kunskap tagits från finska arbets-och näringsministeriet undersökning “PK-toimialabarometri-Matkailu” som görs i samarbete med Företagarna i Finland och Finnvera Oyj.

I Sverige har även Tillväxtverket under 2018 publicerat undersökningen “Vardag och verklighet för turismföretagen” som tar avstamp i liknande frågeställningar.

Visit Åland har även tagit input från Ålands Näringsliv, Högskolan på Åland och ÅSUB.



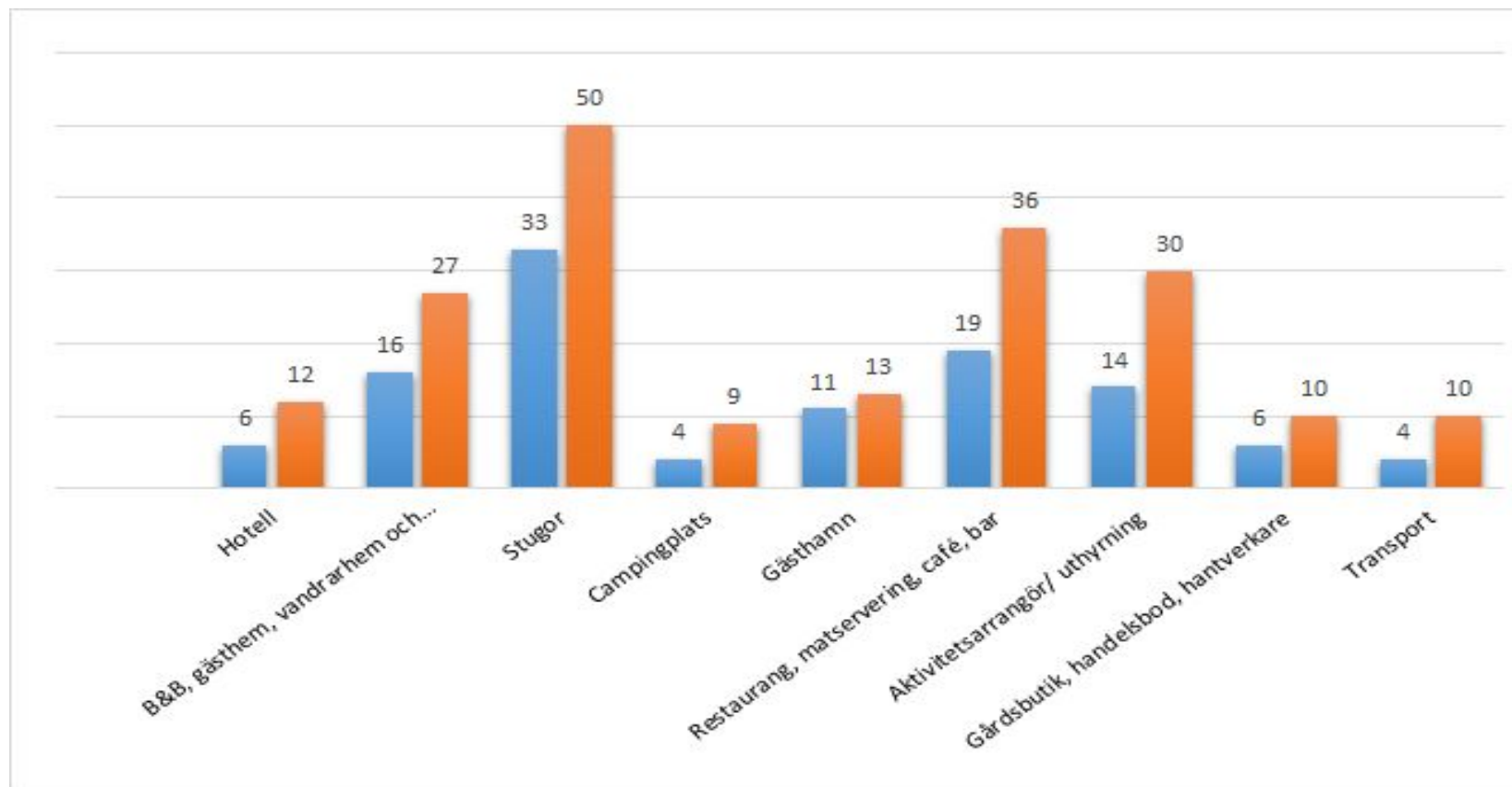
Genomförandet av undersökningen

- mars-augusti 2018
- skickat till 197 stycken (handelsföretag och AirBnB exkluderade)
- 11 st -hotell, gästhem, stugor, camping, gästhamn, restaurang, aktiviteter, gårdsbutik/hantverk, transport, uthyrning och annan
- 5 olika block med totalt 19 frågor. Enkäten skickades via e-post och per post

Svaranden: 116 svar varav 3 ofullständiga= totalt 113 svar, vilket ger en svarsprocent på 57,3%

Av 197 företag redovisar 114 turiststatistik, genomsnittlig svarsprocent (antal företag) per huvudkategori: 56%

UTSKICK OCH SVAR ENLIGT HUVUDBRANSCH



Innehåll

Block 1 Om företagen

Block 2 Tillväxt och förnyelse

Block 3 Utvecklingsbehov och hinder

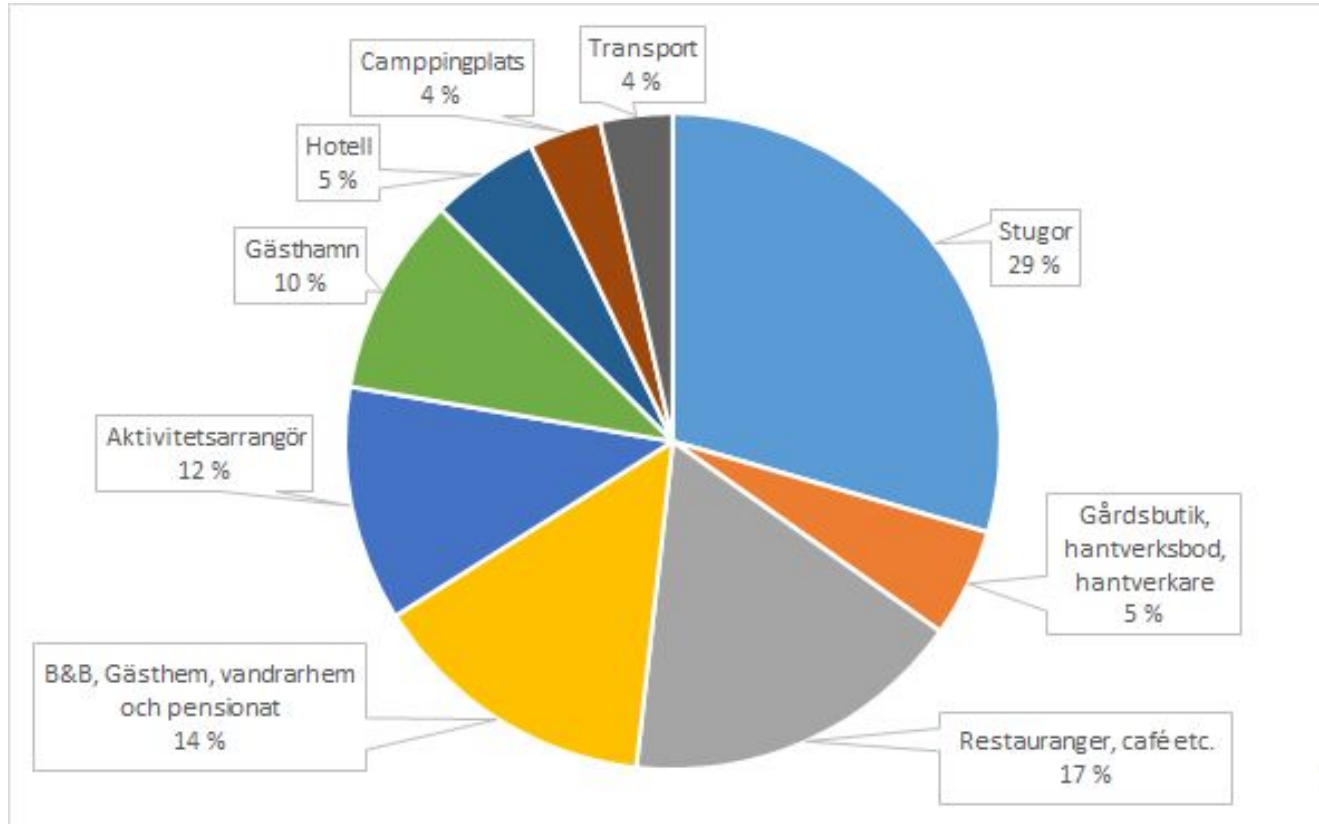
Block 4 Digitalisering

Block 5 Internationalisering

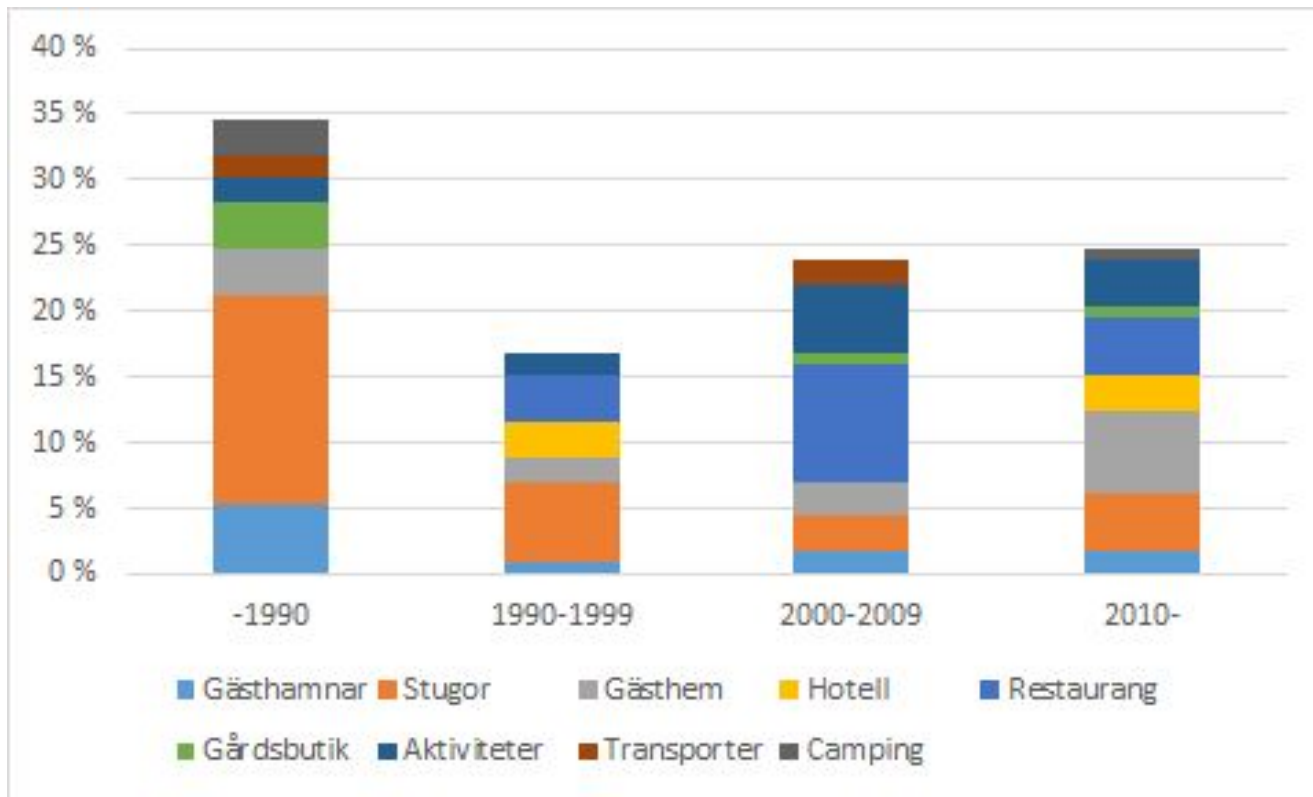


Vilka frågor är mest relevanta för revideringen av Turismstrategin?

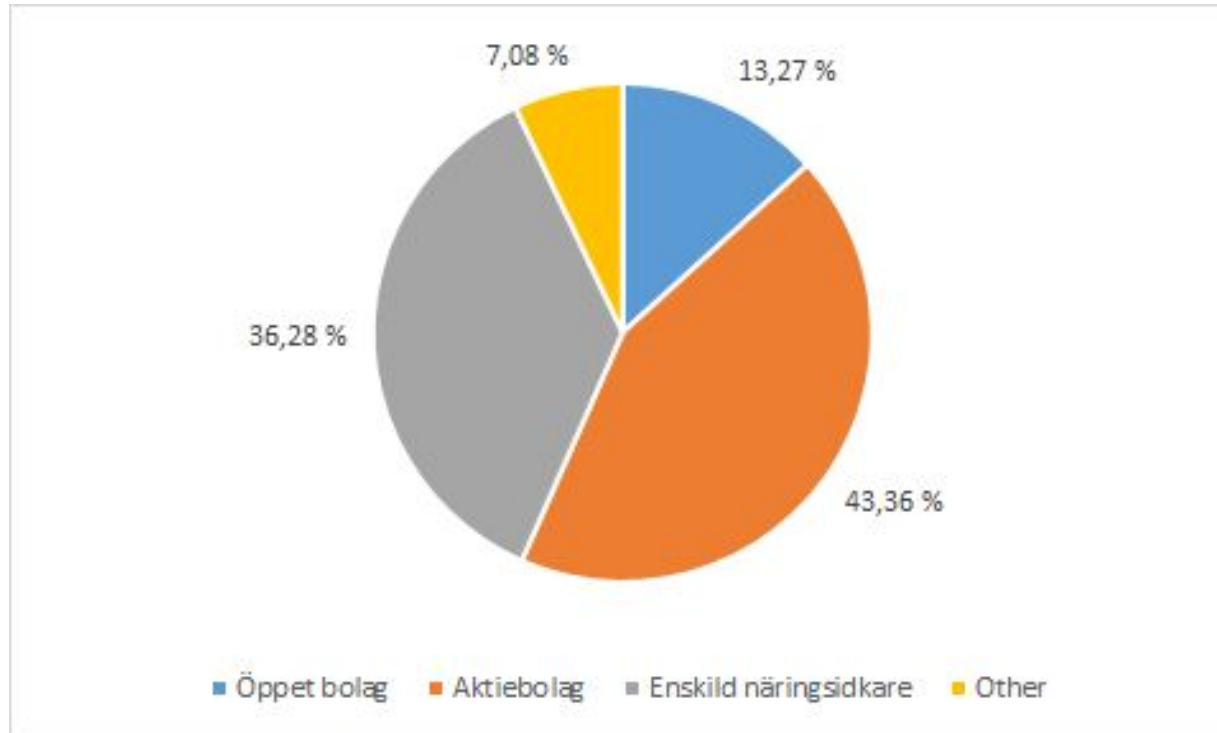
Q1 MEDVERKANDE



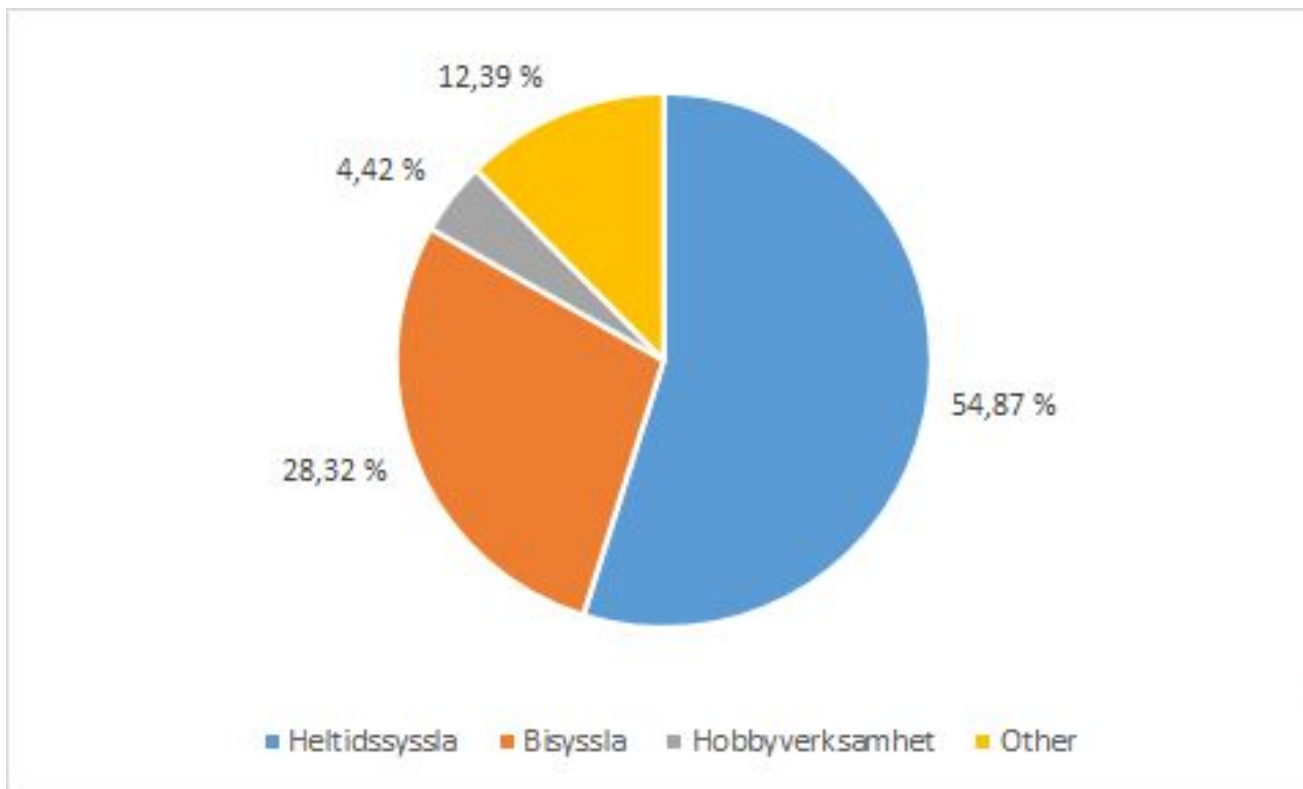
Q2 När grundades företaget?



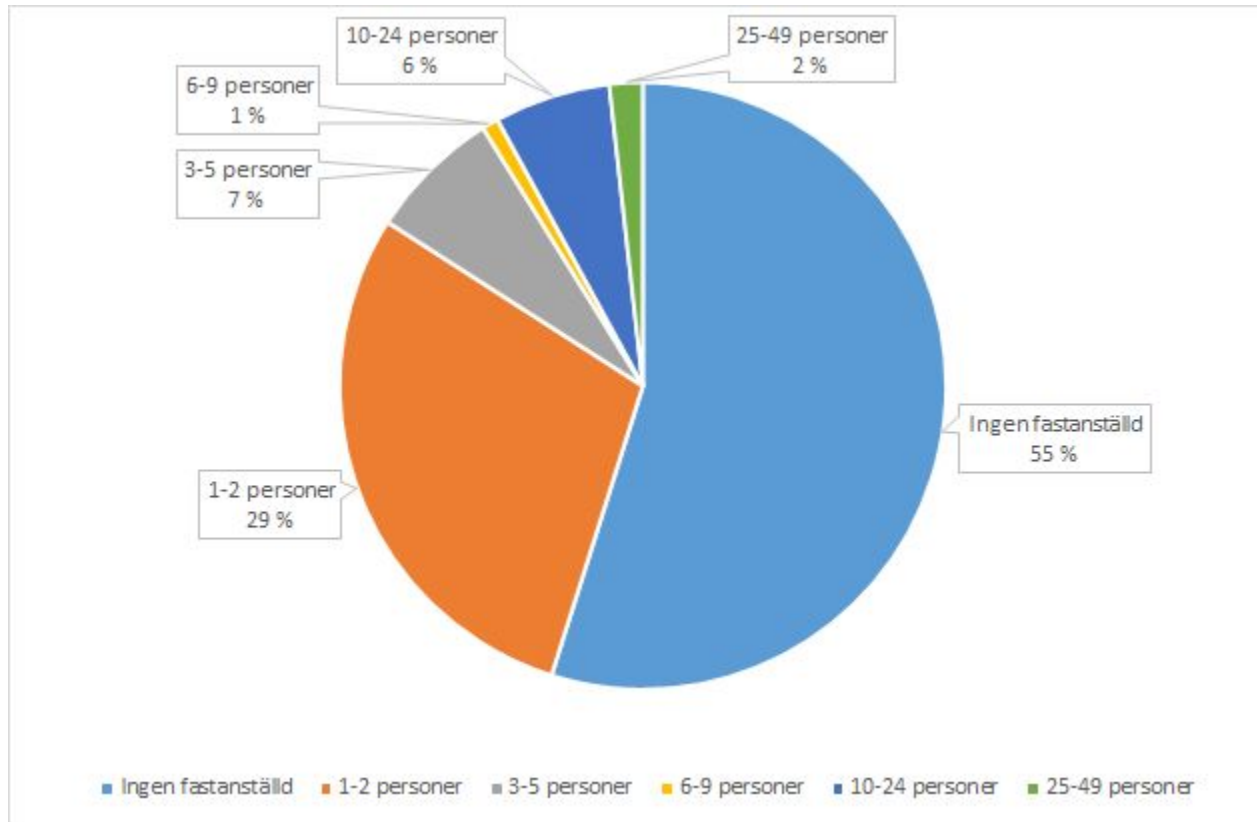
Q3 BOLAGSFORM



Q4 FÖRETAGETS SYSSELSÄTTNINGSFORM



Q5 Hur många fastanställda har företaget?

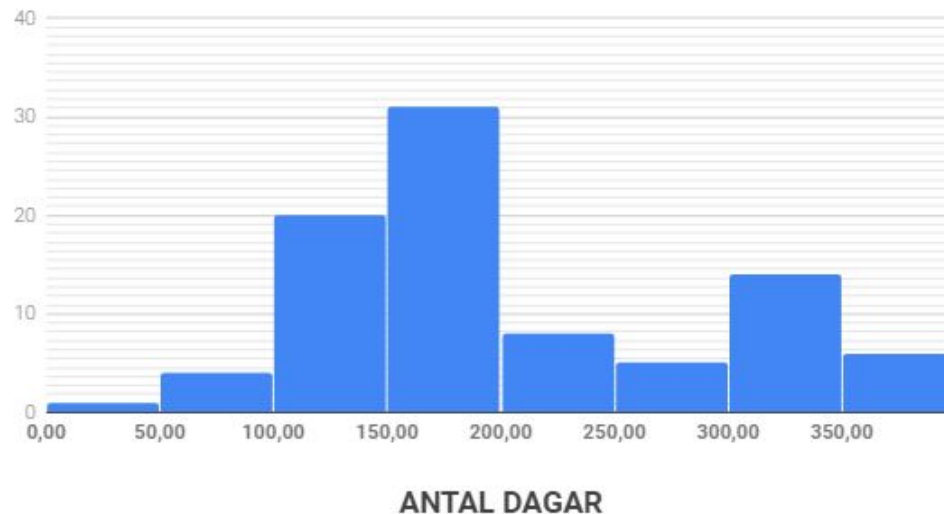


Q6 Hur många dagar om året har företaget öppet?

Median 193

Medeltal 253

ÖPPNA FÖRETAG



Q7 Företagets totala omsättning 2017

Antal svar: 100 st

Snitt: 291 448 euro/ 497 350 euro

Median: 80 000 euro/ 130 000 euro

Q8 Omsättning turismrelaterade 2017

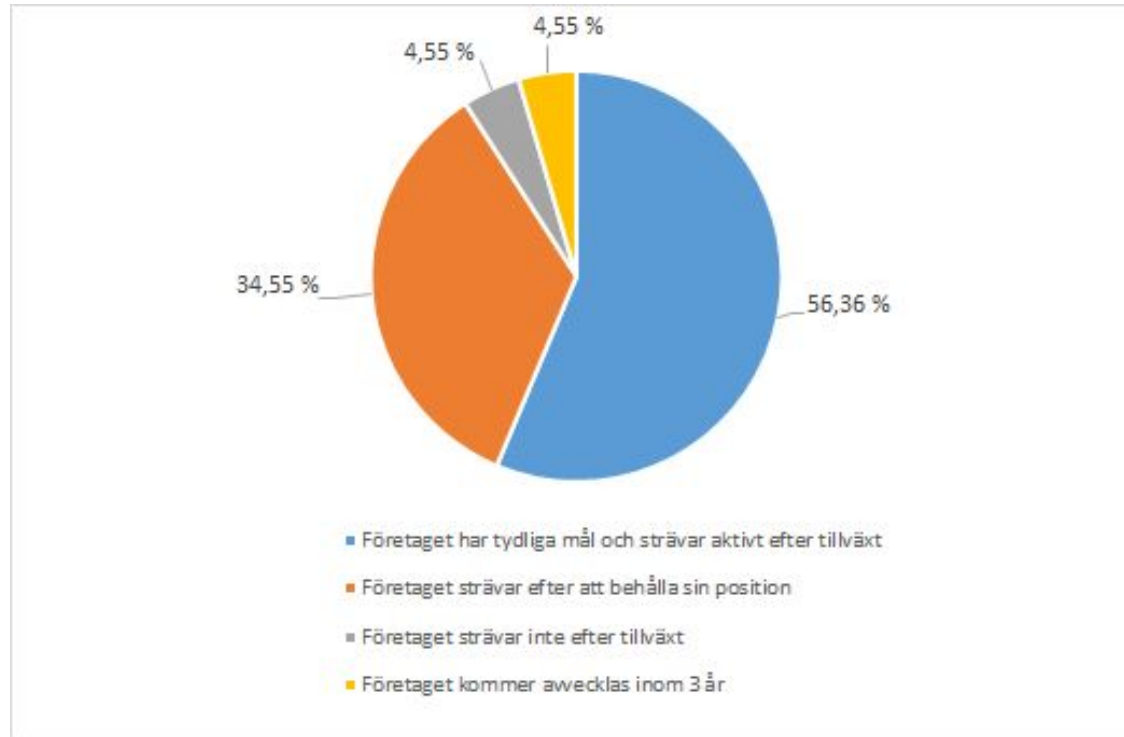
Antal svar: 93 st

Total summa: 18 607 355 / 20 072 287 euro

Snitt: 200 079 / 215 842 euro

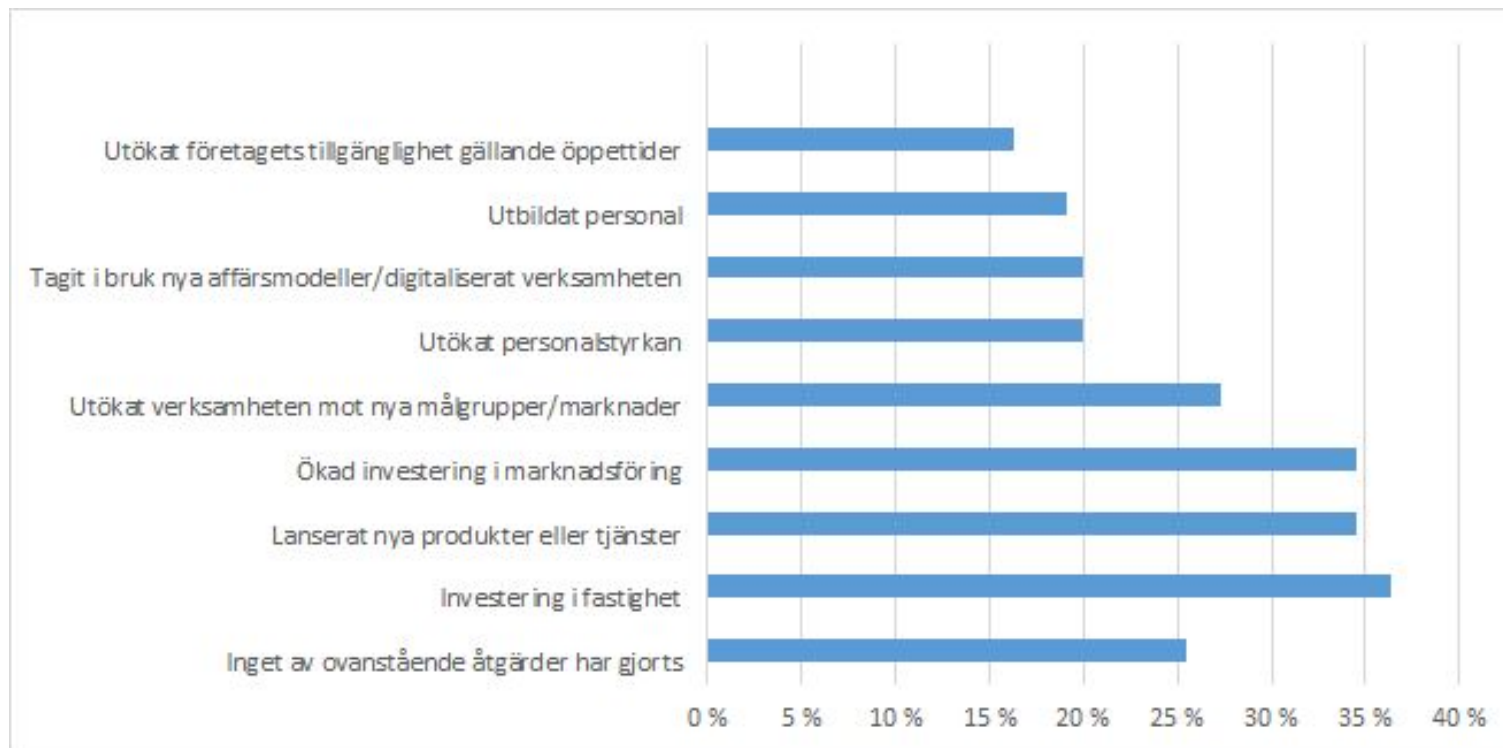
Median: 44 521 / 60 000 euro

Q9 Hur ser företaget på tillväxt?



Q10 Förnyelseåtgärder som företagen gjort senaste 12 månaderna

(fler svarsalternativ kunde fyllas i)



Q11. Investering i fastighet de senaste 12 mån

Antal svar: 48 st, 36% av samtliga svarande

Total summa: 7 242 000 euro (golf)

Snitt: 176 634 euro

Median: 40 000 euro

Q12 Årlig marknadsföringsbudget

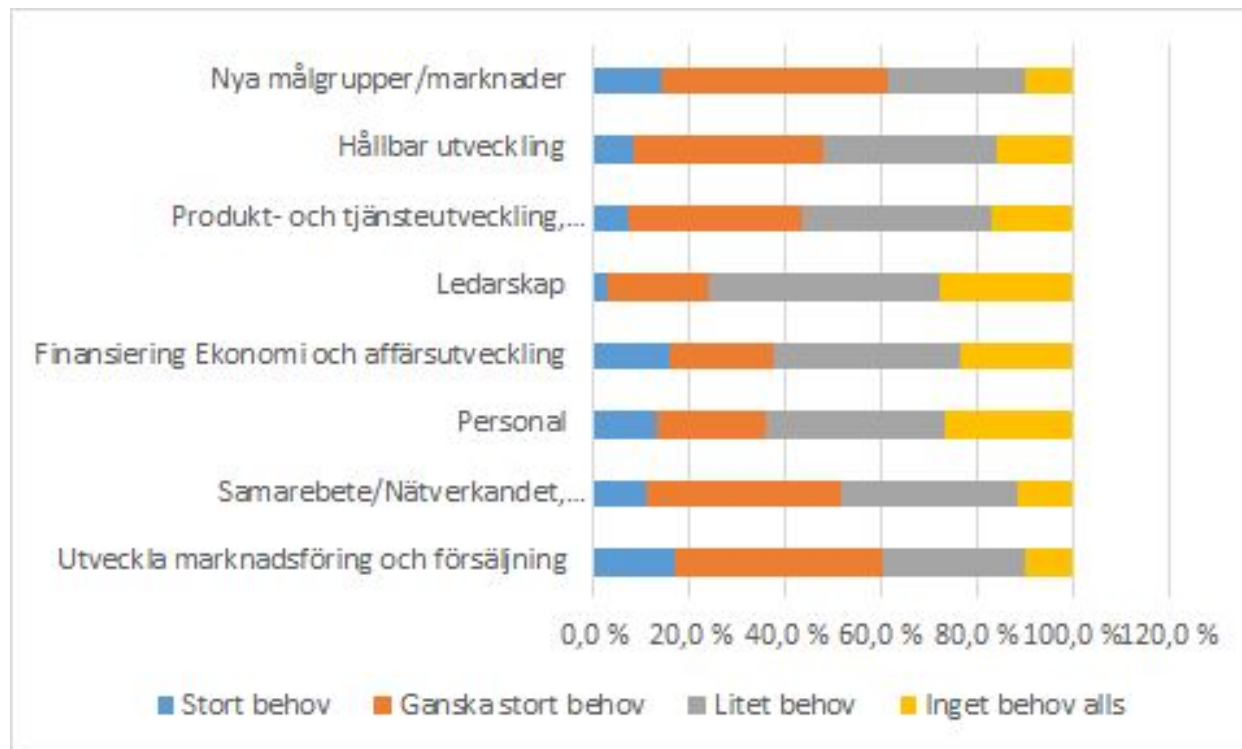
Antal svar: 92

Total summa: 450 010 euro

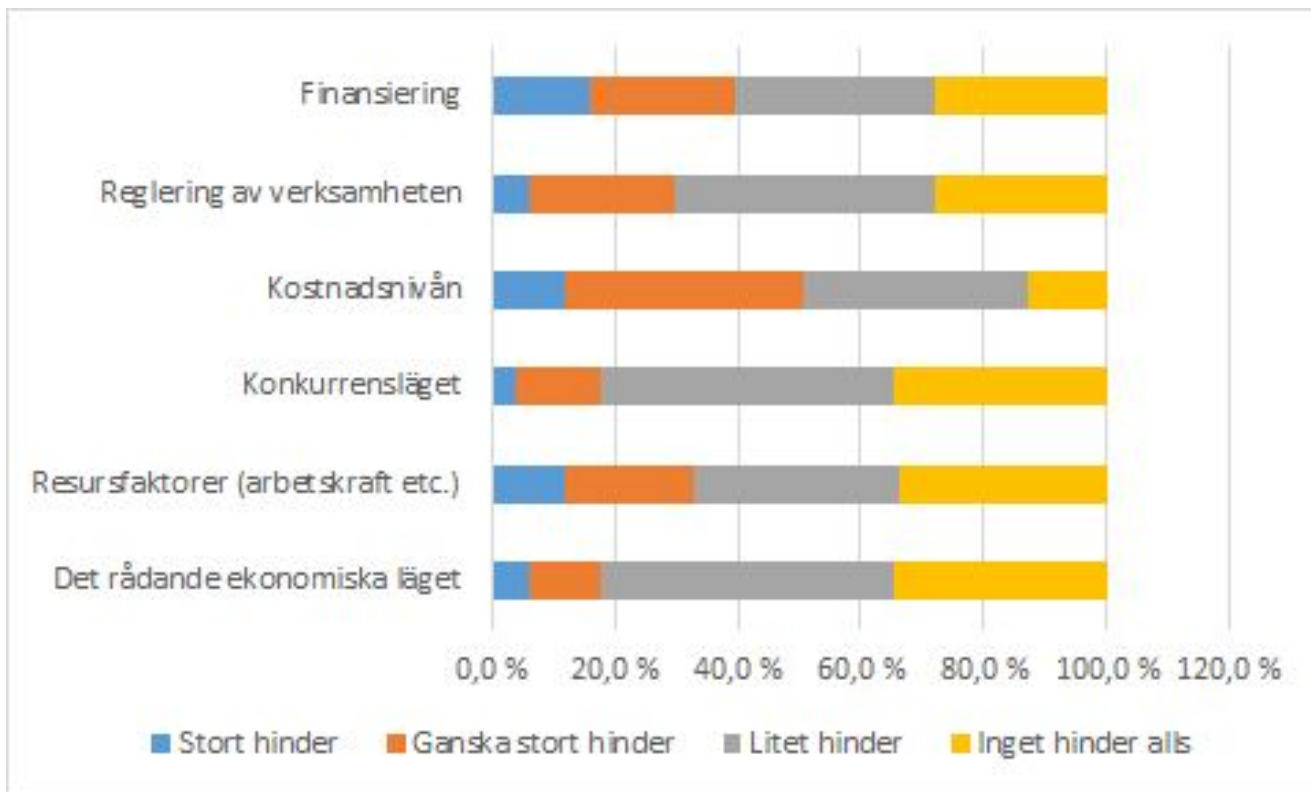
Snitt: 11 539 euro

Median: 2 000 euro

Q13 Vilka utvecklingsbehov har företaget idag?



Q14 Vad hindrar företaget från att utvecklas?



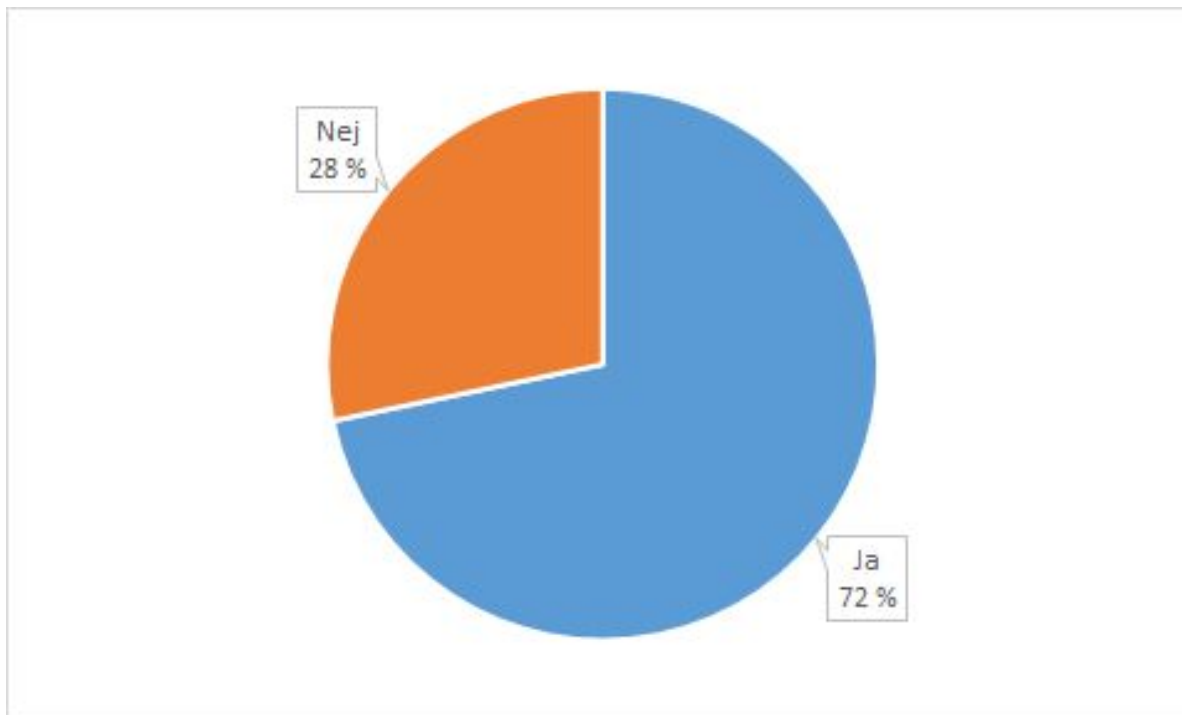
Q15-16 Digitala verktyg

(12% har avböjt frågan)

- A. Vilka digitala verktyg och tjänster använder sig företaget av idag?
B. Vilka digitala verktyg och tjänster planerar företaget att ta i bruk de kommande 12 månaderna?

Svarsalternativ	A	B
Egen hemsida	82 %	18 %
Sociala medier (t.ex. Facebook, Instagram, Linked)	83 %	22 %
Webbtjänster (t.ex. Nyhetsbrev, CRM, ekonomi etc.)	14 %	4 %
Egen webbutik	10 %	10 %
Kanaler för marknadsföring och försäljning på nätet (T.ex. Booking, Tripadvisor)	49 %	17 %
Big data (T.ex. Marknadsanalyser)	2 %	1 %
Inget av ovanstående alternativ	4 %	60 %

Q17 Företaget är intresserat av marknadsföring och försäljning utöver Sverige och Finland?



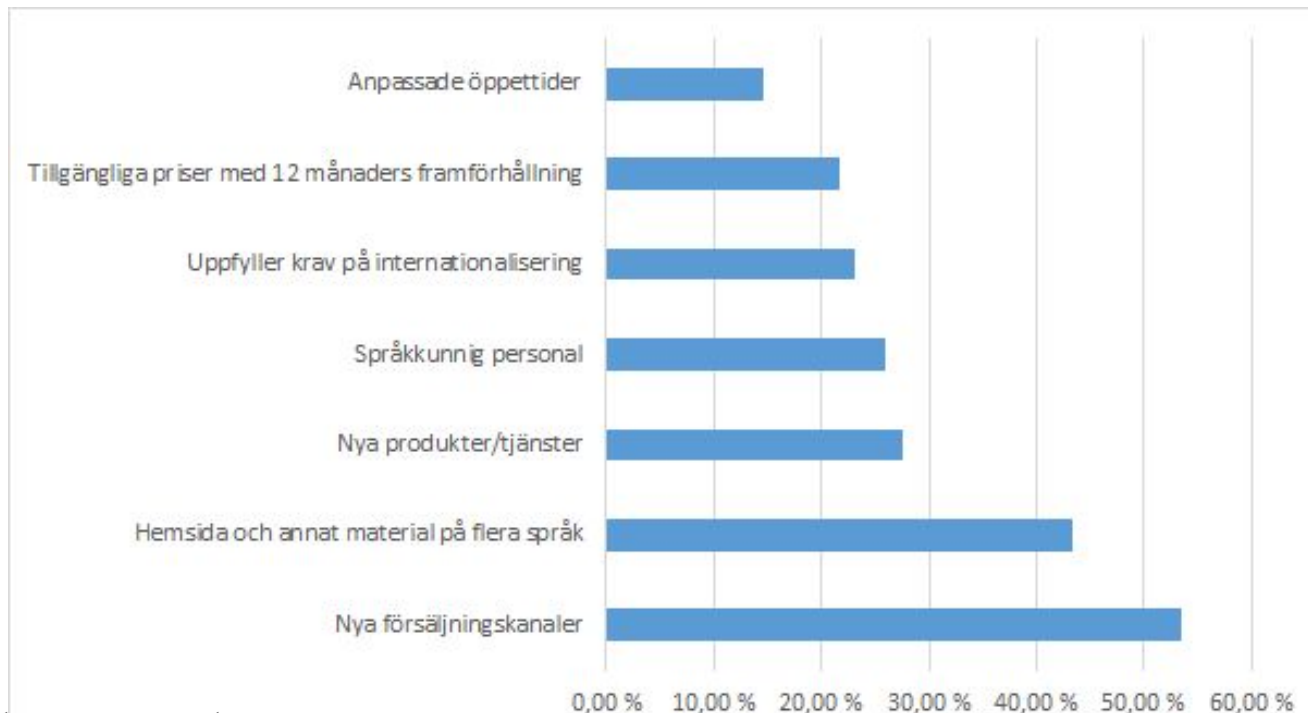
Q 18 Intressanta länder

Ryssland Schweiz Norge *Alla Norden* **Europa**

Tyskland Danmark *Asien* **Baltikum**

Holland *övriga*

Q19 Om ja på fråga 17, vad anser du att företaget behöver investera i?



Enligt egen utsägo exportmogna enligt VF 23% (16 företag)