



**Kainuun liitto**

# **Kainuun matkailustrategia 2018–2021**

**Ehdotus 11.12.2017**



# **Kainuun matkailustrategia**

**2018–2021**

**Kainuun liitto 2017**

Kainuun liitto  
Kauppakatu 1  
87100 Kajaani  
Puh. 08 615 541  
Faksi 08 6155 4260  
[kainuunliitto@kainuu.fi](mailto:kainuunliitto@kainuu.fi)

Kannen kuva: Suomussalmen kunta / Hannu Huttu  
Kuvat: Suomussalmen kunta / Hannu Huttu; Kainuun liitto  
Kajaani 2017



# Sisällysluettelo

Johdanto.....	1
Matkailustrategian laadinta.....	2
Kainuu matkailualueena .....	2
Strategian päämäärä: Kasvu kotimaan ja ulkomaan markkinoilla.....	6
Strategia vuosille 2018–2021 .....	7
Markkinoiden kasvattaminen ja kasvun tukeminen .....	7
Matkailutarjonnan uudistaminen ja uudet investoinnit .....	8
Saavutettavuuden parantaminen.....	9
Kehittämisen organisointi ja resursointi .....	10
Lähdeluettelo .....	12
Liitteet .....	13

# Johdanto

Matkailun kehitys on ollut viime vuosikymmeninä nopeaa ja tällä hetkellä se on yksi suurimmista ja nopeimmin kasvavista toimialoista maailmassa. Vuosittaisen matkailijamäärän odotetaan kasvavan nykyisestä reilusta miljardista matkailijasta 1,8 miljardiin vuoteen 2030 mennessä. Matkailun vaikutukset ulottuvat ympäröivään yhteiskuntaan laaja-alaisesti. (UNWTO, 2016)

Sitran (2016) määrittämien megatrendien mukaan globaaleita muutosteemoja tällä hetkellä ovat kestävyyskriisi, globaali keskinäisriippuvuus ja kasvavat jännitteet sekä teknologian muuttama maailma. Näillä on moninaisia vaikutuksia matkailuun. Suomen kasvupotentiaali on hyvä turvallisena, puhtaana ja poliittisesti vakaana matkailukohteena. Ilmastonmuutoksen vuoksi Etelä-Euroopan lämpenevä ilmasto luo edellytykset viileän ja miellyttävän ilmaston markkinointiin maailmalla erityisesti kesäsesongilla.

Kainuulla on oma matkailullinen vetovoimansa, minkä eteen on tehty kymmeniä vuosia pitkäjänteistä kehitystyötä. Tämä on huomioitu myös maailmalla. Lonely Planet valitsi syksyllä 2016 Suomen kolmanneksi mielenkiintoisimmaksi matkailumaaksi ja valintaan vaikutti muun muassa Kainuuseen vuonna 2017 perustettu Hossan kansallispuisto. Wild Taiga palkittiin EDEN – European Destinations of Excellence innovaatiopalkinnolla Maltalla. Maailman suurin matkailulehti National Geographic Travel valitsi Suomen vuoden 2017 kahdenkymmenen kiinnostavimman matkailumaan joukkoon. Lisäksi National Geographic Russia valitsi Suomen kolmanneksi parhaimmaksi ekomatkailukohteeksi.

Lähivuodet ovat merkittäviä Kainuun matkailun kehittämisen kannalta. On aika havahtua siihen potentiaaliin, joka Kainuulla on globalisoituvassa ja teknologian ”pienentämässä” maailmassa. Käsillä oleva Kainuun matkailustrategia 2018–2021 hahmottaa matkailuun haluttavan liiketoiminnan ja työllisyyden kasvun kannalta yhteisiä päämääriä sekä niihin pääsemiseksi tarvittavia toimenpiteitä. Taustaliitteessä kuvataan Kainuun matkailun tilaa ja viime vuosien kehitystä.



Kuva. Hiukan ranta Sotkamossa.

# Matkailustrategian laadinta

Kainuun matkailustrategiaa on valmisteltu Kainuun maakuntaohjelman 2018–2021, Kainuu-ohjelman rinnalla, jonka tavoitteena on tehdä hyvinvoiva ja vetovoimainen Kainuu. Matkailu on valittu yhdeksi Kainuun kehittämisen kärkiteemoista.

Matkailustrategian laadinta on aloitettu maakuntahallituksen päätöksellä 17.8.2015. Matkailustrategiaa on esitelty Kainuun Etu Oy:n järjestämässä matkailufoorumissa 14.6.2017. Kainuun matkailustrategiaa on käsitelty SOVA-ryhmän (14.8.2017) kokouksissa sekä erillisneuvottelussa Metsähallituksen (3.7.2017) kanssa. Lisäksi 30.8.2017 matkailutoimijoille on järjestetty työpaja matkailustrategian viimeistelyn merkeissä. Matkailustrategian käsillä oleva luonnos on lähetetty laajalle kommentointikierrokselle 1.11–15.11.2017 väliseksi ajaksi (ks. [www.kainuunliitto.fi](http://www.kainuunliitto.fi)). Määräaikaan mennessä saapui 26 lausuntoa.

## Kainuu matkailualueena

Matkailuelinkeinon merkitys on Kainuun taloudelle suuri, kolmanneksi suurin Suomessa Ahvenanmaan ja Lapin jälkeen. Matkailun osuus BKT:sta on Kainuussa maan keskiarvoa korkeampi (Kainuu 3,9 % ja koko maa 2,5 %) (TEM 2017). Kainuun osuus Suomessa rekisteröidyistä yöpymisistä oli vuonna 2016 jopa 4,6 prosenttiyksikköä Kainuun väestön osuuden ollessa suomalaisista vain 1,4 %.

Kainuussa vuonna 2016 matkailun kasvu alkoi uudelleen orastaa v. 2008 alkaneen pitkän talouskriisin ja siitä johtuneen heikentyneen matkailukysynnän jälkeen. Tilastokeskuksen (2017) mukaan vuonna 2016 matkailuyöpymiset kasvoivat Suomessa 3,1 %, samalla kun Kainuussa poljettiin paikoillaan (- 0,1 %). Ulkomaisten matkailijoiden osuus Kainuussa kasvoi kuitenkin jopa 14,6 % kun Suomen kasvuvauhti oli 4,7 %. Kotimaisten matkailijoiden määrä väheni samalla Kainuussa 1,4 % (tosin rekisteröityjen yöpymisten ohella Kainuussa arvioidaan olevan jopa + 30 % rekisteröitymätöntä yöpymistä). Paremman kehityksen turvaamiseksi tarvitaan tiivistä yhteistyötä yhteisessä kehittämisessä ja erityisesti yritysten investointeja sekä kehittämistoimenpiteitä.

Kainuu tunnetaan monipuolisena ja turvallisena kesä- ja talviloma-alueena aktiivisesti kehitettävien matkailukohteidensa ansiosta. Lomamatkailun ohella Kainuussa on merkittävästi myös urheiluvalmennus-, leirikoulu-, kokous-, ja hyvinvointimatkailutarjontaa. Kainuun matkailussa asiakkaita ovat erityisesti perheet. Kainuussa on useita menestyviä matkailukeskuksia, jotka kaikki tarjoavat monipuolisia palveluja matkailijoille (kuvat 1 ja 2). Matkailullinen vetovoima perustuu erityisesti luontoon ja luontoperustaisiin aktiviteettipalveluihin. Tärkeimpiä matkailuvaltteja ovat kaunis luonto, hiljaisuus, tila ja sen moninainen kestävä hyödynnettävyys matkailullisesti, monipuolisten matkailupalvelujen tarjonta eri ikäryhmille, neljä selkeästi erilaista vuodenaikaa sekä turvallisuus. Kainuussa on lisäksi valtaosaltaan moderni, korkeatasoinen majoitus- ja muu palvelutarjonta.

Kainuussa matkailu on ympärivuotista ja sesonkivaihtelut eivät ole yhtä suuria kuin muilla suosituilla matkailualueilla.

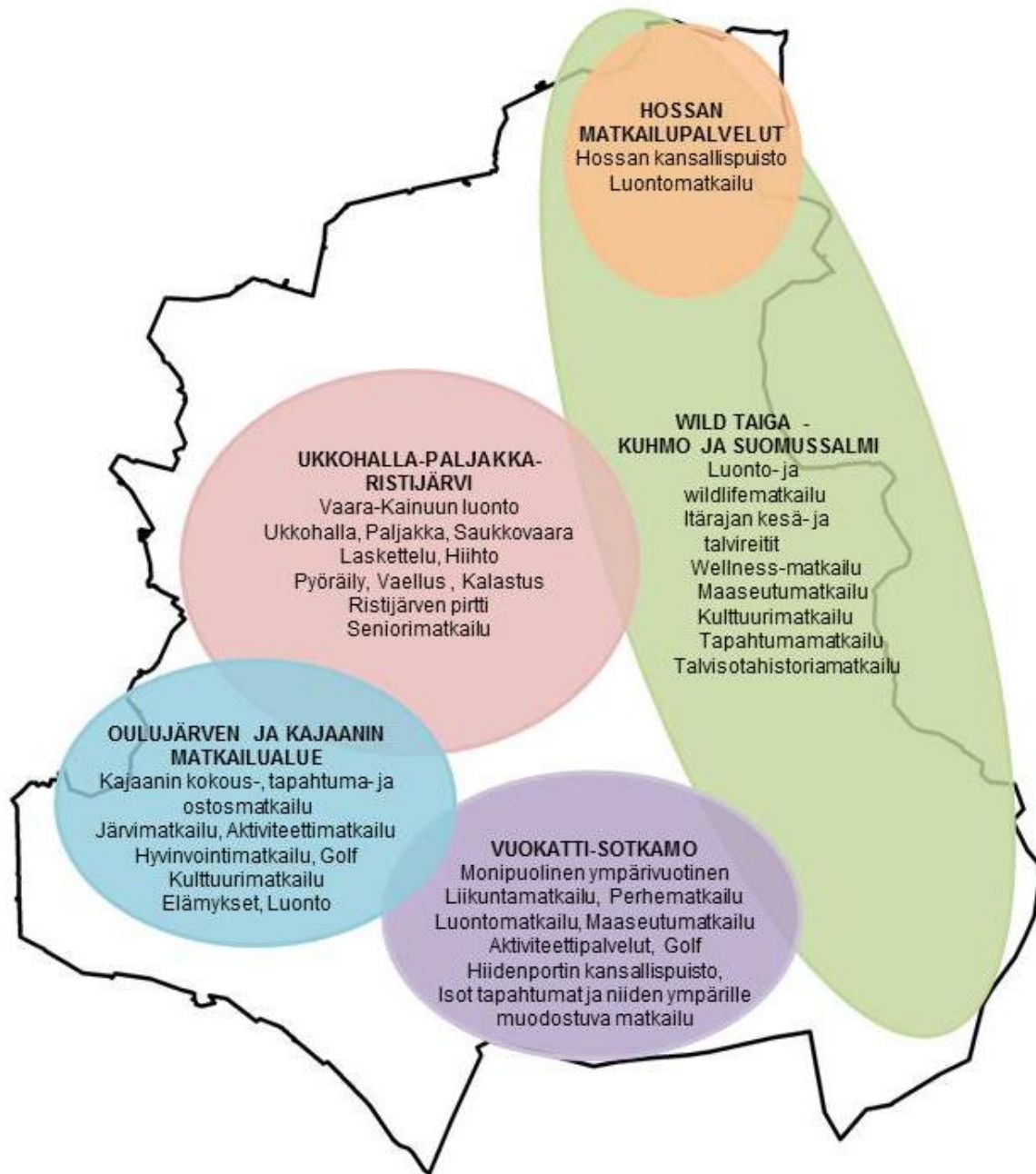
Matkailijat nauttivat luontoon liittyvistä aktiviteeteista kuten hiihtoladuista, laskettelurinteistä, husky- ja moottorikelkkasafareista, retkeilystä, kalastuksesta, metsästyksestä ja golfista. Myös erilaiset kulttuuri-, liikunta-, hyvinvointi- ja ruokapalvelut ja tapahtumat sekä historiasta ja paikallisesta elämäntavasta kertovat tarinat aidoissa ympäristöissä ovat monipuolisen lomatarjonnan perustana.

Hiihto- ja lomakeskukset Vuokatti sekä Ukkohalla-Paljakka vetävät puoleensa valtaosan, yli 80 % Kainuuseen lomalle tulijoista. Vuokatti kiinnostaa eniten perheitä, aktiivisia liikkujia ja kilpaurheilijoita. Sotkamoon tullaan myös pesäpallon takia. Ukkohalla ja Paljakka ovat profiloituneet ympärivuotisina luonto-, aktiviteetti- ja hyvinvointikohteina. Hyrynsalmella järjestettävät suopotkupallon MM-kisat vetävät alueelle matkailijoita Suomesta ja ulkomailta. Kainuun Rastiviikko -suunnistustapahtuma tuo joka vuosi tuhansia kävijöitä Kainuuseen. Hiihtokeskusten ja urheilutapahtumien lisäksi Kainuussa on myös muita vetovoimaisia sekä nousevia matkailukohteita. Suomen uusin kansallispuisto Hossa Suomussalmella on nostanut Kainuun tunnettavuutta Suomessa ja ulkomailla. Kainuun on Suomen suosituin Wildlife-matkailukohde suurpetojen tarkkailussa ja kuvaamisessa. Lintujen, revontulien ja maisemien katselu ovat myös ns. Wildlife-matkailua. Marjojen, sienten ja villiyrttien keräily sekä metsästys ovat kainuulaista lomaohjelmaa. Wild Taiga -luontopalvelut Kuhmon ja Suomussalmen alueilla, Hiidenportin kansallispuisto, Venäjän rajan ylittävä puistopari Ystävyyspuisto ja Kalevalapuisto ovat kansainvälisesti vetovoimaisia. Kansallispuistojen ja retkeilyalueiden ohella Kainuussa on runsaasti talousmetsää, jota hyödynnetään virkistyskäytössä aktiivisesti.

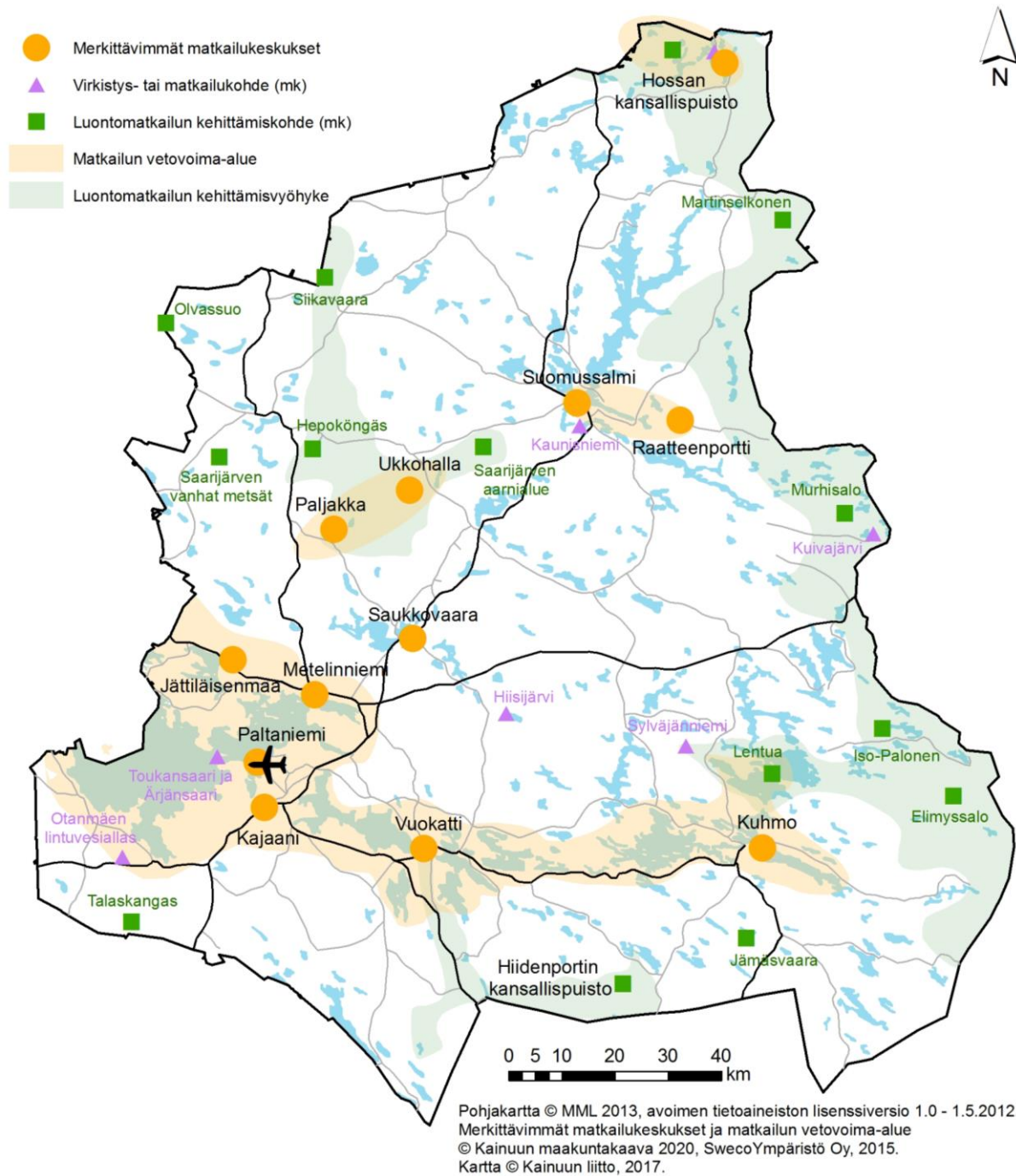
Kuhmon kamarimusiikkifestivaali on ollut maailmalla Suomen arvostetuimpia kulttuuritapahtumia jo yli 40 vuoden ajan. Suomussalmella sijaitsee kansallisesti merkittävä sotahistoriamatkailukohde Raatteen portti ja Kuhmossa talvisotamuseo. Ristijärvellä kehitetään seniorimatkailua. Kulttuuri-, vesistö- ja tapahtumamatkailulle on hyvät edellytykset Kajaanissa ja Paltamossa, myös hyvien liikenneyhteyksien ansiosta. Ärjänsaari ja rauniolinna Kajaanissa sekä Jättiläisenmaa Paltamossa ovat omaleimaisia luonto- ja kulttuurimatkailukohteita. Kajaanin runoviikko on jatkuvasti säilyttänyt suosionsa yli 40 vuotiaana sanataiteen festivaalina.

Sujuvat liikenneyhetydet ovat perusedellytys matkailun kehittymiselle. Syrjäinen sijainti ja erämainen luonto luovat oman erityislaatuisen vetovoiman ja potentiaalin Kainuun matkailulle. Kainuun matkailukeskukset muodostavat Hossaa lukuun ottamatta tiiviin ja yhtenäisen matkailualueen, jossa kohteesta toiseen on noin tunnin ajomatka. Kajaanin lentokenttä mahdollistaa kansainvälisen matkailun kasvun.





Kuva 1. Kainuun matkailualueet ja niiden eritysvahvuudet. Uudistettu Sweco Ympäristö Oy 2015 pohjalta.



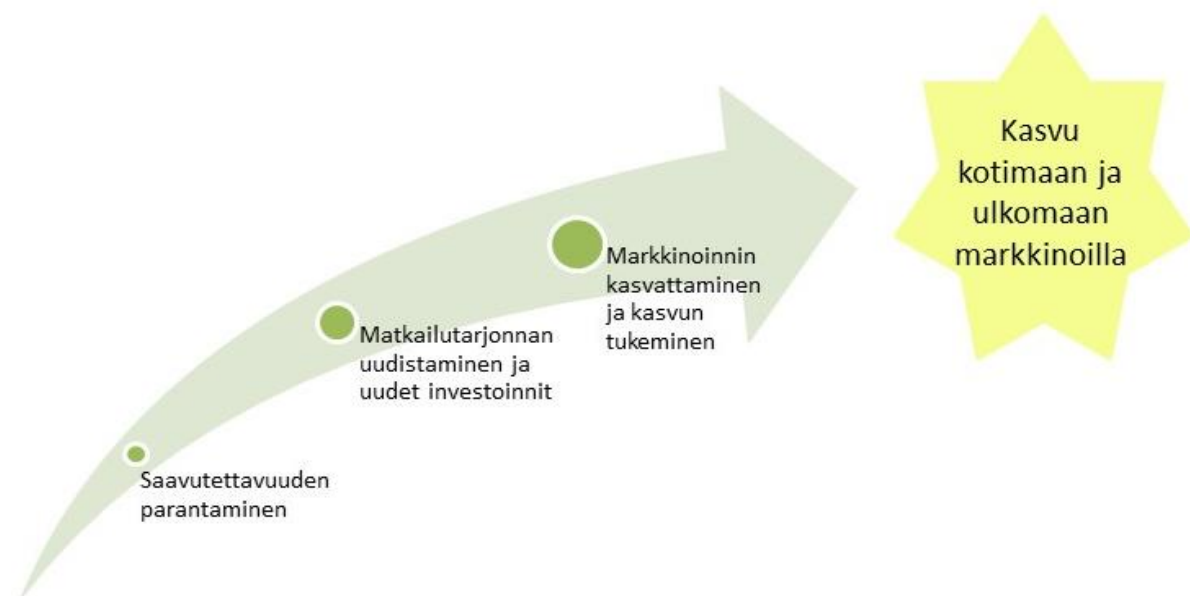
**Kuva 2.** Kainuun matkailurakenne. Peustuu pääosin Kainuun maakuntakaavaan 2020.

# Strategian päämäärä: Kasvu kotimaan ja ulkomaan markkinoilla

Kainuun matkailu kasvaa 5 % vuodessa liikevaihdolla ja yöpymisvuorokausilla mitattuna vuosina 2018–2021.

5 % vuosikasvulla matkailun liikevaihto kasvaisi nykyisestä noin 100 milj. eurosta noin 174 milj. euroon. Yöpymisvuorokausina mitattuna kasvu tekee ohjelmakaudella noin 216 000 lisäyöpymistä nykyiseen noin 1 miljoonaan yöpymiseen. Henkilöstömäärä kasvaisi 5 % kasvuvaihdilla 1 890 henkilöön vuoteen 2021 mennessä. Kainuun kasvatavoite noudattaa koko maan tavoitetta, Suomen matkailussa tavoitellaan 5 %:n vuotuista kasvua yöpymisvuorokausina mitattuna.

Kainuun matkailun päämäärä on Kainuuseen tulevien matkailijamäärien kasvu kotimaan ja kansainvälisillä markkinoilla (kuva 3). Kainuun matkailun vahvuus, kotimaisten asiakkaiden ympärivuotinen lomailu Kainuussa on pysynyt hyvänä vuosien saatossa. Perusvoimaa ja -kasvua kotimaasta tulee edelleen vahvistaa. Uutta kestäväää ja voimakasta kasvua luodaan kansainvälistymisestä.



**Kuva 3.** Kainuun matkailun strategia: tavoitteena kasvu markkinoinnin, matkailutarjonnan ja saavutettavuuden uudistamisella ja parantamisella.

Strategisilla edetään älykkäästi uudistaen sekä digitaalisuutta, kainuulaista luontoa ja kulttuuria hyödyntäen sekä markkinoita ja matkailualueiden saavutettavuutta parantamalla. Kainuun matkailua elinkeinona rakennetaan entistä vahvemmin kestäväälle, resilienssiä (eli muutosjoustavuutta ja kykyä selviytyä muutoksista) parantavalle kasvulle, jolla edelleen tasoitetaan matkailun kausiluonteisuutta.

Matkailun kasvu lisää monenlaista yritystoimintaa ja yritysten liikevaihtoa sekä luo uusia työpaikkoja. Matkailuun liittyvillä toimialoilla, majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalveluissa, muodostuu noin kolmannes alueen matkailutulosta. Matkailutulosta muodostuu noin yksi kolmannes liikenteen ja yksi kolmannes vähittäiskaupan kysynnän kasvusta.



Kuva: Hannu Huttu, Suomussalmen kunta

# Strategia vuosille 2018–2021

## Markkinoiden kasvattaminen ja kasvun tukeminen

Markkinointiyhteistyö   Digitaalisuus   Markkinoiden laajentuminen  
Positiivinen mielikuva

Vahvan kasvun tavoite edellyttää markkinalähtöistä, myyntiä edistävää kehittämistyötä. Korostetaan liiketoimintakumppanuuksia sekä **markkinointiyhteistyötä** Kainuussa ja erityisesti Visit Finlandin sekä asiakkaiden, median ja ulkomaisten matkanjärjestäjien kanssa. Kainuun matkailu muodostaa monialaisen klusterin, jossa yhteistyössä tuotetaan palvelukokonaisuuksia. Tuodaan esiin mm. Visit Arctic Europe -konseptia, joissa Kainuun alueiden näkyvyys paranee osana suurempia matkailullisia kokonaisuuksia. Matkailun markkinointia lisätään, erityisesti kansainvälisesti, myös digitaalisuuden mahdollisuuksia innovatiivisesti käyttäen. **Digitaalisuuden** avulla avataan suorat yhteydet

asiakkaisiin, tuotteiden monipuoliseen esittelyyn sekä sujuvimmat menetelmät kaupan ja liiketoiminnan asioiden hallintaan.

Toteutetaan tuloksellista ja kohdennettua sekä vaikuttavampaa viestintää tunnettavuuden parantamiseksi. Matkailuviestintä ja asiakkaiden kokemukset kirkastavat samalla maakuntakuva. Kainuun matkailutarjonnasta halutaan muodostaa **positiivinen ja tunnettu mielikuva** kotimaassa (=päämarkkina), kasvavilla markkinoilla Kiinassa ja Japanissa, Venäjällä sekä muilla valituilla ulkomaisilla markkinoilla (esim. Puolassa, Iso-Britanniassa sekä ranskan ja saksan kielisessä Keski-Euroopassa), valikoiduissa asiakasryhmissä. Kohdealueiden tunnettavuutta ja houkuttelevuutta lisätään imagomarkkinoinnilla. Kainuun maakuntakuvatutkimuksen (2017) mukaan Kainuun valtteja ovat mm. puhdas luonto, puhtaat elintarvikkeet, turvallisuus sekä rauhallisuus. Näitä teemoja tulee korostaa matkailutarjonnan kehittämisessä.

Matkailukeskusten, liikenneoperaattoreiden, eri toimialojen, vähittäiskaupan ja muiden palveluyritysten sekä kehittäjätahojen välistä **yhteistyötä ja kumppanuutta** vahvistetaan, myös hankkeissa tehtävällä yhteistyöllä. Matkailumarkkinakanavat, Visit Finland ja ulkomaalaiset matkanjärjestäjät kytketään kehittämishankkeiden työssä Kainuun matkailun **kansainvälistämiseen**. Kainuun sijainti Visit Finland –aluejaon (Lakeland) pohjoisosissa luo edellytykset sille, että alueella on mahdollisuus tarjota samantyyllisiä talviaktiiviteettaja kuin Lapissa. Monipuolisessa luontomatkailussa korostetaan kansainvälisessä markkinoinnissa kansallispuistojamme, National Park, huomioiden Kainuun kansallispuistojen erämaisyyden. Vahvistetaan luonnonsuojelualueiden muodostamien puistoparien rajat ylittävää yhteistä matkailutarjontaa. Kainuu-kuvan vahvistaminen ja maineen hallinta liitetään osaksi matkailun toimintaympäristön kehittämistä.

## Matkailutarjonnan uudistaminen ja uudet investoinnit

Uudistus uusia kohdemarkkinoita palveleviksi Työvoiman saatavuus	Osaamisen vahvistaminen Kumppanuus Investoinnit
---	--

Kotimaiset asiakkaat ovat Kainuussa suurin asiakasryhmä, jonka odotuksia ja tarpeita vastaavaa kehitystyötä tarvitaan. Kainuun matkailuun on mahdollista saada voimakasta kasvua kansainvälistymisellä. Kansainvälisen kasvun saavuttamiseksi on parannettava, **uudistettava ja luotava täysin uusia tuotteita uudenlaista kohdemarkkinaa** varten. Kasvun aikaansaaminen erityisesti kansainvälisessä matkailussa edellyttää liikuntapainotteisen matkailutarjonnan laajentamista nykyistä enemmän kulttuuria ja paikallista elämäntapaa sisältäväksi tarjonnaksi. Kainuulaisten yritysten palveluita tulee tuotteistaa erilaisia matkailijoita palveleviksi kokonaisuuksiksi. Kuntien on syytä olla edelleen aktiivisia toimijoita matkailun kehittämisessä. Matkailutarjonnan uudistaminen vaatii matkailuyritysten sekä matkailupalvelujen **osaamisen vahvistamista sekä ammattitaitoisen työvoiman saatavuuden turvaamista**. Myös yrityksiä ja yritysten kumppanuuksia tulee kehittää kasvun aikaan saamiseksi.



Aktiivinen ja jatkuva investoijien houkuttelu kotimaasta ja ulkomailta on olennaisen tärkeää matkailun palveluinfran ja majoitustarjonnan kasvun aikaansaamiseksi. **Investointien saamisessa Kainuuseen** tulee tehdä yhteistyötä mm. invest in Finlandin, alueen yrittäjien, kuntien sekä yksityisten maanomistajien kanssa. Alan investointirahoituksen, koulutuksen ja tutkimustiedon saatavuus ovat Kainuussa edunvalvonnan kohteena, myös yhdessä muiden matkailumaakuntien kanssa.

Panostetaan luontomatkailuinfran, majoituksen, ruokapalveluiden, aktiviteettien, tuotepakettien ja kauppan palveluiden kehittämiseen sekä uudenlaisten ratkaisujen löytämiseen uusia kohdemarkkinoita palveleviksi ja tavoiteltavien asiakasryhmien saamiseksi Kainuuseen. Kehitetään tapahtumamatkailua myös kansainvälisiä matkailijoita palveleviksi. Konferenssimatkailulla on hyvät kasvuedelleilytykset yhteistyössä Visit Finlandin kanssa. Uudistamisessa pidetään kiinni kainutlaatuisuudesta\*, mm. puurakentamisesta, makuelämyksistä, omien perinteiden ja kulttuurin mukaisista tapahtumista. Kainuulaisten elinkeinoelämän ja järjestötoiminnan vahvuuksia hyödynnetään sektorirajat ylittävästi esim. kulttuuri-, urheilu-, mittaus- ja peliosaamista. Suuri kokoontumistila tarvitaan tapahtumamatkailun kasvua tukemaan. Kainuussa on useita maailman ja Suomen kärkeä edustavia tuotteita ja palvelukokonaisuuksia. Uudistamisessa toimijoiden olisi hyvä haastaa itsensä yhä uusiin kärkeisijoihiin. Alustatalous luo edelleilytyksiä matkailun kehittämiseen, mm. majoitustarjonnan lisäämiseen, persoonalliseen tarinankerrontaan ja muuhun matkailutarjonnan monipuolistamiseen. Virtuaali- ja lisätyn todellisuuden avulla voidaan luoda uudenlaisia elämyksiä asiakkaille.

**Kainuu-henkeä** kasvatetaan tietoisesti kasvun voimaksi. Toimijoiden yhteistyöllä tarjotaan riittävän monipuolinen tuoteisto mm. ulkomaisten matkanjärjestäjien ryhmämatkatuotantoa varten tai Suomen matkailutarjottimelle. Kainuun Etu Oy kutsuu säännöllisesti koolle Kainuun matkailutoimijoista koostuva neuvottelevan organisaation, joka vie ajankohtaisesti Kainuun matkailua eteenpäin.

*\* Kainutlaatuisuudella tarkoitetaan kainuulaista laatua – kainuulaisia sisäisiä vahvuuksia, omanlaista ja omintakeista tyyliä, kulttuuriperintöä ja osaamista; kainutlaatuisuudelle viitataan myös tavaramerkkiin – ”Kainut”, joka tarkoittaa edelläkävijän sauvaa.*

## Saavutettavuuden parantaminen

Lentoliikenne	Mielikuvasaavutettavuus	Vt 5 matkailuliikenteen väylä
	Matkaketjut	

Kainuun **mielikuvasaavutettavuutta** kehitetään matkailuviestinnän keinoin ja yhteistyössä Kainuun maakuntakuvan kirkastamisen kanssa. Tavoitteena on lentoliikennetoimijoiden kanssa, että riittävät päivittäiset **lentoyhteydet** turvataan (yli 100 000 matkaa / v) ja charter-lentoja tavoitellaan lentoliikenteeseen. Charter-lennot lisäävät erityisesti uusien kansainvälisten matkailijoiden saapumista Kainuuseen. Kainuun tulee ylläpitää laajapohjaista ja jatkuvaa keskusteluyhteyttä matkanjärjestäjiin, operaattoreihin ja Finaviaan lentoliikenneyhteyksien edelleen kehittämiseksi koko Kainuun

matkailukentän yksilöidyt tarpeet huomioon ottaen. Kainuun liitto kokoaa säännöllisin väliajoin pidettäviin yhteistyöneuvonpitoihin mukaan riittävän edustuksen matkailutoimijoita koko Kainuun alueelta. Kainuun lentoliikenteen kehittämissuunnitelmassa (2017) on asetettu tavoitteet Kainuun lentoliikenteen kasvun aikaansaamiseksi. Yhteistyössä Finnavian ja matkailutoimijoiden kanssa luodaan Kajaanin lentokentälle matkailullinen vetovoimainen brändi.

**Parannetaan vt 5 vetovoimaa** ja näkyvyyttä matkailuliikenteen väylänä. Tieverkoston kuntoon ja hoidon tasoon kiinnitetään huomiota valtateillä 5, 6, 22, 28 sekä kantateillä 75, 76, 78, 89 ja Kainuun sisäisillä tieyhteyksillä. Raideliikennetoimijoiden kanssa yhteistyössä parannetaan junayhteyksiä, mm. yömatkustusta. Rajanylitystä Venäjän raja-asemilla pyritään sujuvoittamaan mm. viisumikäytäntöjä helpottamalla. Kiinnitetään erityisesti huomiota **matkaketjujen**, eli siirtymien liikennevälineestä toiseen, toimivuuteen matkailualueiden saavuttamiseksi. Yhteistyötä alueiden kaikkien eri liikennemuotojen välillä tarvitaan, jotta saadaan aikaiseksi toimivat matkaketjut ja liityntäliikenneyhteydet matkustajille, erityisesti lentomatkustuksessa. Parannetaan Kainuun sisäisiä ja lähiseutujen yhteyksiä palveluihin pääsemiseksi.

## Kehittämisen organisointi ja resursointi

Kainuun matkailun kehittäminen vaatii eri toimijoiden välistä luottamuksellista ja tiivistä yhteistyötä. Matkailutoimijoiden rohkeus ja aloitteellisuus sekä kehittämisorganisaatioiden ja oppilaitosten aktiivinen rooli ovat ensi arvoisen tärkeitä toimialan kehitystyössä. Matkailu on yksi Kainuu ohjelman kärkiteemoista. Kehittämisrahoitukseen kysyntä ja käyttö on ollut Kainuussa erittäin aktiivista viime vuosina. Kainuun liitto, Kainuun ELY-keskus ja muut rahoittajat ovat osallistuneet ja sitoutuneet matkailun foorumitoimintaan ja seuraavat aktiivisesti toimialan kehittymistä. Rahoittajien rooli on myös erityisen korostunut ulkomaisten investoijien houkuttelussa ja matkailuinfrastruktuuriin liittyvissä investoinneissa.

Kainuun Etu Oy toimii aktiivisesti Kainuun matkailun alueellinen vastuorganisaationa Visit Finland suuntaan. Tähän liittyen se kantaa keskeisen vastuun matkailun kehitystyön koordinoinnista Kainuussa ja Kainuusta ulospäin. Yrittäjien ideat ja tahto strategisten linjausten toteuttamiseen ovat kehitystyön lähtökohtana. Matkailun kehitystyötä vievät vahvasti eteenpäin yritysten lisäksi mm. Kainuun kunnat, Kainuun ELY-keskus, Kajaanin ammattikorkeakoulu, Kainuun ammattiopisto, Metsähallitus ja Kainuun liitto (kuva 4).



**Kuva 4.** Kainuun matkailun kehitystyöhön ja resursointiin osallistuvat tahot.

# Lähdeluettelo

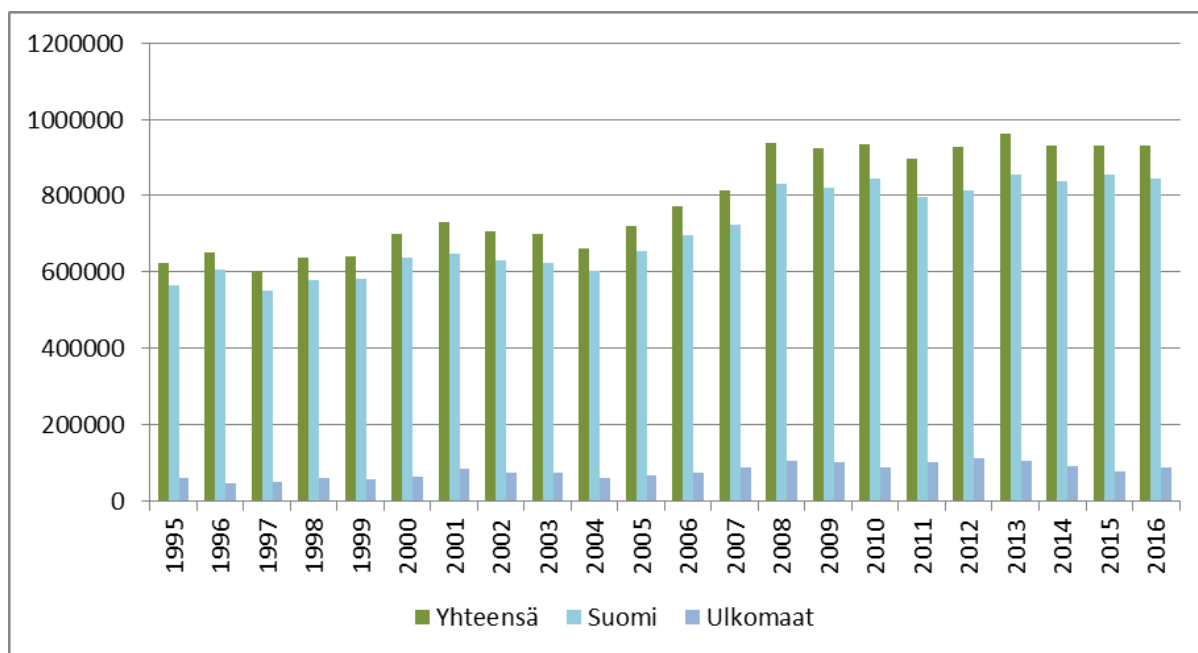
- Itä- ja Pohjois-Suomen lentoliikenteen kehittämishanke 2015–2017 (2017). *Kainuun lentoliikenteen kehittämissuunnitelma*.
- Järviluoma Jari (2017). *Kainuun kansainvälisen matkailun kehitys ja nykytila*. Kajaanin ammattikorkeakoulu.
- Kainuun liitto (2017). *Kainuun maakuntakuvaturkimus 2017*. Taloustutkimus Oy.
- Sitra (2017). *Megatrendit 2017*. <https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/#megatrendit-2017>
- Sweco Ympäristö Oy 2015. *Kainuun matkailun aluerakenne, loppuraportti 15.6.2015*.
- TEM (2017). *Alueellinen matkailutilinpito*. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 21/2017.
- Tilastokeskus (2017). *Saapuneet vieraat ja yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä*.
- UNWTO (2016). *Tourism highlights*. <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145>, Haettu 17.10.2016.

# Liitteet

## 1. Kainuun matkailun tila ja kehitys

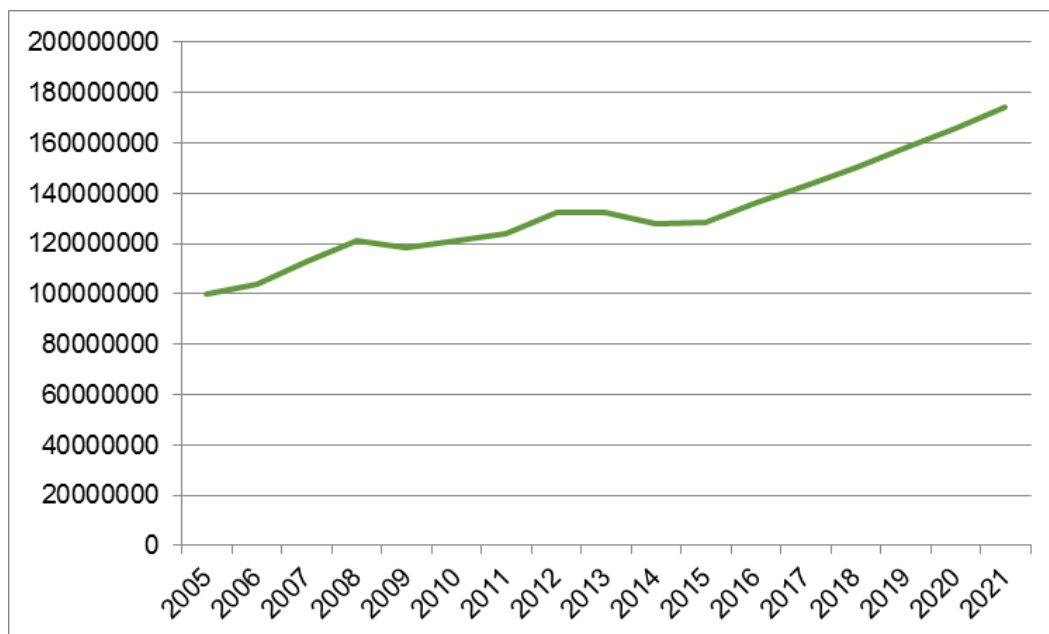
Kainuussa kansainvälisten matkailijoiden määrä kääntyi jälleen nousuun vuonna 2016 (yhteensä 87 500 yöpymistä) ja vuoden 2015 tilanteeseen verrattuna yöpymiset lisääntyivät jopa 14,6 % (kuvat 1). Venäläismatkailijoiden väheneminen pysähtyi. Matkailijoiden kokonaismäärä sekä kotimaisten matkailijoiden määrä Kainuussa ei ole kasvanut kuitenkaan samaa tahtia ulkomaisten matkailijoiden kanssa. Vuonna 2016 kotimaisten yöpymisten määrä laski lievästi (-1,4 %, yhteensä lähes 850 000) vuoden 2015 tilanteeseen verrattuna. Kaikkiaan vuonna 2016 matkailijoita yöpyi Kainuussa 931 130. (Tilastokeskus 2017, Järviluoma 2017). Kasvuluvuissa on huomioitu ainoastaan tilastoidut yöpymiset.

Kainuun matkailun kehitys euroestimaateilla mitattuna on ollut tasaista viimeisen vuosikymmenen ajan (kuva 2).



Kuva 1. Kotimaiset, ulkomaiset ja kaikki yöpymiset yhteensä Kainuussa 1995–2016.

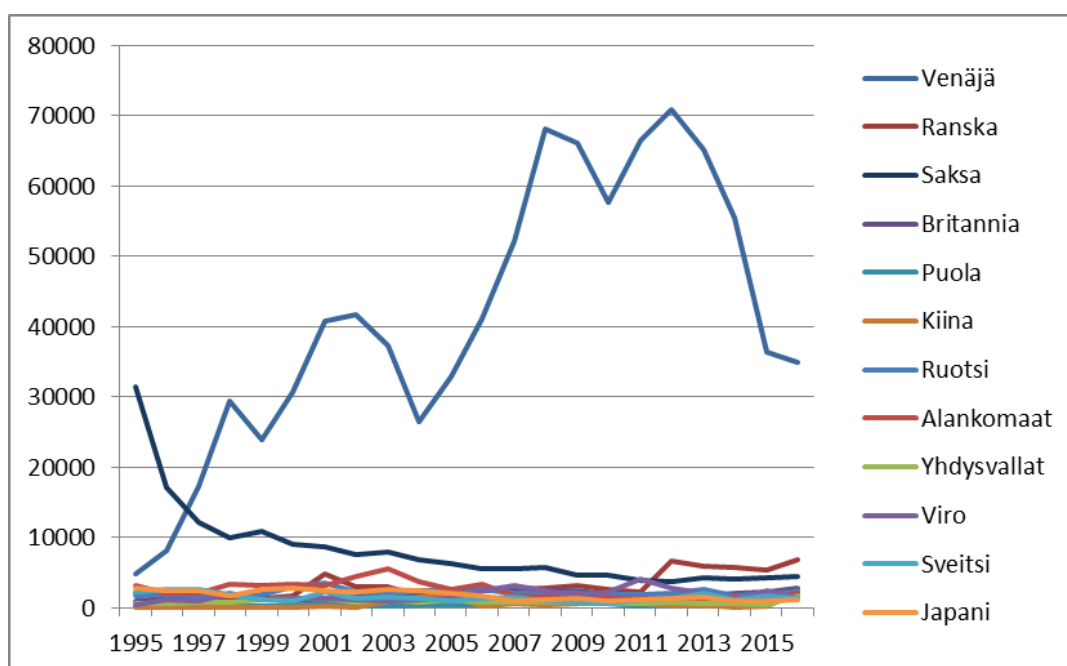




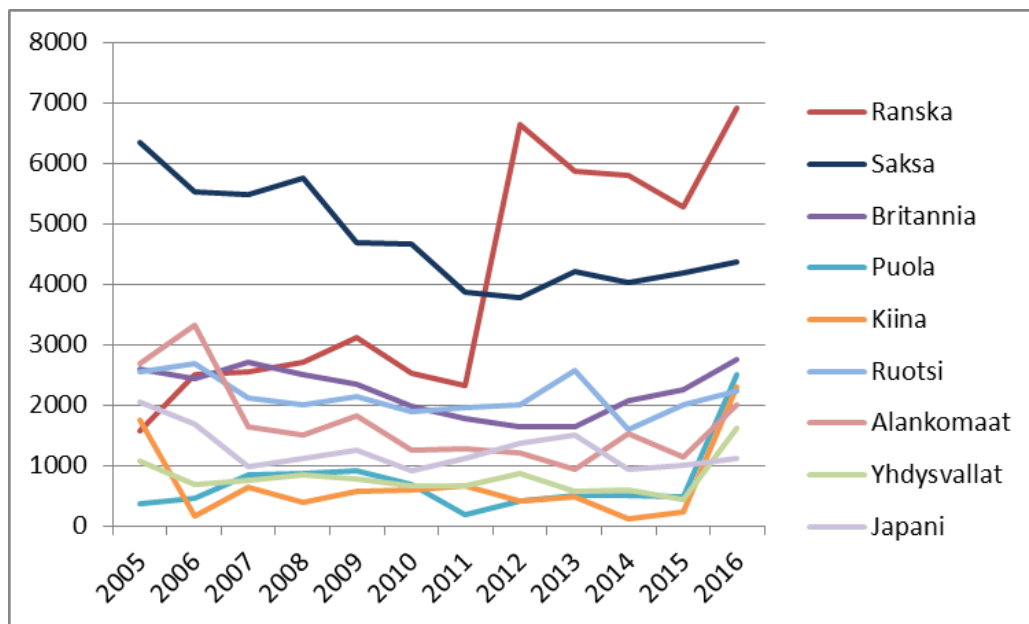
**Kuva 2.** Kainuun matkailun liikevaihdon euroestimaatit. Vuosien 2017–2021 arvot ovat tavoitteita 5 % vuosikasvulla. (Tilastokeskus 2017, asiakaskohtainen suhdannepalvelu)

Kansainvälisten matkailijoiden määrässä kasvua tapahtui eniten ukrainalaisissa matkailijoissa sekä myös aasialaisten, puolalaisten, ranskalaisten ja yhdysvaltalaisten yöpymisten määrä kasvoi (kuvat 3 ja 4). Ukrainalaisten matkailijoiden suuri kasvu selittyyne Kainuuseen saapuneilla marjanpoimijoilla.

Vuonna 2016 Kainuun alueen majoituskapasiteetti on kasvanut kolmella prosentilla. Vuoteita on yhteensä 8 249. Vuodepaikkojen käyttöaste oli 29,8 % vuonna 2016, mikä on vähemmän kuin vuotta aikaisemmin, johtuen osittain majoituskapasiteetin kasvusta. (Tilastokeskus 2017)



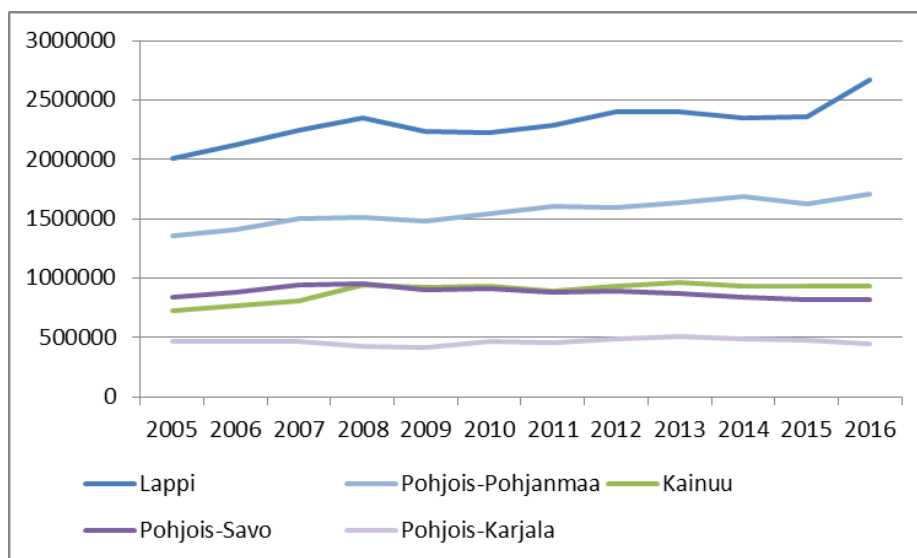
**Kuva 3.** Ulkomaiset yöpymiset Kainuussa 1995–2016. Ukrainalaisten osuutta ei näy kuviossa.



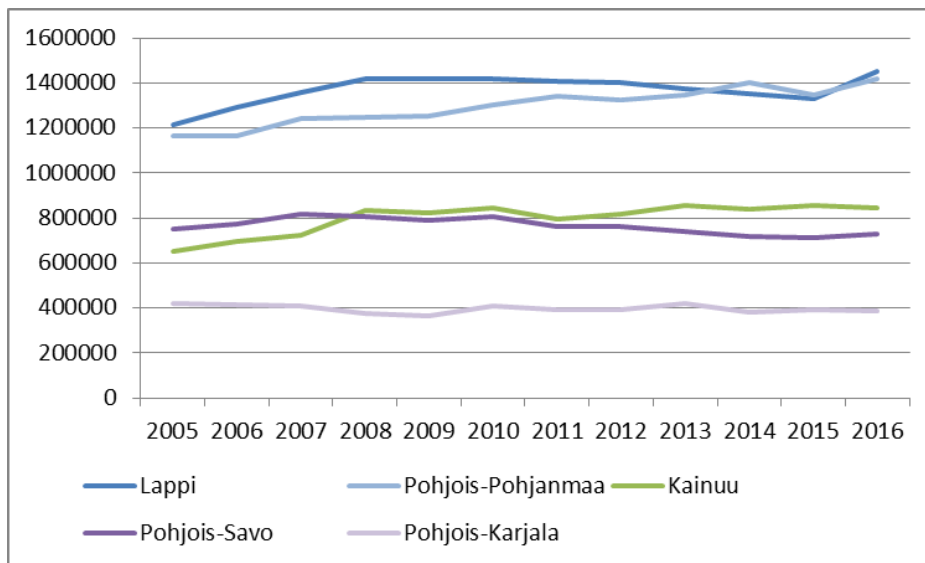
Kuva 4. Ulkomaiset yöpymiset ilman Venäjää Kainuussa 1995–2016.

#### Maakuntakohtainen vertailu naapurimaakuntien kanssa

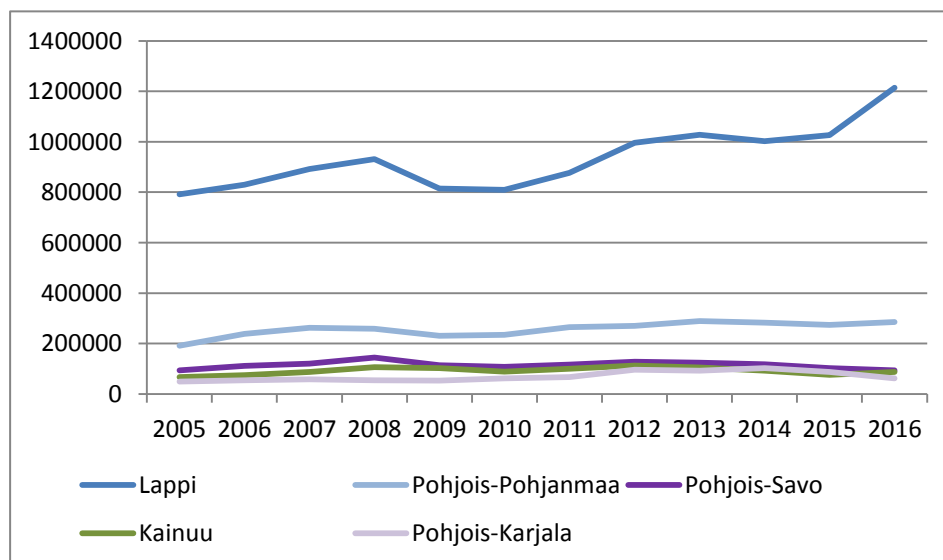
Kokoonsa ja matkailukeskusten lukumäärään nähden Kainuun matkailu on hyvin vertailukelpoinen myös suurempiin maakuntiin verrattuna (kuvat 5, 6 ja 7). Kainuun matkailu on suunnilleen samansuuruisista verrattuna Pohjois-Savoon ja Pohjois-Karjalaan. Kainuulla on vahva kotimainen matkailijapohja, mutta kansainvälisissä matkailussa on edelleen parannettavaa hyvästä kasvuvauhdista huolimatta suuriin maakuntiin Pohjois-Pohjanmaan ja Lappiin verrattuna.



Kuva 5. Kaikki matkailijoiden yöpymiset maakunnittain 2005–2016.



Kuva 6. Kotimaiset yöpymiset maakunnittain 2005–2016.



Kuva 7. Ulkomaiset yöpymiset maakunnittain 2005–2016.



**Kainuun liitto**

Kainuun liitto  
Kauppakatu 1, 87100 Kajaani  
Puh. vaihde 08 615 541, faksi 08 6155 4260  
S-posti kainuunliitto@kainuu.fi

[www.kainuu.fi](http://www.kainuu.fi)