

Kuusamo luontomatkailukohteena

FT Matti Hovi,
Metsähallitus/Luontopalvelut

LUONNON OMA VÄRISEIKKAILU!



LUONNON
VÄRISEIKKAILU S.3



OULANKA
CANOEING S.7



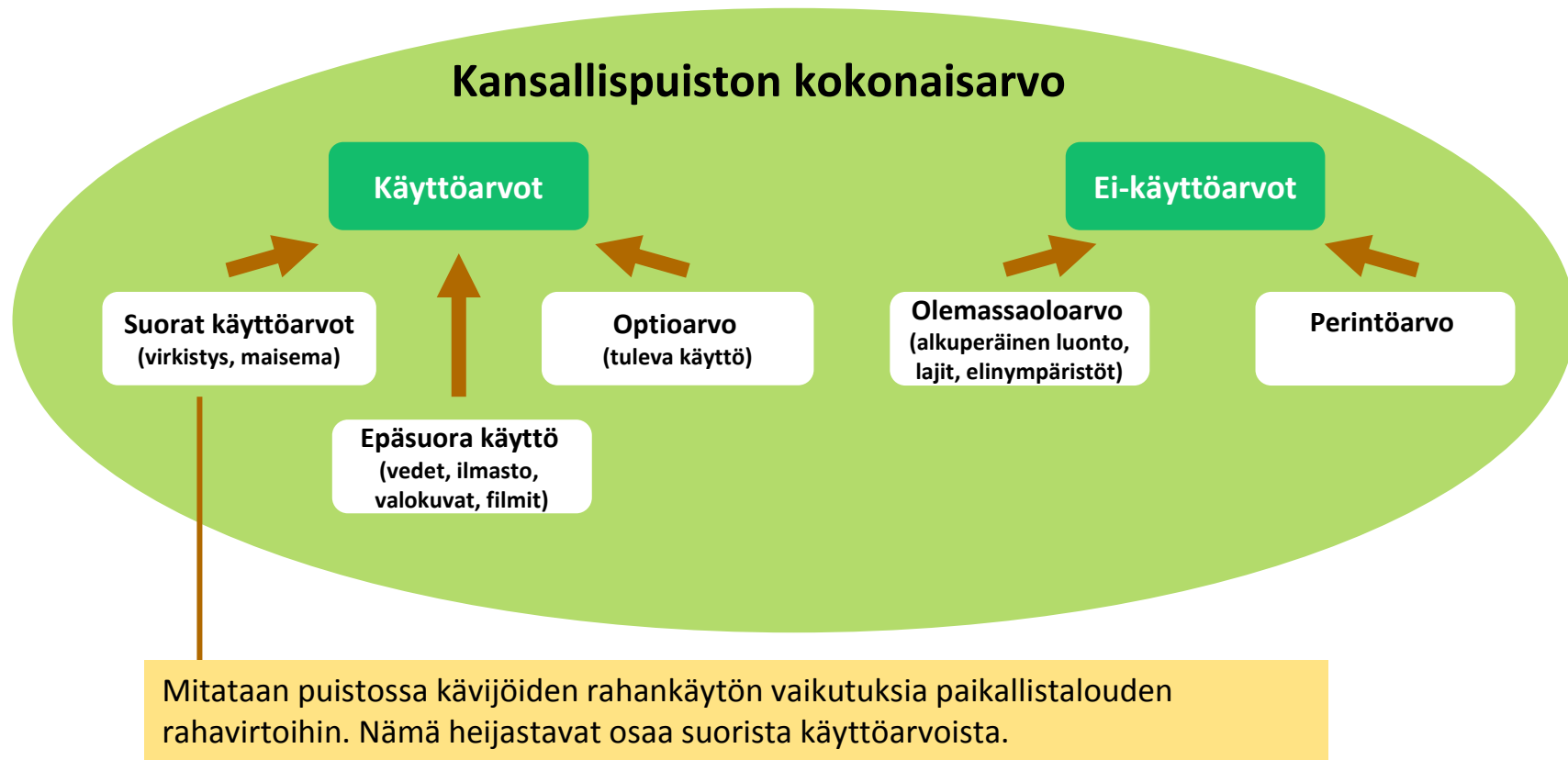
RUUKA
EXPRESS S.7



RAVINTOLAT S. 14-15
RESTAURANTS
PAGES 14-15

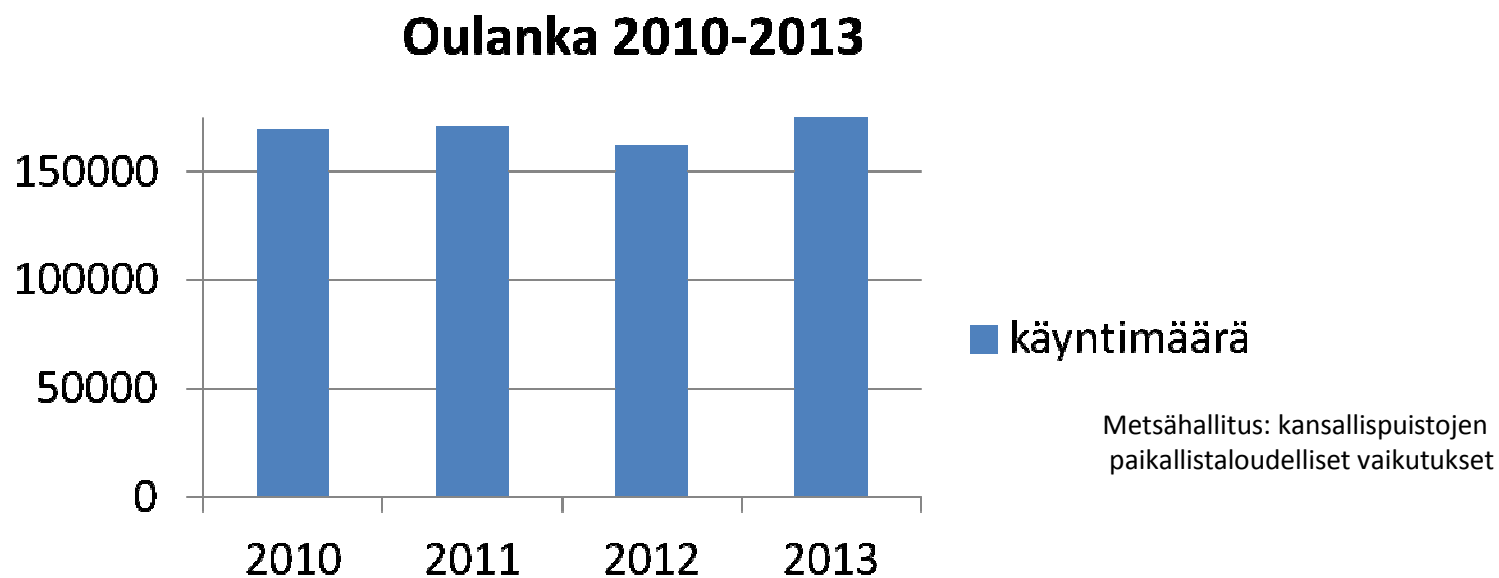


Kansallispuiston kokonaisarvon muodostuminen



Oulangan kansallispuiston vetovoima ja matkailutulot (2013)

1.	Pallas-Yllästunturi	488 000 käyntiä	34 milj euroa
2.	Urho Kekkonen	293 000	22 milj
3.	Nuuksio	267 000	2 milj
4.	Oulanka	175 000	15 milj
5.	Koli	141 000	6 milj



Miten paikallistaloudellisia vaikutuksia mitataan?



- Kerrotaan keskenään
 - Käyntimäärä
 - Kävijätutkimuksin selvitetty keskimääräinen rahankäyttö alueella
 - Paikallistaloutta kuvaavat panos-tuotostauluista johdetut kertoimet (vaihtelevat puistoluokittain, puistoluokkia on 4)
- Metsähallitus ja Metsäntutkimuslaitos kehittivät yhteistyössä suomalaisen sovelluksen amerikkalaisesta Money Generation Modelista (MGM2)
 - www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2010/mwp149-en.htm
 - www.metsa.fi/suojelualueetjapaikallistalous
- Metsähallitus edelläkävijä kävijäseurannassa myös kansainvälisesti
 - käyntimäärien vuotuinen seuranta
 - standardoidut kävijätutkimukset keskeisimmillä suojelualueilla 5 vuoden välein
 - ASTA asiakastietojärjestelmä

Kaiken perustana yhtenäiset kävijäseurantamenetelmät



Matkailutulot ja työllisyysvaikutukset

- Kokonaismatkailutulo (15 milj euroa) syntyy kaikkien Oulangalla käyneiden matkailijoiden rahankäytöstä
 - Työllisyysvaikutus 200 htv
- Kun lasketaan vain ne matkailijat, joille Oulanka on tärkein kohde paikkakunnalle tuloon, tulo oli 7 milj euroa
 - Työllisyysvaikutus 91 htv

Matkailutulojen syntyminen

Kävijöiden rahankäyttö käyntikertaa kohden menolajeittain ja paikallistaloudelliset vaikutukset vuonna 2012, Oulangan kansallispuisto

Menolaji	Keskimääräinen rahankäyttö (sis. ALV)	Tulovaikutus (€, ilman ALV)	% tulo-vaikutuksista	Työllisyysvaikutus (htv)
	n = 357			
Huoltamo-ostokset ¹	19,15	194 050	2	4
Paikallisliikenne ²	3,95	589 417	7	6
Ruoka- ja muut vähittäiskauppaostokset	23,84	1 156 875	13	24
Kahvila ja ravintola	13,66	1 730 520	19	29
Majoittuminen	28,95	4 324 795	48	71
Ohjelmapalvelut ³	3,52	525 893	6	5
Muut menot ⁴	4,00	506 009	6	8
Välittömät vaikutukset yhteensä		9 027 559	100 %	148
Välilliset vaikutukset		5 379 833		39
Kokonaisvaikutukset		14 407 392		186

¹ Polttoaine- ja muut huoltamo-ostokset

² Paikallismatkojen kuten bussi- ja taksimatkojen kustannukset

³ Ohjelma- ja virkistyspalvelut, esim. opastetut retket, pääsymaksut tilaisuuksiin ja näyttelyihin

⁴ Muut menot, esim. kalastus- metsästys- tai kelkkailuluvat, varusteiden ja välineiden vuokrat

Metsähallitus: kansallispuistojen
paikallistaloudelliset vaikutukset

Taimenkannan arvo

Oulanka-, Kitka- ja Kuusinkijoilla kalasti yli 4 000 henkilöä vuonna 2013

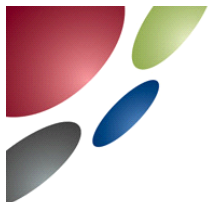
Kalastusmatkailutulo n. 2 milj euroa



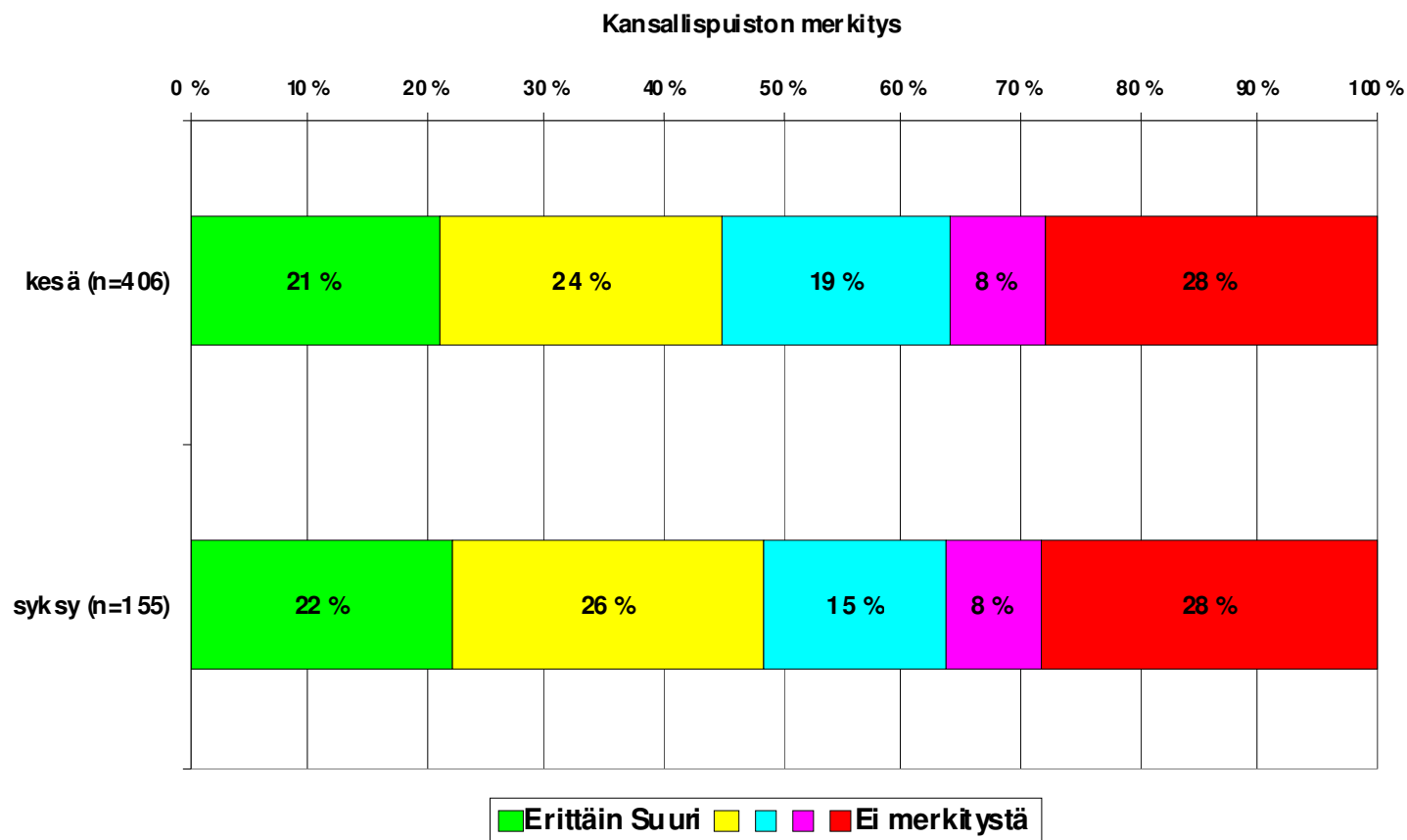
OULANGAN
VILLI TAIMEN

YHTEINEN AARTEEMME

Kansallispuiston imagovaikutus



7.1 Miten suuri merkitys kansallispuistoilla oli ostopäätöstä tehdessänne



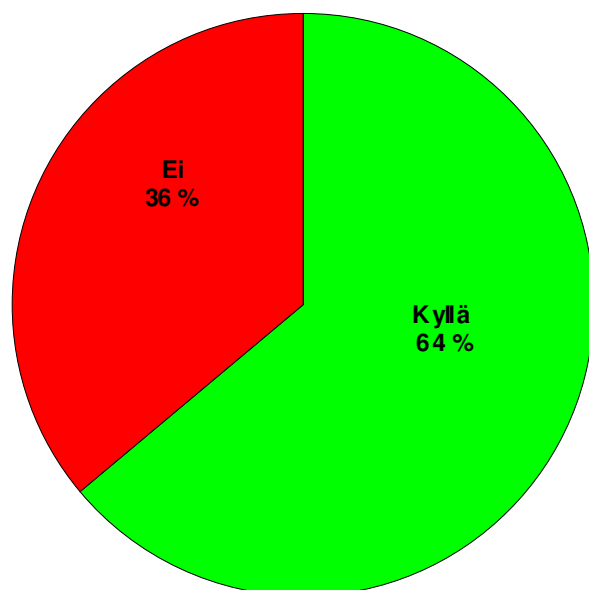


7.2 Vierailu kansallispuistossa

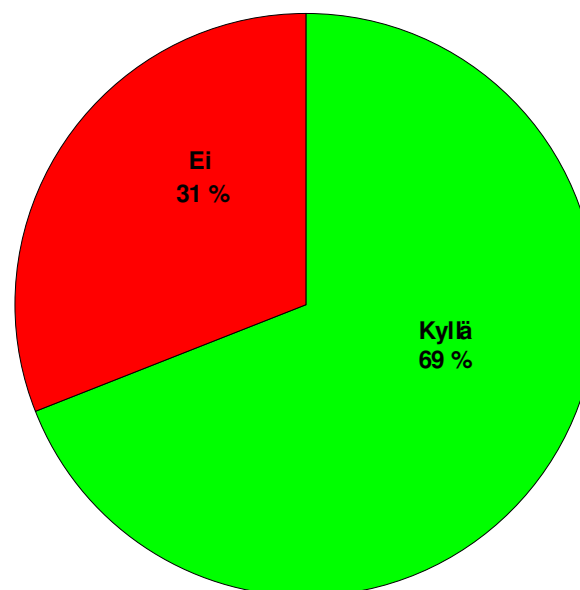


Kesällä vastaajista 64 % oli vierailut tai aikoi vierailla kansallispuistossa. Syksyllä 69 % vastanneista aikoi vierailla kansallispuistossa.

Kesä



Syksy



Haaga-Perho tutkimuspalvelut 2007



Sivu 3



Kaikki kesämatkailijat eivät vieraile Oulangan
kansallispuistossa

- Kuusamon kokonaismatkailutulo noin 90 milj
euroa
- Tilastoiduista yöpymisistä noin kolmannes
edustaa kesämatkailua (Kauppila & Kuosku
2012)

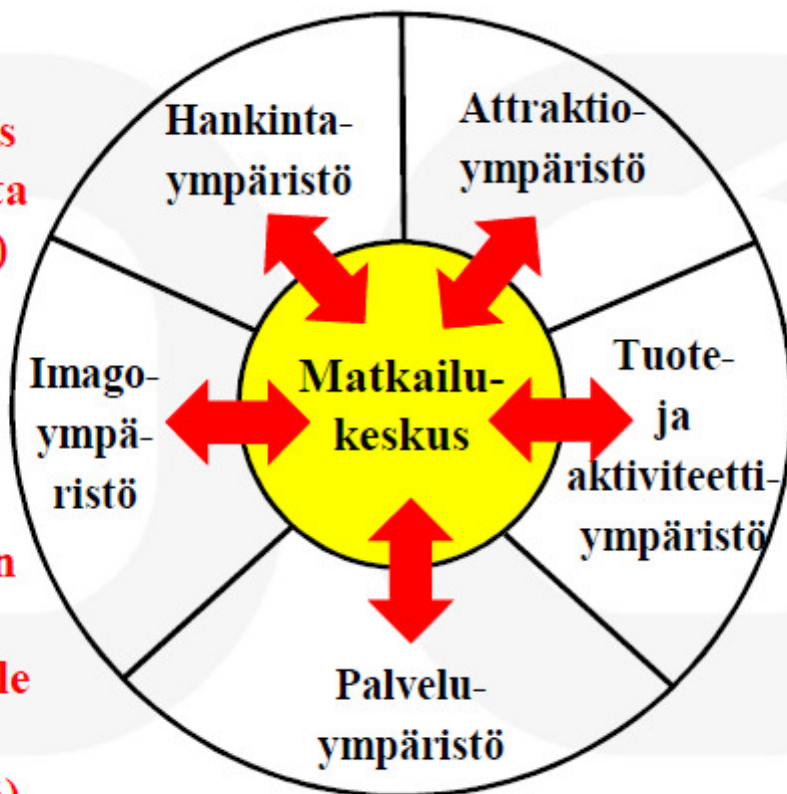
Menestyminen vaatii kokonaisuuden hallintaa: (Kauppila, julkaisematon)



Toimintaympäristön roolit matkailukeskuksen näkökulmasta

Base camp -malli:
päiväkäyntietäisyys
matkailukeskuksesta
(alle 1,5 h, 100 km)

Matkailukeskuksen
roolit
toimintaympäristölle
(pois lukien
hankintaympäristö)



Matkailukeskus
edustaa
toimintaympäristön
yrityksille
markkinoita



Mistä kasvua (luonto)matkailuun?

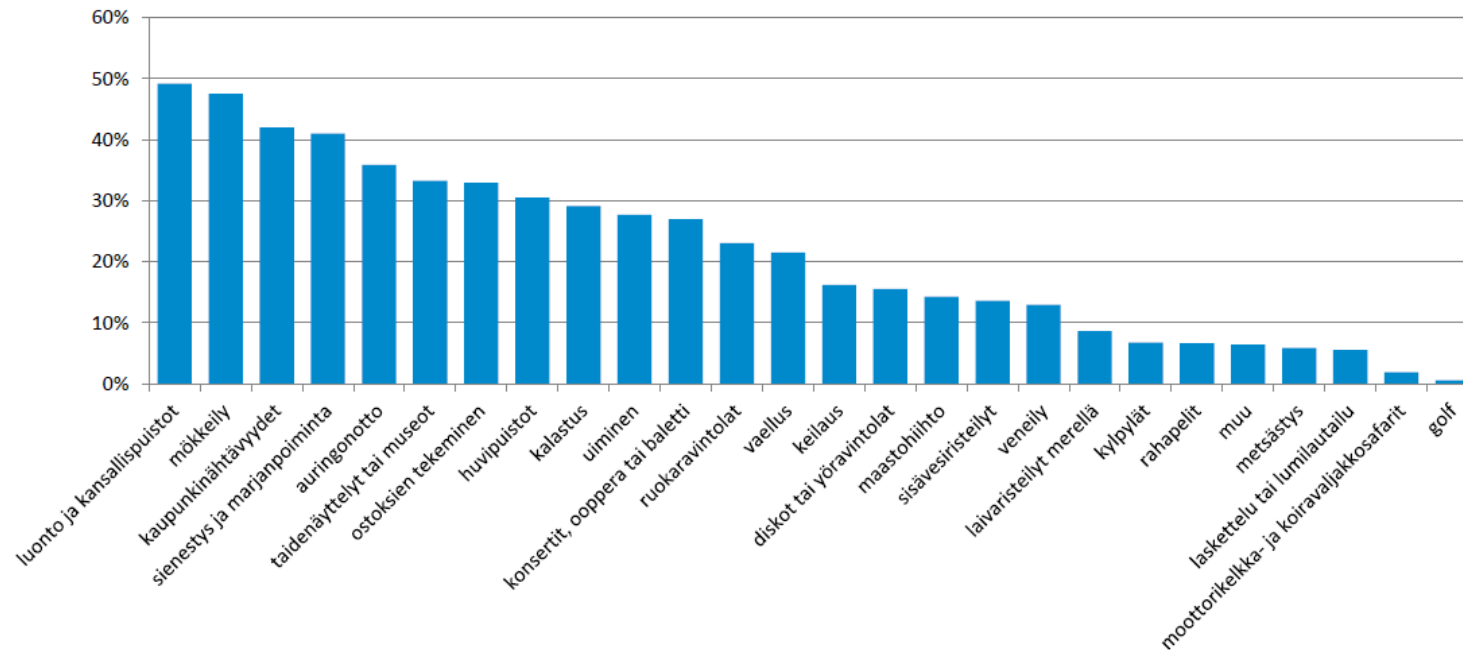
Luonto on vahva vetovoimatekijä kansainvälisessä matkailussa, esimerkkinä venäläiset:



9
Selvitys viisumivapauden vaikutuksista
Liite: Suomen vetovoimatekijät

KIINNOSTAVAT HARRASTEET

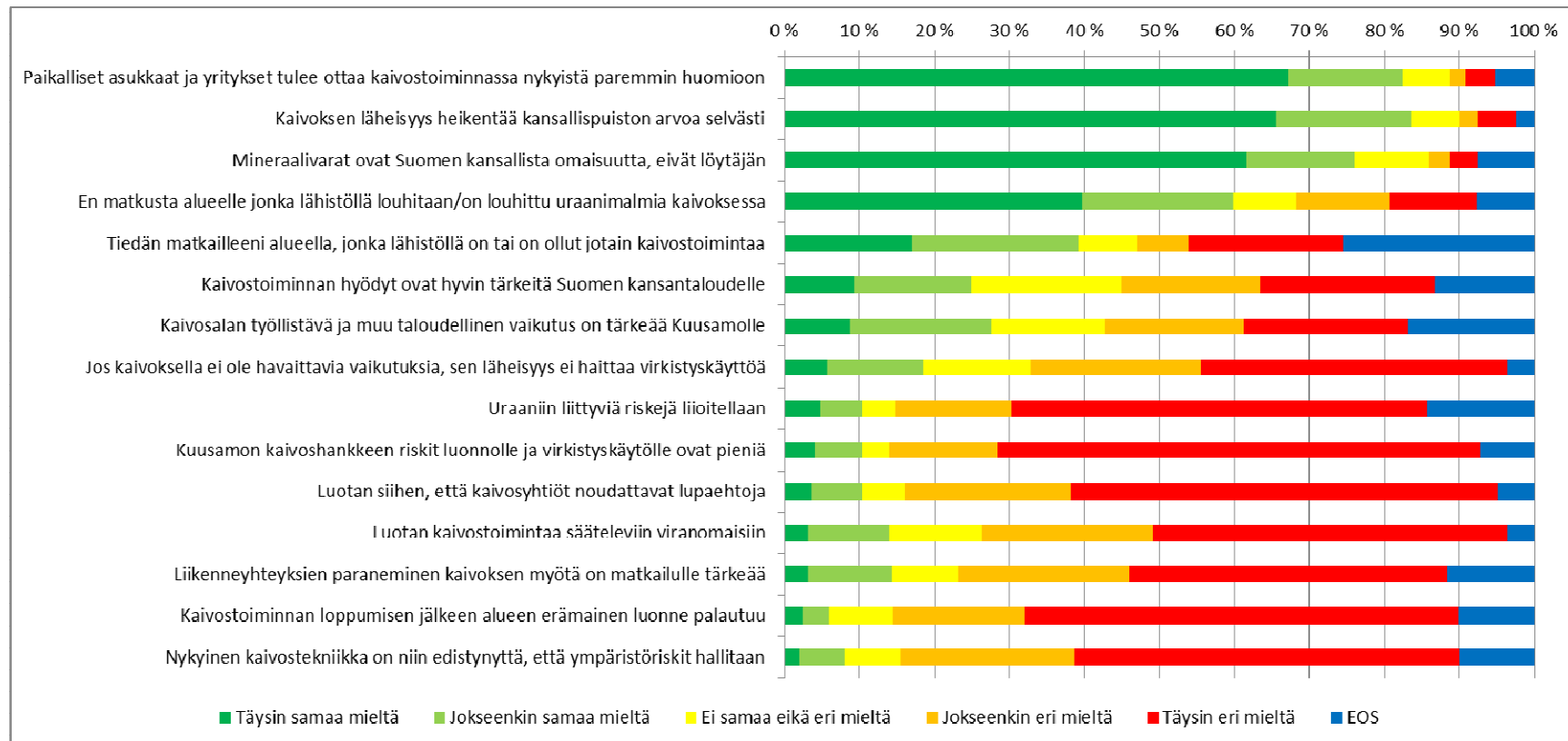
Tutkimuksen mukaan kiinnostavimmat harrasteet Suomessa ovat luonto- ja kansallispuistot, mökkeily, kaupunkinähtävyydet ja sienestys ja marjanpaiminta. Näitä harrasteita mainittiin kiinnostavimmiksi yli 40 %:ssa vastauksia.



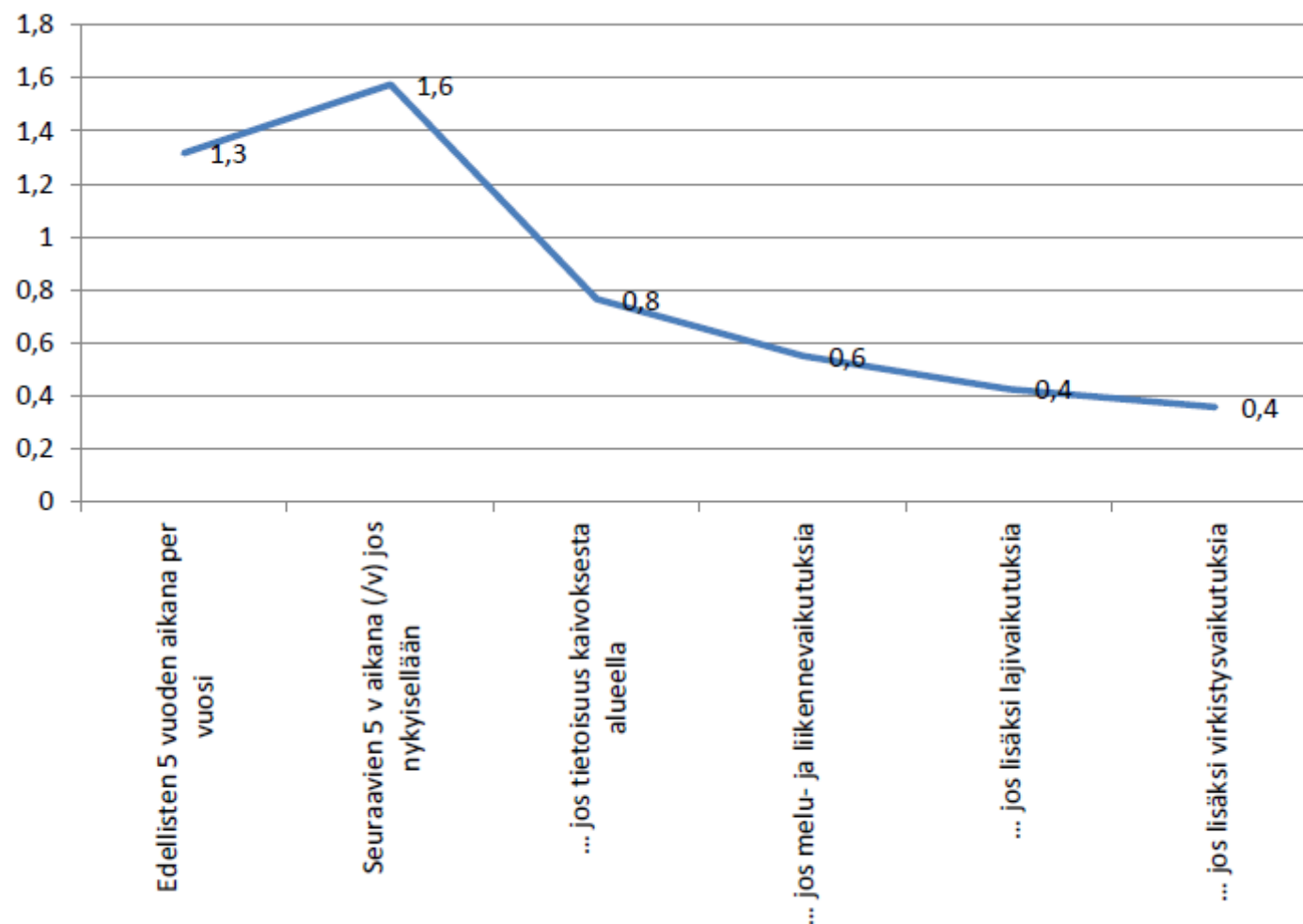
Kaivostoiminnan ja matkailun yhteiselo?

- PTT:n tekemä tutkimus 2013, jossa osatutkimuksena Kuusamon Juomasuon kultakaivos-case ja matkailijoiden suhtautuminen siihen
- Kyselytutkimus suunnattiin kesä/syyskauden kotimaisille matkailijoille (Oulanka-Ruka-Kuusamon keskusta)

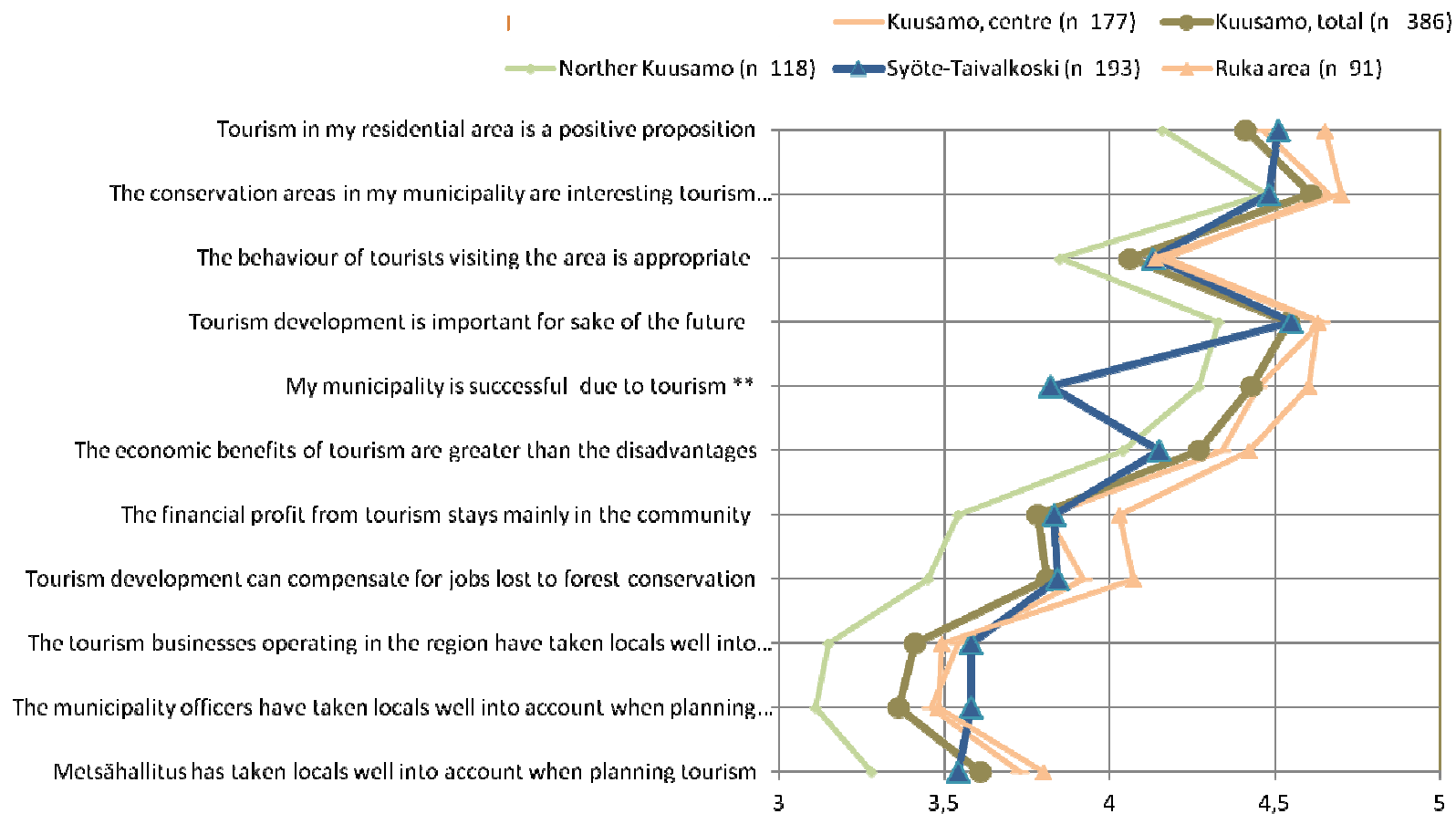
Matkailijoiden mielipiteitä: kansallispuiston imagoarvo heikkenee kaivoksen myötä



Matkustuskäyttäytyminen muuttuu, mikäli kaivostoiminta alkaa



Kuusamolaiset pitävät asuinkuntaansa ”luontomatkailupitäjänä” (Miisa Pietilä, julkaisematon)



Johtopäätökset

- Oulangan kansallispuisto on merkittävä sekä käyttö- että imagoarvoltaan Kuusamon matkailulle
- Kuusamolaiset suhtautuvat myönteisesti matkailuun ja pitävät suojelualueita sen tärkeänä voimavarana
- Kaivostoiminta Juomasuolla vähentäisi merkittävästi kesä- ja syysajan matkailijamääriä Kuusamossa

Pohdittavaa

- Onko Oulanka-Ruka-Kuusamo riittävän luotettava investointiympäristö matkailun toimialalle tulevaisuudessa?
- Jos matkailuimago heikkenee, kuinka pian se saadaan palaamaan ennalleen?