



KAMK • University
of Applied Sciences



**Paikallistason matkailustrategiat ja vapaa-
ajanasuminen: Sotkamo, Kalajoki, Kuusamo,
Oulu, Pudasjärvi, Taivalkoski ja Vaala**

Pekka Kauppila ja Jari Järviluoma

Paikallistason matkailustrategiat ja vapaa-ajanasuminen: Sotkamo, Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi, Taivalkoski ja Vaala

Pekka Kauppila ja Jari Järviluoma



Yhteystiedot:

Kajaanin Ammattikorkeakoulun kirjasto

PL 240, 87101 KAJAANI

Puh. 044 7157042

Sähköposti: amkkirjasto@kamk.fi

<http://www.kamk.fi>

Kannen kuva:

Shutterstock

Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B 105 / 2020

ISBN 978–952–7219–57–7

ISSN 1458–915X

SISÄLLYSLUETTELO

1.	JOHDANTO	1
1.1	Tutkimusraportin tausta	1
1.2	Tutkimusraportin tarkoitus ja tavoitteet	3
1.3	Tutkimusraportin keskeiset käsitteet	3
2.	TUTKIMUSALUEET, -AINEISTOT JA -MENETELMÄT.....	6
2.1	Tutkimuksen kohdekunnat ja vapaa-ajanasunnot.....	6
2.2	Tutkimusaineistot ja -menetelmät	8
3.	PAIKALLISTASON MATKAILUSTRATEGIAT JA VAPAA-AJANASUMINEN	9
3.1	Yleistä matkailustrategioista.....	9
3.2	Case Sotkamo.....	9
3.3	Case Kalajoki	10
3.4	Case Kuusamo	10
3.5	Case Oulu.....	11
3.6	Case Pudasjärvi	11
3.7	Case Taivalkoski	12
3.8	Case Vaala.....	12
4.	YHTEENVETO JA POHDINTA.....	14
4.1	Keskeiset tulokset	14
4.2	Pohdinta	15
	LÄHTEET.....	19

1. JOHDANTO

1.1 Tutkimusraportin tausta

Kun Suomi liittyi Euroopan unioniin, se merkitsi muutosta myös maamme aluekehitysjärjestelmään. Uudessa tilanteessa korostui maakuntien rooli aluekehityksessä. Tätä ilmentää Laki alueiden kehittämisestä ja rakennerahastojen hallinnasta (7/2014): vastuu alueiden kehittämisestä on kunnilla ja valtiolla sen mukaan kuin tässä laissa säädetään. Alueiden kehittämiseen liittyvien tehtävien hoitamisesta kussakin maakunnassa vastaa maakunnan liitto aluekehittämisviranomaisena. Maakunnan liitto on kuntayhtymä, jossa alueen kuntien on oltava jäseninä. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskukset edistävät alueellista kehittämistä hoitamalla niille säädettyjä tai erikseen määrättyjä valtionhallinnon toimeenpano- ja kehittämistehtäviä toimialueellaan.

Euroopan unioniin liittyminen toi mukanaan aluekehitykseen strategisen suunnitteluprosessin ja niiden tuotoksena syntyneet alueelliset suunnitteluasiakirjat, strategiat. Toisin sanoen, alueellisen kehittämisen keskiöön vyöryivät strategiat ja niiden työkalut hankkeet, projektit: aluekehitystä ohjataan strategioilla ja toteutetaan käytännössä hankkeilla. Hankkeet ovat luonteeltaan ainutlaatuisia, kestoltaan rajallisia ja niillä on suunnitelma, jossa esitetään tavoitteet, toimenpiteet, aikataulut, resurssit, budjetti ja rahoitus. Hankkeilta odotetaan strategista sopivuutta ja osuutta, toteutettavuutta, tuloksellisuutta, vaikuttavuutta ja kehittävyttä (Keränen 2001, 2012). Hankkeita rahoitetaan muun muassa Euroopan unionin rakennerahastoista (EAKR, ESR).

Aluekehityksen näkökulmasta matkailu on nykyään erityisesti maaseudulla elinkeino, jonka avulla pyritään ylläpitämään ja lisäämään alueiden elinvoimaa. Matkailun kehittämisen aikaansaamat myönteiset ja kielteiset vaikutukset – ympäristölliset, sosiokulttuuriset ja taloudelliset – konkretisoituvat paikallistasolla (ks. Murphy 1985; Mathieson & Wall 1987; Vuoristo 1998; Hall & Page 2006). Myönteisiä aineellisia sosiotaloudellisia vaikutuksia ovat paikallistasolla esimerkiksi väestömäärän lisääntyminen ja terve ikärakenne, yritystoiminnan viriäminen ja toimialarakenteen monipuolistuminen, työpaikkojen syntyminen ja työpaikkarakenteen monipuolistuminen sekä julkisen ja yksityisen palvelurakenteen kehittyminen. (Matkailu)yritystoiminnan myötä syntyvistä työpaikoista karttuu kohdealueelle palkkatuloja ja edelleen palkkaverotuloja. Nämä edesauttavat muun muassa julkisen palvelurakenteen ja infrastruktuurin ylläpidossa ja kehittämisessä. Myönteisiä aineettomia vaikutuksia ovat paikallistasolla esimerkiksi alueen tunnettuuden parantuminen ja imagon kohentuminen sekä paikallisten asukkaiden itsetunnon ja alueellisen identiteetin voimistuminen.

Viitaten edellä läpikäytyihin positiivisiin sosiaalis-taloudellisiin vaikutuksiin matkailua korostetaan Kainuun (Kainuun liitto 2017) ja Pohjois-Pohjanmaan (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2018) maakuntaohjelmissa yhtenä maakuntien kehitettävistä elinkeinoista ja kasvualoista. Kainuussa matkailuun tavoitellaan lisää investointeja, yrityksiä ja työpaikkoja. Myös matkailun TKI-toimintaa ja osaamista halutaan vahvistaa. Pohjois-Pohjanmaalla matkailun avulla pyritään vireyttämään elinkeinoelämää ja yrittäjyyttä sekä luomaan työpaikkoja ja toimeentuloa maakunnan hyvinvoinnin edistämiseksi.

Vapaa-ajanasuminen on yksi matkailun osa-alue. Williamsin ja Hallin (2000) mukaan vapaa-ajanasuminen on pysyvä muutto-matkailu-jatkumolla harmaata vyöhykettä, jolla on elementtejä molemmista ilmiöistä. Matkailun ja sen aluetalousvaikutusten näkökulmasta vapaa-ajanasumisessa ovat oleellisia nimenomaan ulkopaikkakuntalaisten omistamat vapaa-ajanasunnot ja niiden käyttö. Ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajanasuminen, matkailullinen vapaa-ajanasuminen, koskettaa matkailu-ilmiötä, koska se tuo paikkakunnan aluetalouteen ulkopuolista rahaa ja on siten rinnastettavissa matkailuelinkeinon.

Vapaa-ajanasuminen on mittava ilmiö Suomessa. Tästä on osoituksena muun muassa se, että vuonna 2018 maassamme oli noin 510 000 vapaa-ajanasuntoa ja vapaa-ajanasunnon omistaviin asuntokuntiin kuului lähes 816 000 henkilöä (Tilastokeskus 2019a). Jopa kolmella miljoonalla suomalaisella on arvioitu olevan mahdollisuus mökkeillä, sillä usein vapaa-ajanasuntoja käyttävät omistajien ohella myös sukulaiset ja tuttavat (Nieminen 2010; Finnish Consulting Group Oy 2016). Lisäksi vapaa-ajanasuntoja vuokrataan, mikä osaltaan kasvattaa vapaa-ajanasukkaiden kokonaismäärää.

Vapaa-ajanasumisella on huomattavat taloudelliset vaikutukset. Suomessa käytettiin vuonna 2014 vapaa-ajanasumiseen yhteensä noin 6,2 miljardia euroa: mökkien korjaus (1,7 mrd. euroa), päivittäistavarat (1,4 mrd. euroa), matkat (1,2 mrd. euroa), kiinteistökaupat (0,7 mrd. euroa), julkiset ja yksityiset infrastruktuuri- ja muut käyttömaksut ja palvelut (0,5 mrd. euroa), muut tavarahankinnat (0,4 mrd. euroa) ja uudisrakentaminen (0,3 mrd. euroa). Kyseisenä vuonna vapaa-ajanasumisen työllisyysvaikutuksiksi laskettiin valtakunnantasolla noin 60 000 työpaikkaa (Finnish Consulting Group Oy 2016). Talousluvut sisältävät sekä paikallisten että ulkopaikkakuntalaisten kulutuksen ja sen aikaansaaman työllisyyden.

Käsillä oleva tutkimusraportti on osa Kajaanin ammattikorkeakoulun *Valto*-hanketta (*Vapaa-ajanasumisesta liiketoimintaa*), jonka yhtenä tarkoituksena on tuottaa tietoa vapaa-ajanasumisen alueellisista piirteistä ja aluetaloudellisista vaikutuksista Kainuun (Hyrnsalmi, Kuhmo, Sotkamo, Suomussalmi) ja Pohjois-Pohjanmaan (Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi, Taivalkoski, Vaala) kärkimatkailukunnista päätöksentekoa, suunnittelua ja kehittämistoimia silmällä pitäen. Hankkeessa on tähän mennessä julkaistu matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantaraportit Kainuusta (Kauppila 2019a) ja Pohjois-Pohjanmaalta (Kauppila 2019b), hankkeen esittelyartikkeli (Järviluoma ym. 2019), teoreettinen, tutkimuskirjallisuuteen perustuva kirjoitus (Kauppila 2019c) vapaa-ajanasuntojen ja vapaa-ajanasumisen alueellisista piirteistä, matkailullisen vapaa-ajanasumisen empiiriset raportit Kainuusta (Järviluoma 2020a) ja Pohjois-Pohjanmaalta (Järviluoma 2020b) sekä matkailullisen vapaa-ajanasumisen aluetaloudelliset vaikutus -raportit Kainuusta (Kauppila 2020a) ja Pohjois-Pohjanmaalta (Kauppila 2020b). Lisäksi hankkeessa on työstetty sanomalehtiartikkelit matkailun aluetaloudellisista vaikutuksista (Kauppila 2019d) sekä mökkeilyyn, etäisyyden ja aluetaloudellisten vaikutusten suhteista (Kauppila 2019e).

Valto-hankesuunnitelman (Järviluoma ym. 2019) mukaisesti tämän raportin tarkoituksena on läpikäydä Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan kärkimatkailukuntien, paikallistason, matkailustrategioita sisällönanalyysin avulla ja selvittää erityisesti matkailullisen vapaa-ajanasumisen roolia paikallistasolla. Näin ollen selvitys täydentää ja hahmottaa omalta osaltaan vapaa-ajanasumisen pai-

noarvoa ja kokonaiskuvaa tarkasteltavien kuntien matkailun kehittämisessä. *Käsitteellisesti matkailullisella vapaa-ajanasumisella tarkoitetaan ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajanasuntojen pääasiallisia käyttäjiä eli omistajia ja heidän asutuskuntaansa* (Kauppila 2020a, 2020b). On huomattava, että edellä mainitun ryhmän lisäksi näitä vapaa-ajanasuntoja voivat käyttää omistajien täysi-ikäiset lapset perheineen sekä sukulaiset ja tuttavat/ystävät. Vapaa-ajanasuntoja myös vuokrataan, jolloin vuokraajat ovat ketä tahansa.

Kirjoitus etenee niin, että seuraavaksi käydään läpi tutkimusraportin tarkoitus ja tavoitteet sekä keskeiset käsitteet. Tämän jälkeen esitellään tutkimusalueet, -aineistot ja -menetelmät. Tutkimustuloksissa tarkastellaan matkailustrategioiden sisältöä eli niiden painopisteitä ja matkailullisen vapaa-ajanasumisen roolia matkailustrategioissa. Selvitys päättyy yhteenvetoon keskeisistä tuloksista ja niiden pohdintaan.

1.2 Tutkimusraportin tarkoitus ja tavoitteet

Tämän raportin tarkoituksena on analysoida Kainuun (Sotkamo) ja Pohjois-Pohjanmaan (Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi, Taivalkoski, Vaala) kärkimatkailukunnissa matkailustrategioiden painopistealueita ja matkailullisen vapaa-ajanasumisen roolia paikallistason matkailustrategioissa. *Valto*-hankkeen kunnista Hyrynsalmelta, Kuhmosta ja Suomussalmelta puuttuu voimassa oleva matkailustrategia, joten nämä kunnat jäävät tarkastelun ulkopuolelle. Tutkimuksen yksityiskohdalliset tavoitteet ovat seuraavat:

1. *Selvittää matkailustrategioissa esitetyt linjaukset ja painopisteet matkailun kehittämiseksi.*
2. *Selvittää matkailullisen vapaa-ajanasumisen rooli matkailustrategioissa.*

1.3 Tutkimusraportin keskeiset käsitteet

Raportin keskeisiä käsitteitä ovat matkailusuunnittelu, matkailun strateginen suunnittelu (prosessi) ja matkailustrategia. *Matkailusuunnittelu voidaan määritellä seuraavasti: se on tutkimukseen ja arviointiin perustuva prosessi, jossa pyritään optimoimaan matkailun myönteiset vaikutukset ihmisten hyvinvointiin ja ympäristön laatuun* (Getz 1987). Matkailusuunnittelu nähdään tulevaisuusorientoituneena, muutokseen pyrkivänä toimintana tarkoituksenaan maksimoida alueelle kohdistuvat hyödyt ja minimoida alueelle kohdistuvat haitat. Suunnittelussa otetaan huomioon niin paikalliset ihmiset kuin matkailijat. On korostettava, että matkailusuunnittelu on Suomessa vapaaehtoista, ei lakisäätöistä.

Matkailun kehittäminen eri aluetasoilla – kansallinen taso, alueellinen taso, paikallistaso – tapahtuu tänä päivänä useimmiten strategisen suunnitteluprosessin avulla sisältäen aloitus-, analyysi- ja strategia- sekä toteuttamisvaiheen (Hall 2000). Strategisen suunnitteluprosessin avainelementtejä ovat päätös suunnittelun aloittamisesta, strateginen analyysi (SWOT-analyysi), visio, tavoit-

teet, strategiset haasteet/toimenpiteet, toimenpiteiden toteuttaminen sekä strategian toteutumisen seuranta ja arviointi. *Matkailun strateginen suunnittelu on jatkuva, iteratiivinen prosessi, jossa otetaan huomioon (matkailu)alueen sisäiset ja ulkoiset tekijät sekä niiden alati muuttuvat keskinäiset vuorovaikutussuhteet.* Suunnitteluprosessissa tarkastellaan monipuolisesti kohdealuetta ympäristöllisestä, sosiokulttuurisesta ja taloudellisesta näkökulmasta suhteessa toimintaympäristöön pitäen mielessä kestävä kehitys. *Valto*-hankkeessa luotuja matkailullisen vapaa-ajanasumisen aluetaloudellisten vaikutusten mittaamismallia, seurantamallia sekä ennuste- ja arviointimallia voidaan hyödyntää monipuolisesti vapaa-ajanasumisen strategisen suunnitteluprosessin eri vaiheissa (ks. Kauppila 2020a, 2020b).

Matkailustrategia on suunnitteluprosessin tuotos eli suunnitteluasiakirja, dokumentti. Siinä on määritelty tarkastelussa olevan (matkailu)alueen visio, (mitattavat) tavoitteet, painopisteet/toimenpiteet, aikataulu, rahoitus ja vastuutahot. Strategia on valintoja erilaisten vaihtoehtojen välillä, kun pohditaan keinoja halutun tulevaisuudenkuvan, vision, ja asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi. Matkailustrategia on alueen toimijoiden yhteisen tahtotilan ilmaiseva asiakirja, joka ohjaa niukkoja resursseja havaittujen – ja valittujen – strategisten haasteiden, painopisteiden, toteuttamiseen. Strategia on osoitus alueen matkailun organisoitumisesta ja koordinoitua kehittämistä.

Matkailusuunnittelua leimaa hierarkisuus (Williams 1998). Esimerkiksi kansallisella tasolla tavoitteet ovat yleisempiä, aikajänne pidempi, suunnittelualue laajempi, suunnittelun yksityiskohtaisuus alhaisempi ja suunnittelun täytäntöönpano rajoitetumpi kuin paikallistasolla. Eri aluetasojen matkailustrategioiden pitäisi olla linjassa toisensa suhteen. Tällä tarkoitetaan sitä, että strategioiden on oltava keskenään yhteensopivia ja toisiaan tukevia, ja ne jalostuvat ylemmiltä aluetasoilta konkreettisemmiksi paikallistasolla.

Kansallisella tasolla matkailun kehittämistä ohjaava asiakirja on Suomen tuore matkailustrategia. ”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun” on Suomen matkailustrategia vuosille 2019–2028 (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019). Strategiassa asetetaan matkailun kehittämiseksi tavoitteet vuoteen 2028 sekä toimenpiteet vuosille 2019–2023. Suomen tavoitteena on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde. Matkailua kehitetään vastuullisena ja kasvavana palveluliiketoiminnan alana, joka luo hyvinvointia ja työllisyyttä ympäri vuosittain koko Suomessa. Matkailualan kestävä kasvun ja uudistumisen mahdollistavat strategiassa tunnistetut neljä painopistettä: kestävä kehityksen mukaisen toiminnan tukeminen, digitaaliseen muutokseen vastaaminen, saavutettavuuden kehittäminen matkailualan tarpeet huomioiden sekä kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen.

Alueellisella tasolla Kainuun ja Pohjoismaan matkailun kehittämistä linjaavat maakunnalliset matkailustrategiat. Kainuun matkailustrategiassa vuosille 2018–2021 (Kainuun liitto 2018) nousee esille matkailukeskusten merkittävä rooli matkailun kehittämisessä. Strategiset toimenpiteet kattavat kolme painopistettä: markkinoiden kasvattamisen ja kasvun tukemisen, matkailutarjonnan uudistamisen ja uudet investoinnit sekä saavutettavuuden parantamisen. Matkailustrategiassa painotetaan muun muassa koulutuksen ja tutkimustiedon saatavuutta, mikä nähdään Kainuussa edunvalvonnan kohteena yhdessä muiden matkailumaakuntien kanssa. Pohjois-Pohjanmaan

matkailustrategiassa vuoteen 2020 (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2015) korostetaan matkailun roolia aluekehityksen välineenä. Matkailun kansainvälistymiseen tähtäävässä strategiassa painopisteinä ovat matkailukeskusten ja kärkituotteiden kehittäminen, matkailualueiden ja -keskusten saavutettavuuden ja infrastruktuurin kehittäminen, matkailualueiden imago, matkailukeskusten myynti ja markkinointi sekä matkailuelinkeinon tutkimus ja koulutus. Viimeksi mainitusta painopisteestä nostetaan esille muun muassa tutkimuspohjaisen tiedon tarve matkailukysynnästä sekä matkailuelinkeinon ja aluekehityksen kytkennöistä alueellisen ennakoinnin tarpeisiin.

Paikallistasolla matkailun kehittämistä luotsaavat kuntien ja matkailukeskusten matkailustrategiat. Matkailustrategioita laaditaan erityisesti kunnissa, joissa matkailun merkitys on taloudellisesti absoluuttisesti ja/tai suhteellisesti tärkeä. Matkailusuunnittelu on paikallistasolla hyvinkin konkreettista, sillä viime kädessä matkailun myönteiset ja kielteiset vaikutukset todentuvat nimenomaan paikallisesti.

Kuten aikaisemmin on todettu, eri aluetasojen matkailustrategioita toteutetaan nykyään pitkälti erilaisilla julkista tukea saavilla (alue)kehityshankkeilla. Työ- ja elinkeinoministeriön (Kyyrä 2020) mukaan vuosina 2007–2013 Suomessa myönnettiin matkailullisin perustein julkista tukea (maakuntien liitot, ELY-keskukset, Business Finland, Finnvera Oyj., ministeriöiden myöntämät suorat avustukset) noin 500 miljoonaa euroa. Tämä kattaa yritystuet, matkailun operatiivisen toiminnan sekä matkailua tukevat palvelut ja infrastruktuurin.

2. TUTKIMUSALUEET, -AINEISTOT JA -MENETELMÄT

2.1 Tutkimuksen kohdekunnat ja vapaa-ajanasunnot

Tutkimusalueet kattavat Kainuun maakunnasta Sotkamon sekä Pohjois-Pohjanmaan maakunnasta Kalajoen, Kuusamon, Oulun, Pudasjärven, Taivalkosken ja Vaalan. Tarkasteltavat alueet ovat paikallistason alueyksiköitä, kuntia. Kohdekunnat ovat keskeisimpiä matkailualueita ja -kuntia Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailun aluerakenteessa, mikä ilmenee maakuntien matkailustrategioista (ks. Pohjois-Pohjanmaan liitto 2015; Kainuu liitto 2018).

Vuonna 2019 Sotkamon osuus Kainuun virallisista Tilastokeskuksen yöpymisvuorokausista oli lähes 80 prosenttia. Vastaavasti kyseisenä vuonna Kalajoen, Kuusamon, Oulun, Pudasjärven ja Rokua Geopark -alueen (sisältää Vaalan) osuus Pohjois-Pohjanmaan virallisista Tilastokeskuksen yöpymisvuorokausista oli yli 90 prosenttia (BusinessFinland 2020). Pohjois-Pohjanmaan kärkimatkailukuntien (Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi, Rokua Geopark -alue) on arvioitu muodostavan – laskentatavasta riippuen – 81–90 prosenttia Pohjois-Pohjanmaan matkailun taloudellisista vaikutuksista (Kauppila 2017).

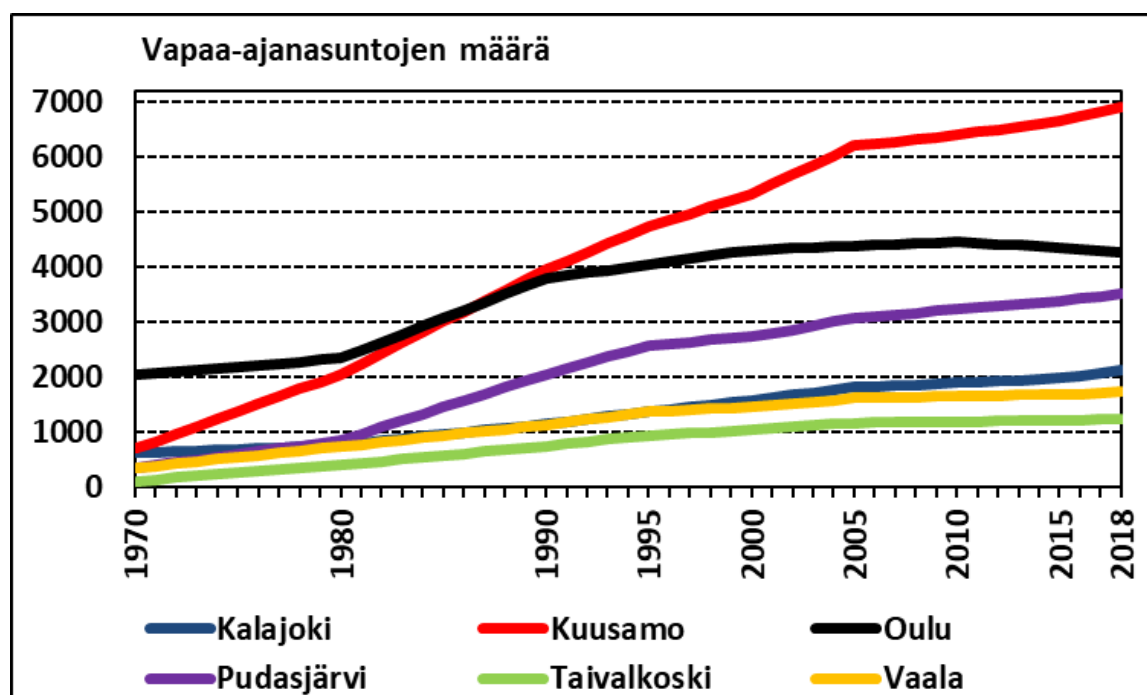
Vuonna 2018 Sotkamossa oli 1 894 vapaa-ajanasuntoa, joka oli noin 15 prosenttia Kainuun vapaa-ajanasunnoista. Yksityiset henkilöt omistivat vapaa-ajanasunnoista noin 96 prosenttia (Tilastokeskus 2019b). Sotkamon vapaa-ajanasuntojen määrä lisääntyi vuodesta 1970 aina 2000-luvun alkuun, minkä jälkeen se on tasaantunut (Tilastokeskus 2020a). Vuonna 2018 vapaa-ajanasunnoista noin 70 prosenttia oli ulkopaikkakuntalaisten omistamia. Suurimmat omistajakeskittymät olivat Kajaanin ja Oulun seutukunnat, joissa asui vakituisesti lähes 55 prosenttia Sotkamon ulkopaikkakuntalaisista vapaa-ajanasunnon omistajista (Tilastokeskus 2019b). Vuonna 2018 Sotkamon matkailullisen vapaa-ajanasumisen kokonaismatkailutulo oli noin 4,4 miljoonaa euroa ja kokonaismatkailutyöllisyys noin 22 henkilötyövuotta muodostaen noin viisi prosenttia matkailun aluetaloudellisista vaikutuksista. Kyseisenä vuonna ulkopaikkakuntalaiset vapaa-ajanasunnon omistajat maksoivat Sotkamoon kiinteistöverotuloa lähes 400 000 euroa (Kauppila 2020a).

Vuonna 2018 Kalajoella, Kuusamossa, Oulussa, Pudasjärvellä, Taivalkoskella ja Vaalassa oli 19 744 vapaa-ajanasuntoa, joka oli reilu 60 prosenttia Pohjois-Pohjanmaan vapaa-ajanasunnoista. Yksityiset henkilöt omistivat vapaa-ajanasunnoista yli 90 prosenttia, lukuun ottamatta Kalajoeta (89 %) ja Kuusamoja (83 %) (Tilastokeskus 2019b). Taulukkoon 1 on kerätty Pohjois-Pohjanmaan kohdekuntien keskeiset vapaa-ajanasumisen tunnusluvut. Taivalkoskelta puuttuu tieto matkailun taloudellisista vaikutuksista, joten matkailullisen vapaa-ajanasumisen merkitystä matkailun aluetaloudellisista vaikutuksista ei voida määrittää kyseisen kunnan kohdalla. Erityisesti Koillismaalle (Pudasjärvi, Taivalkoski, Kuusamo) ja Vaalalle Oulun seutukunta on merkittävä omistajakasauma, mutta Vaalalle myös Kajaanin seutukunta on tärkeä omistajakeskittymä. Kalajoen tapauksessa vapaa-ajanasunnon omistajat asuvat pitkälti lähialueilla (Kokkolan, Raahen, Ylivieskan seutukunnat) ja Oulun kohdalla Oulun seutukunnassa (Tilastokeskus 2019b). Vuonna 2018 ulkopaikkakuntalaiset vapaa-ajanasunnon omistajat maksoivat huomattavan määrän kiinteistöverotuloa tarkastelussa oleville Pohjois-Pohjanmaan kunnille summan vaihdellen Oulun ja Taivalkosken reilusta 100 000 eurosta Kuusamon lähes miljoonaan euroon (Kauppila 2020b).

Taulukko 1. Keskeiset vapaa-ajanasumisen tunnusluvut Kalajoella, Kuusamossa, Oulussa, Pudasjärvellä, Taivalkoskella ja Vaalassa vuonna 2018 (Tilastokeskus 2019b; Kauppila 2020b). 1 = vapaa-ajanasuntojen lukumäärä (lkm), 2 = ulkopaikkakuntalaisten omistamien vapaa-ajanasuntojen osuus (%), 3 = matkailullisen vapaa-ajanasumisen kokonaismatkailutulo (milj. euroa), 4 = matkailullisen vapaa-ajanasumisen kokonaismatkailutyöllisyys (htv.), 5 = matkailullisen vapaa-ajanasumisen matkailutulon osuus (%) matkailun aluetaloudellisista vaikutuksista ja 6 = matkailullisen vapaa-ajanasumisen matkailutyöllisyyden osuus (%) matkailun aluetaloudellisista vaikutuksista.

Kunta	1	2	3	4	5	6
Kalajoki	2 115	53	3,2	17	8	6
Kuusamo	6 902	67	20,4	119	14	16
Oulu	4 261	18	2,0	10	0,8	0,8
Pudasjärvi	3 506	77	4,5	19	16	13
Taivalkoski	1 237	67	1,3	6	Ei tietoa	Ei tietoa
Vaala	1 723	85	3,9	16	36	52

Pohjois-Pohjanmaan tutkimusalueiden vapaa-ajanasuntojen määrä on lisääntynyt huomattavasti vuosina 1970–2018 (kuva 1). Erityisesti niiden määrä kasvoi vuodesta 1970 aina 2000-luvun alkupuolelle, minkä jälkeen se on tasaantunut Kuusamoa ja Pudasjärveä lukuun ottamatta. Absoluuttisesti kasvu on ollut suurinta Kuusamossa ja suhteellisesti Taivalkoskella. Vaikka vapaa-ajanasuntojen lisääntyminen oli tarkastelujaksolla suhteellisesti merkittävää Taivalkoskella, niiden absoluuttinen kasvu oli kuitenkin pienintä kyseisessä kunnassa. Suhteellisesti vapaa-ajanasuntojen lisääntyminen oli vaatimattominta Oulussa, ja niiden määrä on Oulussa jopa kääntynyt laskuun 2010-luvulla.



Kuva 1. Kalajoen, Kuusamon, Oulun, Pudasjärven, Taivalkosken ja Vaalan vapaa-ajanasuntojen määrän kehitys vuosina 1970–2018 (Tilastokeskus 2020a).

2.2 Tutkimusaineistot ja -menetelmät

Selvityksen aineistona ovat *Valto*-hankkeen kohdekuntien edustajilta pyydetty matkailustrategiat tai niitä vastaavat matkailun kehittämissuunnitelmat. Osassa kuntia paikallista matkailustrategiaa ei ole tai matkailun kehittämisen suuntaviivat on sisällytetty yleisempään kuntastrategian toimeenpanoon – nämä kunnat (Hyrnsalmi, Kuhmo, Suomussalmi) eivät siten ole analyysissä mukana. Alla listatut suunnitteludokumentit saatiin Sotkamosta, Kalajoelta, Kuusamosta, Oulusta, Pudasjärveltä, Taivalkoskelta ja Vaalasta.

- *Sotkamo: Vuokatin strategia 2018–2023*
- *Kalajoki: Kalajoen matkailun kasvuohjelma 2015–2025*
- *Kuusamo: Ruka-Kuusamo matkailun strategiakartta 2025*
- *Oulu: Oulun seudun matkailustrategia. Oulun toimenpideohjelma 2018–2023*
- *Pudasjärvi: Pudasjärven kaupungin matkailun puitesopimus 2018–2023*
- *Taivalkoski: Taivalkosken matkailustrategia 2010*
- *Vaala: Matkailun kehittämissuunnitelma Oulujokilaakson kuntien alueelle 2019–2022*

Suunnitteluasiakirjojen laajuus vaihtelee useamman kymmenen sivun mittaisista esityksistä yhdelle sivulle tiivistettyihin infograafeihin. Vaihtelua on myös dokumenttien jäsenyksissä eli siinä, mitä elementtejä suunnitteludokumentteihin on sisällytetty (visio, tavoitteet, kärkihankkeet jne.). Taivalkoskea lukuun ottamatta suunnitelmien aikajänne ulottuu vuosiin 2022, 2023 tai 2025.

Aineiston analyysimenetelmä myötäilee kvalitatiivista sisällönanalyysia. Siinä on kyse sisällönanalyysista, jossa tarkasteltavien dokumenttien sisältöä kuvataan sanallisesti. Kaikkiaan sisällönanalyysilla pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa (Tuomi & Sarjajärvi 2004: 93–121).

Suunnitteludokumenttien analyysin tavoitteena on kuvata kuntien matkailukehityksen linjauksia ja painopisteitä sekä selvittää seikkaperäisesti matkailullisen vapaa-ajanasumisen huomioon ottaminen matkailun kehittämisessä. Tarkastelu tapahtuu sisällönanalyysilla käytännössä niin, että suunnitteluasiakirjat luetaan läpi merkitsemällä ylös niissä yleisimmin käsiteltävät teemat, minkä jälkeen strategioiden pääsisältö referoidaan teemoittelua soveltaen. Matkailulliseen vapaa-ajanasumiseen liittyvät maininnat kirjataan sellaisenaan ja kokonaisuudessaan.

3. PAIKALLISTASON MATKAILUSTRATEGIAT JA VAPAA-AJANASUMINEN

3.1 Yleistä matkailustrategioista

Tarkastelun kohteena olevien matkailustrategioiden rakenteessa ja sisällössä on tiettyjä enemmän tai vähemmän säännönmukaisesti toistuvia teemoja ja elementtejä. Kaikille suunnitteludokumenteille yhteisiä rakenneseosia ovat tavoitteet – useimmiten numeerisina kasvutavoitteina ilmaistuina – sekä tavoitteiden saavuttamisen edellyttämät strategiset haasteet, painopisteet, ja niitä myötäilevät kärkihankkeet. Kahta poikkeusta lukuun ottamatta asiakirjoissa esitetään verbalisessa muodossa myös tulevaisuuteen tähtäävä visio matkailukehityksen halutusta tahtotilasta. Muutamissa tapauksissa strategioissa on jäsennetty ja kuvattu tavoiteltavia asiakasryhmiä, matkailun trendejä sekä strategian arvopohjaa.

3.2 Case Sotkamo

Vuokatin strategia 2018–2023 on ulkoasultaan kompakti yhden sivun esitys (Sotkamon kunta 2018). Vuokatin strategia on tulkittavissa Sotkamon matkailun suunnitteludokumentiksi. Tiivistettään huolimatta strategia sisältää matkailukehityksen lähtökohtana olevat arvot, matkailun trendit, keskeiset asiakasryhmät, vision, määrälliset kasvutavoitteet sekä painopisteet ja kehittämishankkeet.

Strategian arvoiksi on määritelty aktiivisuus, perhekeskeisyys ja liikunnallisuus, trendeiksi puolestaan osin saman sisältöisesti perheet yhdessä, liikkuminen ja digitaalisuus. Myös tavoiteltavat asiakasryhmät noudattavat strategiassa kuvattuja arvoja ja matkailun trendejä: kotimaassa tärkeitä segmenttejä ovat perheet, aktiiviset liikkujat ja ryhmät, kansainvälisessä matkailussa vastaavasti Venäjän markkinat ja ulkomaiset urheilijaryhmät. Vuokatin visiona on olla vuonna 2023 Pohjoismaiden monipuolisin ympärivuotinen matkailukeskus.

Vuokatin strategialla tavoitellaan strategian aikajänteen jokaiselle vuodelle viisi prosenttiyksikköä keskiarvoa nopeampaa kasvua, sadan miljoonan euron investointeja ajanjaksolle 2018–2023, kansainvälisten asiakkaiden määrän kaksinkertaistamista sekä yhteismarkkinoinnin budjetin kasvattamista miljoonaan euroon.

Kasvutavoitteiden saavuttamiseksi keskeisiä painopistealueita ja kehittämishankkeita ovat kaupallisen version laatiminen Vuokatin MasterPlanista, tapahtumatarjonnan lisääminen, matkailun kansainvälistäminen, uusien verkostojen ja kumppanuuksien luominen sekä digitalisoituminen.

Vuokatin strategiassa ei oteta kantaa matkailulliseen vapaa-ajanasumiseen.

3.3 Case Kalajoki

Kalajoen matkailun kasvuohjelman 2015–2025 on laatinut CreaMentors Oy (2014). Kasvuohjelman visiossa Kalajoki on vuonna 2025 on yksi Suomen johtavista kansainvälisistä matkailukeskuksista. Profiililtaan Kalajoki Resort tunnetaan kansainvälisesti tapahtumistaan sekä monipuolisista harrastus-, aktiviteetti- ja wellness-palveluistaan.

Kalajoki Resortin asiakasryhmiksi on täsmennetty:

- 1) perheet ja kaveriporukat, jotka haluavat pitää hauskaa ja harrastaa yhdessä,
- 2) aktiiviset nuoret ja aikuiset, jotka haluavat harrastaa ja viettää vapaa-aikaa laadukkaasti,
- 3) työkäiset ja seniorit, jotka tarvitsevat irtioton arjesta ja haluavat rentoutua ja voimaantua sekä
- 4) yritykset ja organisaatiot, joilla on tarve kokoontua yhdessä henkilöstönsä ja asiakkaidensa kanssa.

Asiakassegmentointia on tehty erikseen myös yksittäisten kehittämiskohteiden (esim. tapahtumahotelli) konseptoinnin yhteydessä.

Kasvuohjelmassa vuodelle 2025 asetettuja tavoitelukuja ovat 24 000 vuodepaikkaa, 1 200 000 yöpymisvuorokautta, 150 matkailuyritystä, 80 miljoonaa euroa matkailutuloa ja 800 matkailualan työpaikkaa. Tavoitteiden saavuttamiseksi Kalajoen matkailun kasvuohjelmassa on määritelty ja kuvailtu kaksi toimenpidekokonaisuutta, joista ensimmäinen koskee Hiekkasärkkien palvelukeskuksen kehittämistä ja toinen tapahtuma- ja aktiviteettikeskuksia. Hiekkasärkkien palvelukeskuksen liittyen suunnitteludokumentissa esitetään konseptit tapahtumahotellista, kylpylän uudistamisesta ja liikunnallisen elämyskeskuksen rakentamisesta. Tapahtuma- ja aktiviteettikeskuksiksi Kalajoen matkailun kasvuohjelma esittää kolmea lentokentän yhteyteen ja 8-tien varteen sijoitettavaa kehityskohdetta: Event Park, Motor World ja Horse Village. Edellisten lisäksi kasvuohjelmassa konseptoidaan Marinan alueen jatkokehitystä.

Kalajoen matkailun kasvuohjelmassa ei huomioida matkailullista vapaa-ajanasumista.

3.4 Case Kuusamo

Ruka-Kuusamo matkailun strategiakartta 2025 (Ruka-Kuusamo Matkailu ry. 2019) muistuttaa ulkoasultaan Vuokatin strategian infograafia. Ruka-Kuusamon matkailustrategian perustana ovat arvot, joiksi on määritelty aitous, positiivisuus ja intohimo, luonnon vaaliminen sekä yhdessä tekeminen. Matkailukehityksen trendeistä strategiakarttaan on erikseen poimittu matkailun kasvu, luonnon ja hyvinvoinnin arvostus, vastuullisuus, kakkoskoti ja digitalisoituminen.

Ruka-Kuusamon matkailun tavoitetilana eli visiona on olla vuoteen 2025 mennessä Lapin suosituin ympärivuotinen kohde. Strategian numeerisia tavoitteita ovat kesän majoitusvuorokausien kaksinkertaistaminen vuoteen 2025 mennessä, lentomatrustajien määrän kasvattaminen

200 000 henkilöön ja alueen majoitusliikkeiden vuotuisen käyttöasteen korottaminen 55 prosenttiin.

Ruka-Kuusamon matkailun kärkihankkeiksi strategiassa nostetaan viihtyvyys- ja lähireittisuunnitelma, elämykset ja palvelut kansallispuistoissa, asiakaspolun digitalisoiminen sekä matalan käyttöasteen aikojen tapahtumat.

Ruka-Kuusamon strategiakartassa viitataan matkailulliseen vapaa-ajanasumiseen. Se koskee kakkosasumista, joka määritetään strategiassa matkailukehityksen trendiksi. Vapaa-ajanasumista ei nosteta kuitenkaan esille varsinaisissa strategisissa haasteissa, kärkihankkeissa, yhtenä painopisteenä. Tarkasti ottaen strategiakartassa termi on kakkoskoti.

3.5 Case Oulu

Oulun seudun matkailustrategian ovat tehneet yhteistyössä BusinessOulu, Oulun Matkailu Oy ja Oulun ammattikorkeakoulu (2018). Oulun seudun matkailustrategiassa strategian taustat, tavoitteet, painopisteet ja kehittämistoimet on perusteltu ja aukikirjoitettu suhteellisen laaja-alaisesti.

Strategian määrällisenä tavoitteena on lisätä vuoteen 2023 mennessä Oulun seudun matkailutuloa noin 73 miljoonalla eurolla ja matkailutyöllisyyttä noin 400 henkilötyövuodella. Näin tapahtuessa Oulun seudun matkailutulo olisi vuonna 2023 noin 300 miljoonaa euroa ja kokonaismatkailutyöllisyys 1 700 henkilötyövuotta. Oulun osalta tavoitteeksi on asetettu myös se, että vuonna 2023 rekisteröityjen yöpymisten määrä olisi noin 200 000 yöpymistä enemmän kuin vuonna 2016. Tästä kasvutavoitteesta ulkomaisten yöpymisten osuus on noin 70 000 ja kotimaisten yöpymisten osuus noin 130 000.

Oulun seudun matkailun kehittämisen painopisteenä on arktisten elämysten kehittäminen kansainvälisille matkailijoille. Toisena kehittämiskokonaisuutena on koulutus-, yritys- ja toimialavierailujen tuotteistaminen houkutteleviksi matkailutuotteiksi, mihin liittyvät oululaiseen osaamisen tukeutuvat tekniset ja ammatilliset vierailut, koulutusta sisältävät matkat sekä kansainväliset leirikouluohjelmat. Muita matkailukehityksen painopisteitä ovat Oulun vetovoiman vahvistaminen kaupunkimatkailukohteena (ostokset, kaupunkikulttuuri), tapahtumien, kokousten ja kongressien lisääminen sekä Nallikarin alueen kehityshankkeet.

Oulun matkailustrategiassa ei nosteta esille matkailullista vapaa-ajanasumista.

3.6 Case Pudasjärvi

Pudasjärven matkailun puitesopimus 2018–2023 (Timonen & Turtiainen 2017) luo raamit lähivuosina toteutettaville matkailuinvestoinneille. Puitesopimus ei ole varsinainen matkailustrategia vaan ennemminkin tulevaisuuteen tähtäävä kehittämis- ja investointisuunnitelma. Puitesopimuk-

nessa määriteltyjen kehittämistoimien ja investointien tarkoituksena on Pudasjärven tunnettuuden lisääminen, elämys- ja virkistyspalveluiden jalostaminen kansainvälisille hyvinvointimarkkinoille sekä luontomatkailupalveluiden erilaistaminen ja kaupallistaminen Pudasjärven alueella.

Matkailun puitesopimuksessa esitetyn kehittämiskokonaisuuden merkittävimpien investointien tavoitteena on Iso-Syötteen hotelliöypymisten määrän kasvattaminen noin 2,5-kertaiseksi vuoteen 2020 mennessä. Kehittämisinvestoinnit kohdistuvat majoituskapasiteetin lisäämiseen, rintoimintaan, aktiviteettivalikoimaan, infraan, ravintolapalveluihin, pyöräilyaktiviteetteihin ja retkeilyreitistöihin. Suunnitellun kehittämiskokonaisuuden budjetti vuosille 2018–2023 on lähes 48 miljoonaa euroa, josta merkittävä osa on yksityisiä investointeja.

Pudasjärven matkailun puitesopimuksessa ei mainita matkailullista vapaa-ajanasumista.

3.7 Case Taivalkoski

Taivalkosken kunnan ja Koillis-Suomen Aikuiskoulutus Oy:n (2005) koostama Taivalkosken matkailustrategia 2010 sisältää strategisen yleissuunnitelman ja sen toteuttamisosan. Kuten strategian julkaisuvuodesta voidaan päätellä, strategia on jo vanha ja sen aikajänne umpeutui kymmenen vuotta sitten.

Taivalkosken matkailun kehittämisen visio on muotoilultaan seuraava: pienet toimijat yhdessä tarjoavat laadukkaita, opastettuja ja Taivalkosken omiin vahvuuksiin, erityisesti luontoon ja kulttuuriin, perustuvia palveluita tarkoin valituille, myös ulkomaisille, kohderyhmille. Strategian määrällisiä tavoitteita ovat majoitusliikkeiden yöpymisvuorokausien kolminkertaistaminen sekä matkailun luomien työpaikkojen ja matkailuyritysten lukumäärän kaksinkertaistaminen vuoteen 2010 mennessä.

Taivalkosken matkailustrategian käytännön toteuttaminen on jaoteltu neljään laajempaan kehittämisalueeseen. Nämä ovat kehitystoimintaosaaminen (kehitysfoorumien järjestäminen), matkailun avainyritysten tuote- ja markkinaosaaminen (mm. salokulttuuri-, Päätalo-, luonto- ja liikuntamatkailun tuotteistaminen, markkinointisuunnitelmien laatiminen), uusyrittäjyys (mm. yritysten sukupolvenvaihdosten helpottaminen) sekä teknisen ja kehittämisen infran taso (mm. Koillismaakeskuksen laajentaminen).

Taivalkosken matkailustrategiassa ei huomioida matkailullista vapaa-ajanasumista.

3.8 Case Vaala

Vuonna 2019 Sweco Ympäristö Oy laati matkailun kehittämissuunnitelman Rokua UNESCO Global Geoparkin alueelle. Alueellisesti suunnitelma kattaa Vaalan lisäksi myös Muhoksen ja Utajärven kunnat. Kehittämissuunnitelma toimii kehyksenä kaavoitukselle ja kehittämishankkeille sekä yhteisenä markkinointipaperina potentiaalisille investoreille (Sweco 2019).

Kehittämissuunnitelman visiona on muodostaa Rokua Geopark -alueesta Oulujokilaaksosta Oulujärvelle ulottuva matkailukokonaisuus, joka tarjoaa luontoon, kulttuuriin, tarinoihin, oppimiseen ja tekemiseen pohjautuvia elämyksiä ympäri vuoden.

Suunnitelmassa on määritelty yksityiskohtaisesti asiakassegmentit jäsentämällä ne matkailijoiden lähtöalueiden, asiakkuuksien, viipymän ja vierailuintressien muodostamaan kehikoon. Esimerkiksi Pohjoismaista, Keski-Euroopasta ja Aasiasta tulevien matkailijoiden osalta keskitytään perheisiin, ryhmiin ja leirikouluihin, jotka viipyvät alueella 2–3 päivää tai osana kiertomatkaansa ja tulevat alueelle luontoaktiiviteettien, elämysten ja oppimisen takia.

Suunnitelman tavoitteet on kuvattu yleisellä tasolla ilman täsmällisiä, esimerkiksi yöpymisvuorokausissa mitattavissa olevia lukuarvoja. Tällaisia yleisiä tavoitteita ovat Rokua Geoparkin tunnetuksi tekeminen monipuolisena ja laajana matkailukokonaisuutena, matkailijoiden viipymien pidentäminen, panostukset kotimaiseen markkinaan, matkailutarjonnan kehittäminen vastaamaan kansainvälistyvään ja ympärivuotiseen kysyntään sekä matkailuyrittämiselle suotuisan toimintaympäristön luominen.

Yleiset koko Rokua Geopark -aluetta koskevat kehittämistoimenpiteet kohdistuvat muun muassa alueen opastukseen ja näkyvyyteen, elämykselliseen ja luonnonläheiseen majoitukseen, retkeilyreitteihin, rantautumispaikkoihin ja satamapalveluihin sekä toimenpiteisiin, jotka kehittävät Rokua Geopark -aluetta oppimisympäristönä. Erikseen Vaalan matkailua koskevassa toimintaohjelmassa esille nostettuja kehittämiskohteita ovat esimerkiksi Vaalankurkun alueen (Uiton alue-Ahmala) vesistömatkailun, jääaktiiviteettien sekä majoitus- ja ravintolapalveluiden kehittäminen, Manamansalon ja Säräisniemen reitti-infran kehittäminen sekä Geopark-alueen matkailuopastuksen rakentaminen valtatie 22 varteen.

Vaalan kehittämissuunnitelmassa ei viitata matkailulliseen vapaa-ajanasumiseen.

4. YHTEENVETO JA POHDINTA

4.1 Keskeiset tulokset

Tämän tutkimusraportin tarkoituksena oli analysoida Kainuun (Sotkamo) ja Pohjois-Pohjanmaan (Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi, Taivalkoski, Vaala) kärkimatkailukunnissa matkailustrategioiden linjauksia ja painopistealueita sekä matkailullisen vapaa-ajanasumisen roolia paikallistason matkailustrategioissa. *Valto*-hankkeen kunnista Hyrynsalmelta, Kuhmosta ja Suomussalmelta puuttuu voimassa oleva matkailustrategia, joten nämä kunnat jäivät tarkastelun ulkopuolelle. Tutkimuksen yksityiskohtaiset tavoitteet olivat seuraavat:

1. *Selvittää matkailustrategioissa esitetyt linjaukset ja painopisteet matkailun kehittämiseksi.*
2. *Selvittää matkailullisen vapaa-ajanasumisen rooli matkailustrategioissa.*

Tarkastelun kohteena olleet matkailustrategiat sisältävät yleensä tulevaisuuden vision, matkailukehitykselle asetetut kasvutavoitteet ja niiden saavuttamisen edellyttämät strategiset haasteet, painopisteet, joita nimitetään vaihtelevasti myös toimenpidekokonaisuuksiksi, kärkihankkeiksi, kehittämisalueiksi tai -kohteiksi. Joissakin tapauksissa suunnitteludokumentteihin on sisällytetty lisäksi kuvaukset tavoiteltavista asiakassegmenteistä, strategian kannalta relevanteista matkailun trendeistä ja strategian arvopohjasta.

Taulukkoon 2 on tiivistetty kuntien matkailukehityksen painopisteet ja toisaalta strategioiden sisältämät viittaukset matkailulliseen vapaa-ajanasumiseen. Strategioissa kehittämisen painopisteet on esitetty investointikeskeisesti ja täsmällisesti tai määrittämällä laiveammin, mihin osa-alueisiin panostamalla matkailukehitystä on tarkoitus viedä eteenpäin. Useammassa kunnassa keskeisiksi matkailukehityksen osa-alueiksi nähdään tapahtumamatkailu, ulkoilureitistöt ja digitalisoituminen. Toisaalta kehittämisen painopisteet määräytyvät pitkälti kuntiin suuntautuvan matkailun luonteen, kehitysasteen ja kuntien alueilla sijaitsevien matkailukeskusten erityistarpeiden mukaisesti.

Tutkimustulosten viesti on selkeä: Kuusamon kakkosasumista koskevaa mainintaa lukuun ottamatta tarkasteltavien kuntien matkailustrategioissa ei ole viittauksia matkailullisesta vapaa-ajanasumisesta osana alueiden matkailun kehittämistä. Tarkasti ottaen Kuusamonkin strategiakar-tassa puhutaan kakkosasumisesta – strategiassa terminä kakkoskoti – matkailun trendinä, eikä sitä nosteta esille varsinaisissa strategisissa haasteissa, kärkihankkeissa, yhtenä painopisteenä.

Taulukko 2. Matkailustrategioiden esitetyt painopisteet matkailun kehittämiseksi ja matkailullisen vapaa-ajanasumisen rooli matkailustrategioissa Sotkamossa, Kalajoella, Kuusamossa, Oulussa, Pudasjärvellä, Taivalkoskella ja Vaalassa (Taivalkosken kunta & Koillis-Suomen Aikuiskoulutus Oy 2005; CreaMentors Oy 2014; Timonen & Turtiainen 2017; BusinessOulu ym. 2018; Sotkamon kunta 2018; Ruka-Kuusamo Matkailu ry. 2019; Sweco 2019).

Kunta	Matkailun kehittämisen painopisteet	Matkailullinen vapaa-ajanasuminen
Sotkamo	MasterPlanin kaupallistaminen, tapahtumat, kansainvälistyminen, verkostoituminen, digitalisoituminen	Ei huomioitu
Kalajoki	Hiekkasärkkien palvelukeskuksen kehittäminen, tapahtuma- ja aktiviteettikeskukset, Marina	Ei huomioitu
Kuusamo	Viihtyvyyden ja lähireittisuunnitelma, kansallispuistot, digitalisoituminen, matalan käyttöasteen aikojen tapahtumat	Kakkosasuminen (kakkoskoti) trendinä
Oulu	Arktisuus, technical visits, leirikoulut, kaupunkimatkailu, kulttuuritarjonta, tapahtumat, kokoukset, Nallickari	Ei huomioitu
Pudasjärvi	Investoinnit majoituskapasiteettiin, rinteisiin, aktiviteetteihin, infraan, ravintolapalveluihin, pyöräilyyn ja reitistöihin	Ei huomioitu
Taivalkoski	Kehitystoimintaosaaminen, tuote- ja markkinaosaaminen, uusyrittäjyys, teknisen ja kehittämisen infran taso	Ei huomioitu
Vaala	Vaalankurkun alueen kehittäminen, Manamansalon ja Säräisniemen reitti-infra, Geopark-alueen matkailuopastus	Ei huomioitu

4.2 Pohdinta

Raportin perusteella on kuitenkin liian yksioikoista vetää johtopäätös, että kunnat vähättelevät matkailullisen vapaa-ajanasumisen merkitystä yhtenä kehitettävänä matkailun osa-alueena. Tähän on muutamia syitä.

Ensiksi, ulkopaikkakuntalaisia vapaa-ajanasukkaita, mökkiläisiä, ei ehkä mielletä varsinaisiksi matkailijoiksi ja siten matkailun kehittämistoimenpiteiden kohderyhmäksi. Vapaa-ajanasukkaiden ja varsinaisten matkailijoiden välisen rajapinnan tulkinnanvaraisuus on yleistä, ja taustalla on matkailu-käsite. Esimerkiksi Tilastokeskus (2020b) nojaa tilastoinnissaan määritelmään, jonka mukaan *matkailu (tourism) on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan (12 kuukautta) vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa*. Matkailullisessa vapaa-ajanasumisessa on hieman epäselvää se, luetaanko vapaa-ajan asuin ympäristö ihmisten tavan-

omaiseen elinpiiriin kuuluvaksi vai ei. Vastaus lienee tapauskohtainen ja pitkälti tulkinnanvarainen. Tarkennusta voidaan hakea Tilastokeskuksen (2020c) täsmennyksestä tavanomaiselle elinpiirille. Sen mukaan *tavanomaisen elinpiirin käsitteellä, ja näin ollen myös matkailulla, on kaksi ulottuvuutta: useus ja etäisyys. Paikat, joissa käydään säännöllisesti ja usein kuuluvat henkilön tavanomaiseen elinpiiriin, vaikka ne sijaitsisivat pitkän matkan päässä vakituisesta asunnosta (esim. viikoittaiset matkat omalle vapaa-ajanasunnolle).* Jos Tilastokeskuksen keskimäärin viikoittaisen käyntikerran raja-arvoa (vähintään 52 käyntikertaa vuodessa) sovelletaan *Valto*-hankkeen yhteydessä kerättyyn ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajanasukkaiden kyselyaineistoon (Järviluoma 2020a, 2020b), silloin peräti 97 prosenttia kyselyn piirissä olevista vapaa-ajanasunnoista sisältyy matkailu-käsitteeseen. Matkailun talousvaikutusten katsannosta ulkopaikkakuntalaiset vapaa-ajanasukkaat ovat vierailijaryhmä, joka tuo kunnan aluetalouteen ja sen kiertokulkuun ”uutta” rahaa.

Toiseksi, matkailullisen vapaa-ajanasumisen aluetaloudellisista vaikutuksista paikallistasolta on saatavissa niukasti tietoa, mikä koskee niin kansainvälistä kuin kansallista tutkimuskirjallisuutta (ks. Kauppila 2020a, 2020b). Tämän selvityksen kohdekunnista *Valto*-hankkeessa on aikaisemmin tuotettu tietoa matkailullisen vapaa-ajanasumisen alueellisista piirteistä (Järviluoma 2020a, 2020b) ja aluetaloudellisista vaikutuksista (Kauppila 2020a, 2020b). Tutkimustulokset osoittavat, että matkailullisella vapaa-ajanasumisella on huomattavia taloudellisia vaikutuksia paikallistasolla. Toisaalta alueelliset erot ovat suuria. Esimerkiksi vuonna 2018 Kuusamossa absoluuttinen kokonaismatkailutulo oli yli 20 miljoonaa euroa ja kokonaismatkailutyöllisyys lähes 120 henkilötyövuotta, kun toisessa ääripäässä Hyrynsalmen ja Taivalkosken vastaavat luvut olivat 1,3 miljoonaa euroa ja kuusi henkilötyövuotta. Kyseisenä vuonna Vaalassa matkailullisen vapaa-ajanasumisen suhteellinen matkailutulo oli lähes 40 prosenttia ja matkailutyöllisyys yli puolet matkailun aluetaloudellisista vaikutuksista, mutta Oulussa vastaavat osuudet olivat alle prosentti. Mikäli matkailullisen vapaa-ajanasumisen absoluuttinen ja/tai suhteellinen taloudellinen merkitys on kohdealueelle huomattava, on perusteltua ottaa ilmiö huomioon matkailustrategioissa. Aluetaloudellisten vaikutusten lisäksi kunnille kertyvä ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajanasuntojen omistajien maksama kiinteistövero-tulo on mittava, esimerkiksi vuonna 2018 Pudasjärvellä noin 500 000 euroa ja Kuusamossa lähes miljoona euroa (Kauppila 2020b).

Matkailullinen vapaa-ajanasuminen on alueille matkailun taloudellisten vaikutusten ”peruskuormaa”. Se on ikään kuin vuosittain kertyvä perusmatkailutulo ja -työllisyys. Matkailullisen vapaa-ajanasumisen herkkyyks esimerkiksi (kansainvälisen) talouden muutoksille ja muille häiriötekijöille on alhaisempi kuin usean muun matkailun osa-alueen. Tämä johtuu siitä, että vapaa-ajanasuminen on ennen muuta alueiden (maakunnan) sisäistä kuin alueiden välistä (Müller 2004, 2006; Hall 2005a, 2005b, 2005c, 2005d). Myös tämän tutkimusraportin kohdekunnille, Kuusamo lukuun ottamatta, oma maakunta ja lähimaakunta ovat erittäin merkittäviä vapaa-ajanasuntojen omistajakeskittymiä (Järviluoma 2020a, 2020b; Kauppila 2020a, 2020b). Matkailullinen vapaa-ajanasuminen on joillekin kohdealueille tärkeä matkailun kivijalka, joka takaa tietyt talousvaikutukset vuosi toisensa perään – vapaa-ajanasukkaat ovat kanta-asiakkaita ja sitoutuneet vierailemaan säännöllisesti vapaa-ajanasunnon sijaintipaikkakunnalla. Vapaa-ajanasukkaille ei tarvitse markkinoida enää kohdetta paikanvalintatarkoituksessa vaan kohteen palveluita. Näiden syiden vuoksi matkailullinen vapaa-ajanasuminen on syytä huomioida matkailustrategioissa.

Matkailullisen vapaa-ajanasumisen kehittämällä on merkitystä laajemmin aluekehitykseen paikallistasolla, mikä puoltaa ilmiön tiedostamista matkailustrategioissa. Tutkimustulokset (Kauppila 2020a, 2020b) osoittavat, että tämän selvityksen kohdekunnissa matkailutulo kohdistuu ennen muuta vähittäiskauppaan, kun matkailutyöllisyys ohjautuu vähittäiskaupan ohella kiinteistöhoitoon ja -huoltoon. Viimeksi mainittu korostuu matkailukeskuspaikkakunnilla, kuten Hyrynsalmella, Sotkamossa, Kalajolla ja Kuusamossa. Sen sijaan varsinaiset matkailutoimialat – ravitsemistoiminta, virkistys- ja muut palvelut sekä liikenne – hyötyvät kohtalaisen niukasti matkailullisesta vapaa-ajanasumisesta. Tähän on syynä se, että vapaa-ajanasukkaat ovat pitkälti omatoimisia niin ruuanlaiton, harrastusten kuin liikkumisen (oma auto) suhteen. Vähittäiskaupan saamaa hyötyä tukee valtakunnallinen mökkibarometri (Finnish Consulting Group Oy 2016), jonka mukaan vapaa-ajanasukkaat käyttävät eniten kohdealueen palveluista juuri ruokakauppoja ja neljänneksi eniten erikoisliikkeitä. Myös Adamiakin ym. (2015) tutkimuksessa tärkeimpinä paikallisina palveluina korostuvat päivittäistavarat ja erityisesti ruokakaupat.

Vapaa-ajanasukkaat käyttävät pitkälti olemassa olevia palveluita, mikä puolestaan vahvistaa paikallisia toimialoja sekä ylläpitää paikallista palvelurakennetta ja työllisyyttä. Tämä aikaansaa rahavirtoja paikallisiin yrityksiin, työpaikkoja ja verotuloja sekä palveluita paikallisille asukkaille. Erityisesti alueilla, joissa vakituinen väestömäärä vähenee, ulkopaikkakuntalaiset vapaa-ajanasukkaat, tilapäiset asukkaat, ovat yrityksille tärkeitä, sillä he paikkaavat hiipuvaa paikallista kysyntää ja tuovat aluetalouden kiertokulkuun ”uutta” rahaa. Mikäli vapaa-ajanasuminen ei rajoitu vain kesäaikaan vaan on ympärivuotista, tämä edesauttaa paikkakunnan palveluiden saatavuutta vuoden ympäri myös paikallisten näkökulmasta. Luonnollisesti kohdepaikkakunnan palveluvarustuksen ja -tarjonnan on oltava sellainen, että se tyydyttää vapaa-ajanasukkaiden tarpeet ja kysynnän. *Aluekehityksen näkökulmasta matkailullinen vapaa-ajanasuminen ylläpitää kohdealueen elinvoimaa.*

Matkailullinen vapaa-ajanasuminen tarjoaa mahdollisuuksia myös uudelle yritystoiminnalle paikallistasolla. Valtakunnallisen mökkibarometrin (Finnish Consulting Group Oy 2016) mukaan vapaa-ajanasukkailla on kiinnostusta ostaa erityisesti seuraavia kiinteistöhoito- ja -huoltopalveluita: korjaus- ja remonttitoita, lumen aurausta sekä puidenkaatoa/polttopuiden tekemistä. Edelliset toistuvat myös tutkimusalueilla, sillä tulevaisuudessa vapaa-ajanasukkaat ovat kiinnostuneita ostamaan lähinnä lumen aurauspalveluita, korjaus- ja rakennustyöpalveluita sekä puidenkaato-, polttopuiden tekemis- ja puuhuoltopalveluita. Matkailukeskuspaikkakunnilla – Kalajoella, Kuusamossa ja Pudasjärvellä – esille nousevat myös harrastusvälineiden vuokraaminen (Järvi- luoma 2020a, 2020b). *Aluekehityksen näkökulmasta matkailullinen vapaa-ajanasuminen lisää kohdealueen elinvoimaa.*

Taloudellisten vaikutusten lisäksi matkailullisella vapaa-ajanasumisella on sosiaalisia vaikutuksia kohdealueelle. Vapaa-ajanasukkaat ovat sijoittaneet taloudellista pääomaa, vapaa-ajanasunnon, kohdepaikkakunnalle, mikä ilmentää heidän paikkakiintymystään vapaa-ajanasunnon sijaintikuntaan. Kun vapaa-ajanasukkaat katsovat kohdealuetta osin ulkopuolelta, heillä voi olla siten uusia ajatuksia, innovaatioita ja verkostoja vapaa-ajanasumisen, matkailun ja aluekehityksen edistämiseen. Vapaa-ajanasukkaat ovat investoineet pääomia kohdealueelle ja haluavat pitää sijoituksensa, vapaa-ajanasunnostaan, ja vapaa-ajan asuinympäristöstään hyvää huolta tulevaisuutta silmällä pitäen. Heidän paikkakiintymykseensä ja sijoitukseensa viitaten vapaa-ajanasukkaat, osa-

aikakuntalaiset, ovat kehittämisehdotusten ja -ideoiden suhteen hyvinkin vastuullisia. Taloudellisia vaikutuksia lukuun ottamatta vapaa-ajanasukkaat ovat vielä pitkälti käyttämätön voimavara matkailun ja vapaa-ajanasumisen edistämässä sekä laajemminkin aluekehitystyössä ja kuntien elinvoiman lisäämisessä – he tuovat taloudellisen pääoman ohella sosiaalista pääomaa paikallis-yhteisön käyttöön.

On painotettava, että vapaa-ajanasukkaat, kausiasukkaat, ovat rekisteröidyn ”virallisen” vakituisen väestömäärän ulkopuolella (Müller & Hall 2003; Adamiak ym. 2017; Back & Marjavaara 2017), ja tämä ”näkymätön väestö” voi olla huomattava absoluuttisesti ja suhteellisesti. Esimerkiksi vuonna 2018 Kuusamossa pelkästään ulkopaikkakuntaisten vapaa-ajanasuntojen omistajien ja heidän asuntokuntansa lukumääräksi arvioitiin lähes 14 000 henkilöä ja Pudasjärvellä hieman yli 7 000 henkilöä. Kyseisenä vuonna Vaalassa edellä mainittu ryhmä oli suuruudeltaan noin 4 100 henkilöä eli miltei 1,5-kertainen verrattuna kunnassa vakituisesti asuvaan väestöön (Kauppila 2020b).

Vapaa-ajanasuminen on alueellisesti heterogeeninen ilmiö (Müller ym. 2004; Back & Marjavaara 2017; Kauppila 2019c). Pinta-alaltaan laajoissa, perifeerisissä kunnissa, joissa on matkailukeskus, matkailullisessa vapaa-ajanasumisessa saattaa ilmetä heterogeenisyyttä myös paikallistasolla. Alueilla esiintyy samanaikaisesti emotionaalisiin tekijöihin, attraktiivisuuteen sekä vapaa-ajanasunnon omistajien vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon lyhyeen etäisyyteen, viikonloppuvyöhykesijaintiin, perustuvia ominaispiirteitä (Kauppila 2020a, 2020b). Tätä voidaan tulkita siten, että matkailullisella vapaa-ajanasumisella on yhteyksiä niin muuttoliikkeeseen, matkailuun kuin sijaintiin suhteessa väestökeskittymään/väestökeskittymiin.

Matkailukytkentä näyttäytyy erityisesti matkailullisesti vetovoimaisilla alueilla, kuten Kuusamossa (Kauppila 2020b). Onko kyseessä vapaa-ajanasumisen näkökulmasta jatkumo, jossa kohteessa vierailaan aluksi matkailijana ja myöhemmin alueelta hankitaan vapaa-ajanasunto? Tähän antaa viitteitä Italian Etelä-Tirolin tutkimus (Brida ym. 2011). Sen mukaan peräti 95 prosentille vapaa-ajanasunnon omistajista vetovoimainen matkailualue oli tuttu jo ennen asunnon hankkimista, sillä he olivat vierailleet kohteessa aikaisemmin lomalla matkailijoina. Näin ollen kohdealueen matkailun vetovoimaisuudella ja sen edistämällä on merkitystä myös vapaa-ajanasumisen elinvoimaisuudelle, mikä tukee matkailullisen vapaa-ajanasumisen huomioimista matkailustrategioissa. Kaikkiaan matkailullinen vapaa-ajanasuminen on monipuolinen ilmiö paikallistasollakin, mikä on pidettävä mielessä suunnitteluasiakirjoissa, matkailustrategioissa, ja niitä toteuttavissa kehittämistoimenpiteissä, hankkeissa.

LÄHTEET

Adamiak, C., Pitkänen, K. & O. Lehtonen (2017). Seasonal residence and counterurbanization: the role of second homes in population redistribution in Finland. *GeoJournal* 82: 5, 1035–1050.

Adamiak, C., Vepsäläinen, M., Strandell, A., Hiltunen, M., Pitkänen, K., Hall, C. M., Rinne, J., Hannonen, O., Paloniemi, R. & U. Åkerlund (2015). Vapaa-ajan asuminen Suomessa. Asukas- ja kuntakyselyn tuloksia vapaa-ajan asumisen nykytilasta ja kehittämistarpeista. *Suomen ympäristökeskuksen raportteja* 22/2015. 96 s. Saatavilla osoitteesta: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/155089/SYKEra_22_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Viitattu 10.3.2020).

Back, A. & R. Marjavaara (2017). Mapping an invisible population: the uneven geography of second-home tourism. *Tourism Geographies* 19: 4, 595–611.

Brida, J. G., Osti, L. & E. Santifaller (2011). Second Homes and the Need for Planning Policy. *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism* 6: 1, 141–163.

BusinessFinland (2020). Tilastotietokanta Rudolf. Saatavilla osoitteesta: <http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland> (Viitattu 3.3.2020).

BusinessOulu, Oulun Matkailu Oy & Oulun ammattikorkeakoulu (2018). *Oulun seudun matkailustrategia. Oulun toimenpideohjelma 2018–2023*. 19 s. Business Oulu -liikelaitos, Elinkeino- ja työllisyyspalvelut, Oulu. Saatavilla osoitteesta: https://www.businessoulu.com/media/2015/matkailustrategia_2018_2023.pdf (Viitattu 5.3.2020).

CreaMentors Oy (2014). Kalajoen matkailun kasvuohjelma 2015–2025. Saatavilla osoitteesta: <https://docplayer.fi/2040372-Kalajoen-matkailun-kasvuohjelma-2015-2025-creamentors-oy-2014.html> (Viitattu 5.3.2020).

Finnish Consulting Group Oy (2016). *Mökkibarometri 2016*. Saaristoasiain neuvottelukunta, Maa- ja metsätalousministeriö. 46 s. Saatavilla osoitteesta: <https://mmm.fi/documents/1410837/1880296/Mokkibarometri+2016/7b69ab48-5859-4b55-8dc2-5514cdfa6000> (Viitattu 3.3.2020).

Getz, D. (1987). Tourism planning and research: traditions, models and futures. *Strategic planning for tourism: an Australian travel research workshop*, November 5–6, 1987, Lord Forrest Hotel, Bunbury, Western Australia: conference papers and workshop notes, 2–43.

Hall, C. M. (2000). *Tourism Planning. Policies, Processes and Relationships*. 236 s. Prentice Hall, Harlow.

Hall, C. M. (2005a). Time, space, tourism and social physics. *Tourism Recreation Research* 30: 1, 93–98.

Hall, C. M. (2005b). Space-time accessibility and the TALC: the role of geographies and spatial interaction and mobility in contributing to an improved understanding of tourism. Teoksessa Butler, R. W. (toim.): *Tourism area life cycle, volume 2: conceptual and theoretical issues*, 83–100. Channel View Publications, Clevedon.

Hall, C. M. (2005c). *Tourism: rethinking the social science of mobility*. 448 s. Prentice-Hall, Harlow.

Hall, C. M. (2005d). Reconsidering the geography of tourism and contemporary mobility. *Geographical Research* 43: 2, 125–139.

Hall, C. M. & S. J. Page (2006). *The Geography of Tourism & Recreation. Environment, place and space*. 3. painos. 427 s. Routledge, London and New York.

Järviluoma, J. (2020a). Matkailullinen vapaa-ajan asuminen: Hyrynsalmi, Kuhmo, Sotkamo ja Suomussalmi. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 99. 62 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/323924> (Viitattu 2.3.2020).

Järviluoma, J. (2020b). Matkailullinen vapaa-ajan asuminen: Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi, Taivalkoski ja Vaala. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 100. 71 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/323998> (Viitattu 2.3.2020).

Järviluoma, J., Kauppila, P. & M. Keränen (2019). Valto-hankkeella vapaa-ajanasumisesta liiketoimintaa. Teoksessa Takala, K. & J. Järviluoma (toim.): *Katsaus Business-osaamisalueen TKI-toimintaan 2019*, 56–67. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 98. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/267376> (Viitattu 2.3.2020).

Kainuun liitto (2017). Kainuu-ohjelma. Maakuntasuunnitelma 2035. Maakuntaohjelma 2018–2021. *Kainuun liitto A*: 10. 66 s. Saatavilla osoitteesta: https://issuu.com/viestintakainuu/docs/kainuu_ohjelma_netti (Viitattu 2.3.2020).

Kainuun liitto (2018). Kainuun matkailustrategia 2018–2021. *Kainuun liitto Sarja B*: selvitykset ja tutkimukset B: 13. 22 s. Saatavilla osoitteesta: https://issuu.com/viestintakainuu/docs/matkailustrategia_netijulkaisu_kev (Viitattu 2.3.2020).

Kauppila, P. (2017). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi ja Rokua Geopark -alue. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 77. 61 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/133243> (Viitattu 3.3.2020).

Kauppila, P. (2019a). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Sotkamo. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 89. 52 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/168010> (Viitattu 2.3.2020).

Kauppila, P. (2019b). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi ja Vaala. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 90. 74 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/167987> (Viitattu 2.3.2020).

Kauppila, P. (2019c). Vapaa-ajanasunnot, tila-aika-ulottuvuus ja aluetaloudelliset vaikutukset paikallistasolla: näkökulmia vapaa-ajanasumisen kehittämiseen. Teoksessa Takala, K. & J. Järviuoma (toim.): *Katsaus Business-osaamisalueen TKI-toimintaan 2019*, 68–106. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 98. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/267376> (Viitattu 2.3.2020).

Kauppila, P. (2019d). Matkailuelinkeinon tuottavuus parani. *KoillisSanomien kolumni* 3.6.2019.

Kauppila, P. (2019e). Mökkeilyssä etäisyydellä on merkitystä. *KoillisSanomien Näkökulma-palstan artikkeli* 18.11.2019.

Kauppila, P. (2020a). Matkailullisen vapaa-ajanasumisen aluetaloudelliset vaikutukset: Hyrynsalmi, Kuhmo, Sotkamo ja Suomussalmi. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 101. 107 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/332971> (Viitattu 2.3.2020).

Kauppila, P. (2020b). Matkailullisen vapaa-ajanasumisen aluetaloudelliset vaikutukset: Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi, Taivalkoski ja Vaala. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 102. 121 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/333011> (Viitattu 2.3.2020).

Keränen, H. (2001). Hankesuunnittelun idea ja projektisyklin hallinta aluekehittämisessä. *University of Oulu, Research and Development Centre of Kajaani, REDEC Kajaani, Working Papers* 39. 173 s.

Keränen, H. (2012). Tavoitteena aluevaikutus. Aluekehityshankkeen suunnittelu- ja arviointiprosessit projektisyklin hallinnassa. *Nordia Geographical Publications* 41: 3. 328 s.

Kyyrä, S. (2020). Julkista tukea matkailun kehittämiseen. Saatavilla osoitteesta: <https://tem.fi/julkista-tukea-matkailun-kehittamiseen> (Viitattu 2.3.2020).

Laki alueiden kehittämisestä ja rakennerahastojen hallinnasta (7/2014) (2014). Saatavilla osoitteesta: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2014/20140007> (Viitattu 2.3.2020).

Mathieson, A. & G. Wall (1987). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. 2. painos. 208 s. Longman, London.

Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. 200 s. Methuen, London.

Müller, D. K. (2004). *Second Homes in Sweden: Patterns and Issues*. Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*, 244–258. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.

Müller, D. K. (2006). The attractiveness of second home areas in Sweden: a quantitative analysis. *Current Issues in Tourism* 9: 4–5, 335–350.

Müller, D. K. & C. M. Hall (2003). Second homes and regional population distribution: on administrative practices and failures in Sweden. *Espace, Populations, Societes* 2, 251–261.

Müller, D. K., Hall, C. M. & D. Keen (2004). Second Home Tourism Impact, Planning and Management. Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*, 15–32. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.

Nieminen, M. (2010). Kesämökkibarometri 2009. *Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, Alueiden kehittäminen* 12/2010. 45 s. Saatavilla osoitteesta: https://mmm.fi/documents/1410837/1948019/Kesamokkibarometri_2009_Julkaisu.pdf/67bab4e2-ce95-48bc-a2e4-206053f91123 (Viitattu 3.3.2020).

Pohjois-Pohjanmaan liitto (2015). Pohjois-Pohjanmaan matkailuelinkeinon kehittämisstrategia 2020 – Yhteistyöllä matkailuelinkeinosta kasvua ja kansainvälisyyttä! *Pohjois-Pohjanmaan liitto A*: 57. 26 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.pohjois-pohjanmaa.fi/aluesuunnittelu/matkailu/ajankohtaista> (2.3.2020).

Pohjois-Pohjanmaan liitto (2018). Pohjois-Pohjanmaan maakuntaohjelma 2018–2021. *Pohjois-Pohjanmaan liitto A*: 59. 27 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.e-julkaisu.fi/pohjois-pohjanmaan-liitto/maakuntaohjelma-2018-2021/> (Viitattu 2.3.2020).

Ruka-Kuusamo Matkailu ry. (2019). Ruka-Kuusamo matkailun strategiakartta 2025. Julkaisematon infograafi.

Sotkamon kunta (2018). Vuokatin strategia 2018–2023. Julkaisematon infograafi.

Sweco (2019). Matkailun kehittämissuunnitelma Oulujokilaakson kuntien alueelle. Rokua UNESCO Global Geopark. Muhoksen, Utajärven ja Vaalan valtuutettujen yhteinen seminaari 14.3.2019. Julkaisematon kehittämissuunnitelma.

Taivalkosken kunta & Koillis-Suomen Aikuiskoulutus Oy (2005). Taivalkosken matkailustrategia 2010. 57 s. Julkaisematon strategia.

Tilastokeskus (2019a). Rakennukset ja kesämökit 2018. Saatavilla osoitteesta: http://www.stat.fi/til/rakke/2018/rakke_2018_2019-05-21_fi.pdf (Viitattu 3.3.2020).

Tilastokeskus (2019b). Kesämökkitilastot kunnittain. Erillistilaus Tilastokeskukselta, marraskuu 2019.

Tilastokeskus (2020a). Rakennukset ja kesämökit. Saatavilla osoitteesta: http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_asu_rakke/?tablelist=true (Viitattu 3.3.2020).

Tilastokeskus (2020b). Käsitteet: Matkailu. Saatavilla osoitteesta: <https://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html> (Viitattu 5.3.2020).

Tilastokeskus (2020c). Käsitteet: Tavanomainen elinpiiri. Saatavilla osoitteesta: <https://www.stat.fi/meta/kas/tavomelinpiiri.html> (Viitattu 5.3.2020).

Timonen, T. & S. Turtiainen (2017). Pudasjärven kaupungin matkailun puitesopimus 2018–2023 tuo odotetun kasvuharppauksen. Tiedote 19.10.2017. Saatavilla osoitteesta: <https://www.pudasjarvenkehitys.fi/wp-content/uploads/2018/12/tiedote-matkailun-puitesopimus-pdf.pdf> (Viitattu 4.3.2020).

Tuomi, J. & A. Sarajärvi (2004). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 1.–3. painos. 158 s. Tammi, Helsinki.

Työ- ja elinkeinoministeriö (2019). Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023. *Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, Alueet, yritykset* 2019: 60. 72 s. Saatavilla osoitteesta: <https://tem.fi/documents/1410877/2735818/Suomen+matkailustrategia+2019-2028/8954acc-f137-58b9-bd67-e07e01e8d10c/Suomen+matkailustrategia+2019-2028.pdf> (Viitattu 2.3.2020).

Vuoristo, K.-V. (1998). *Matkailun muodot*. 251 s. WSOY, Porvoo.

Williams, A. M. & C. M. Hall (2000). Tourism and migration: new relationship between production and consumption. *Tourism Geographies* 2: 1, 5–27.

Williams, S. (1998). *Tourism Geography*. 212 s. Routledge, London.