

Juuan matkailijakyselyn keskeiset tulokset 1.1.–31.5.2026

Salmi Platformin matkailijakyselyn ja matkailudatan tulokset kattavat ajanjakson **1.1.–31.5.2026**. Aineisto kuvaa matkailijoiden profiilia, matkustusmotiveja, liikkumista, rahankäyttöä, matkailun alueellisia kytköksiä sekä asiakaskokemusta. Koska tarkastelu päättyy toukokuun loppuun, tulokset kuvaavat ennen kaikkea **talvi- ja kevätkauden matkailua**, eivät koko vuoden matkailua.

Matkailijan profiili

Juuan matkailu oli alkuvuonna 2026 lähes kokonaan kotimaista. **Kotimaisten matkailijoiden osuus oli 99,0 %** ja kansainvälisten noin 1 %. Suurimpina lähtöpaikkakuntina näkyivät **Joensuu, Helsinki ja Kuopio**, minkä jälkeen tulivat muun muassa Kontiolahti, Espoo ja Lahti.

Matkailijoiden **keski-ikä oli 61,2 vuotta**. Naisia oli 56,7 % ja miehiä 41,4 %. Keskimääräinen viipymä oli **3,56 päivää**. Ikärakenne painottui selvästi varttuneisiin matkailijoihin: 65 vuotta täyttäneet muodostivat suurimman ikäryhmän.

Matkailijaprofiilissa **yöpyvien osuus oli 54,7 %**, päiväkävijöiden 29,6 % ja paikallisten 15,8 %. Yleisimmin matkustettiin puolison tai kumppanin kanssa (**42,6 %**). Yksin matkusti 22,6 %, perheen kanssa 21,7 % ja ystävien kanssa 11,3 %.

Majoituksessa korostuivat oma mökki tai muu yksityinen vapaa-ajan asunto (**26,4 %**), sukulaisten tai tuttavien luona majoittuminen (**25,0 %**) ja vuokramökki (**20,8 %**). Hotellin osuus oli 6,9 % ja Airbnb-tyyppisen majoituksen 5,6 %.

Luonto säilyy tärkeimpänä matkustusmotiivina

Luonto oli jälleen selvästi tärkein yksittäinen matkustusmotiivi, **20,7 %**. Seuraavina olivat sukulaisten ja läheisten tapaaminen (**12,9 %**), rentoutuminen (**12,1 %**) sekä mökkiloma (**11,2 %**). Harrastusten osuus oli 7,8 % ja ostosten 4,3 %.

Aiemmillä kokemuksilla oli erittäin suuri merkitys matkakohteen löytämisessä: **50,4 % ilmoitti tuntevansa kohteen aikaisemman vierailun perusteella**. Destinaation omien tietolähteiden osuus oli 16,5 % ja Facebookin 13,0 %.

Tulos kertoo vahvasta uusintavierailijoiden joukosta. Alueella aikaisemmin saadulla kokemuksella on siten suuri merkitys uuden matkan syntymiseen.

Koli on tärkeä syy valita Juuka

Vuoden 2026 kyselyssä selvitettiin myös tärkeintä syytä matkakohteen valintaan. **Kolin kansallispuisto oli yleisin yksittäinen syy, 19,1 %**. Lisäksi Kolin läheisyyden mainitsi tärkeimmäksi syyksi 9,9 % vastaajista. Suoraan Koliin liittyvät syyt muodostivat näin yhteensä noin **29 % vastauksista**.

Muita merkittäviä tekijöitä olivat **kiintymys kotiseutuun 16,0 %** sekä ystävän tai tuttavan suositus **12,2 %**. Tutun matkailukohteen tai yrityksen osuus oli 3,8 %, retkeily- ja ulkoilumahdollisuuksien 3,1 % ja sijainnin Vuokatin, Tahkon tai Bomban läheisyydessä 3,1 %.

Tulokset osoittavat, että Juuan matkailullinen vetovoima rakentuu sekä **Kolin läheisyydestä että omasta luonto- ja kotiseutusuhteesta**. Myös henkilökohtaisilla suositteluilla on huomattava vaikutus.

Matkailun määrä ja taloudellinen vaikutus

Salmi Platformin talousvaikutusnäkökulman mukaan ajanjaksolla 1.1.–31.5.2026 kertyi noin:

630 yöpymistä, 60 päiväkäyntiä ja 690 käyntiä yhteensä. Huhtikuu oli selvästi tarkastelujakson vilkkain kuukausi.

Keskimääräinen kulutus oli Salmi Platformin mallinnuksessa **39,92 euroa henkilöä ja päivää kohden**. Yöpyvien matkailijoiden keskimääräinen kulutus oli 30,36 €/päivä ja päiväkävijöiden 139,43 €/henkilö. Matkailutuloksi arvioitiin yhteensä noin **27 000 euroa**, josta yöpyvien osuus oli noin 19 000 euroa ja päiväkävijöiden noin 8 000 euroa.

Huomio: käynti- ja euromäärät ovat Salmi Platformin oman aineiston ja mallinnuksen tuottamia lukuja. Niitä kannattaa tarkastella ennen kaikkea tämän aineiston sisäisinä tunnuslukuina eikä alueen kaikkia matkailijoita tai kaikkea matkailutuloa kattavana virallisena matkailutilastona.

Juuka osana laajempaa matkailualueetta

Kysymykseen *"Missä muualla kuin Juuassa kävit matkasi aikana?"* vastasi 135 henkilöä, ja vastauksia annettiin yhteensä 207.

Selvästi yleisin muu vierailukohde oli **Koli, 30,4 %**. Seuraavina tulivat **Joensuu 14,0 %, Bomba 10,1 %** ja muu Pohjois-Karjala 9,2 %. Muualla Lieksassa kävi 5,3 %, Vuokatissa 3,9 % ja Ruunalla 3,4 % vastauksista. Noin **18,8 % ei käynyt matkansa aikana muualla**.

Tulos vahvistaa aikaisempien vuosien havaintoa: **Juuka ja Koli muodostavat matkailijan näkökulmasta vahvan kokonaisuuden**. Samalla Joensuu, Bomba ja muu Pohjois-Karjala ovat luonteva osa matkailijoiden liikkumista.

Alueellisten kiertomatkojen, yhteisten reittien, yritysten välisten suositusten ja matkailupalvelujen ristiinmyynnin kehittämiseksi on tämän perusteella selkeä pohja.

Saavutettavuus ja liikkuminen

Juuan matkailu perustui edelleen erittäin vahvasti maantieliikenteeseen. **Maanteiden osuus matkareiteistä oli 95,6 %** ja raideliikenteen noin 3,8 %. Keskimääräinen matkustusetäisyys oli **362 kilometriä**.

Käytetyistä liikennevälineistä yleisimpiä olivat dieselauto (**33,9 %**), bensiiniauto (**31,6 %**) ja ladattava hybridi (**22,2 %**). Täyssähköauton osuus oli 6,4 % ja junan 3,8 %.

171 vastaajalta kysyttiin tärkeintä syytä käytetyn kulkuvälineen valintaan. Selvästi tärkein oli **matkan sujuvuus, 53,8 %**. Seuraavina olivat sujuva liikkuminen matkakohteessa (**11,7 %**), matka-aika (**9,9 %**) ja vaihtoehtojen puute (**7,0 %**). Mukavuuden osuus oli 6,4 % ja kustannussäästön 3,5 %.

Tulokset korostavat sitä, että saavutettavuuden kehittämisessä matkailijalle keskeistä on ennen kaikkea **matkan ja alueella liikkumisen helppous**.

Kestävä liikkuminen kiinnostaa – mutta vaihtoehtojen pitää toimia

Kun vastaajilta kysyttiin, miten he ensisijaisesti vähentäisivät matkansa hiilijalanjälkeä, **37,4 % valitsisi vähäpäästöisemmän kulkuvälineen** ja 19,9 % käyttäisi julkista liikennettä. Noin 25,7 % ei osannut sanoa, 13,5 % ei ollut kiinnostunut asiasta ja 2,9 % käyttäisi vapaaehtoista päästökompensaatiota.

Yli puolet vastaajista valitsisi siis joko vähäpäästöisemmän kulkuvälineen tai julkisen liikenteen. Tämä on kiinnostava havainto suhteessa siihen, että nykyinen matkustaminen on erittäin henkilöautovaltaista.

Matkailun hyväksyttävyys paikallisten näkökulmasta

Salmi Platformin **Social Indicator oli 79,69 %**, mikä kertoo edelleen varsin myönteisestä suhtautumisesta matkailuun.

Paikallisten vastauksissa matkailun hyötyinä nousivat erityisesti **palvelujen säilyminen ja alueen näkyvyyden parantuminen**, joiden kummankin osuus oli 10,3 %. Myös palvelujen kasvu, alueen vetovoima, kotiseutuylpeys ja kulttuuriin liittyvät vaikutukset nousivat esille.

Haittoja kysyttäessä **32,1 % ei osannut nimetä haittaa ja 28,6 % katsoi, ettei matkailu aiheuta paikkakunnalle näkyvää haittaa**. Yksittäisistä nimetyistä haitoista esiin nousivat esimerkiksi roskaaminen (7,1 %) ja virkistysmahdollisuuksien heikkenemiseen liittyvät kokemukset (7,1 %).

Paikallisia koskevissa tuloksissa vastaajamäärä on suhteellisen pieni, joten yksittäisiä prosentteja kannattaa tulkita suuntaa antavina.

Asiakastyytyväisyys

Matkailijoiden kokemukset Juuasta olivat kokonaisuutena myönteisiä:

asiakastyytyväisyys 81,14 %

Comeback Satisfaction 87,02 %

NPS eli suositteluindeksi 25,36.

Avoimen palautteen sentimenttianalyysissä **61,4 % palautteesta oli positiivista**, 15,4 % neutraalia ja 23,2 % negatiivista. Kokonaissentimentin indeksiksi muodostui **+25,31**.

Palautteissa suurimmaksi aihealueeksi nousivat **aktiviteetit**, minkä lisäksi esiin nousivat ruoka, palvelut, ilmapiiri, luonto ja ympäristö. Avoimissa kommentteissa annettiin kiitosta muun muassa retkeily- ja luontokohteista sekä palvelusta. Kehittämistarpeina mainittiin esimerkiksi reittien opastus, painettujen reittikarttojen saatavuus ja merkitsemättömät reitit.

Keskeiset johtopäätökset Juuan matkailun kehittämiseen

1. **Koli on edelleen erittäin merkittävä Juuan matkailun vetovoimatekijä.** Kolin kansallispuisto ja Kolin läheisyys muodostivat yhteensä noin 29 % tärkeimmistä matkakohteen valintaperusteista, ja Koli oli myös selvästi yleisin muu vierailukohde.
2. **Luonto on Juuan matkailun ydintekijä.** Luonto on tärkein matkustusmotiivi, ja myös avoimissa palautteissa retkeily- ja luontokohteet saavat näkyvästi positiivista palautetta.
3. **Matkailijakunta on varttunutta ja viiptyy alueella useita päiviä.** Keski-ikä oli yli 61 vuotta ja keskimääräinen viipymä 3,56 päivää. Tämä korostaa palvelujen helppoutta, saavutettavuutta, selkeää informaatiota ja laadukasta asiakaspalvelua.
4. **Uusintavierailijat ovat Juuan erityinen vahvuus.** Yli puolet matkailijoista tunsivat kohteen aikaisemman vierailun perusteella. Hyvä asiakaskokemus ja asiakassuhteen ylläpitäminen voivat siksi tuottaa uusia vierailuja tehokkaasti.
5. **Juuka toimii osana laajempaa Pohjois-Karjalan matkailualueetta.** Koli, Joensuu, Bomba ja Lieksa näkyvät matkailijoiden liikkumisessa. Matkailuyritysten kannattaa rakentaa palveluita ja suosituksia kuntarajojen yli.
6. **Saavutettavuudessa ratkaisee sujuvuus.** Henkilöauto hallitsee matkustamista, mutta kiinnostusta vähäpäästöisempiin vaihtoehtoihin ja julkiseen liikenteeseen on. Vaihtoehtojen täytyy kuitenkin olla asiakkaalle käytännössä helppoja.
7. **Asiakaskokemus on hyvä, mutta luontokohteiden opastuksessa on kehittämismahdollisuuksia.** Tyytyväisyys ja paluuhaluus ovat korkealla tasolla, mutta avoimissa palautteissa näkyy tarvetta paremmalle reittitiedolle, kartoille ja merkinnöille.

Kokonaiskuvana Juuka näyttäytyy alkuvuonna 2026 kotimaisena, luontopainotteisena ja vahvasti Koliin kytkeytyvänä matkailukohteena. Erityisiä vahvuuksia ovat uusintavierailijat, suhteellisen pitkä viipymä sekä hyvä asiakastyytyväisyys ja paluuhaluus. Kehittämispotentiaalia on erityisesti Juuka–Koli-kokonaisuuden tuotteistamisessa, matkailualueen sisäisessä ristiinmyynnissä, luontokohteiden opastuksessa sekä asiakkaan koko matkaketjun sujuvuuden parantamisessa.