

Juuan matkailijakyselyn keskeiset tulokset 2025

Salmi Platformin matkailijakyselyn ja matkailudatan tulokset kattavat ajanjakson **1.1.–31.12.2025**. Aineisto kuvaa matkailijoiden profiilia, matkustusmotiveja, liikkumista, rahankäyttöä, matkailun alueellisia kytköksiä sekä asiakaskokemusta.

Matkailijan profiili

Vuoden 2025 aineistossa Juuan matkailu oli edelleen lähes kokonaan kotimaista: **kotimaisten matkailijoiden osuus oli 99,86 %** ja kansainvälisten 0,14 %. Suurimmaksi lähtöpaikkakunnaksi nousi **Helsinki**, ja seuraavina olivat Kuopio, Joensuu, Espoo, Lahti ja Tampere.

Matkailijoiden **keski-ikä oli 60,1 vuotta**, joten aineisto painottuu selvästi varttuneempiin matkailijoihin. Naisia oli 71,3 % ja miehiä 26,0 %. Keskimääräinen viipymä oli **3,56 päivää**.

Matkailijaprofiilissa:

- yöpyvien osuus oli **47,3 %**
- päiväkävijöiden **41,7 %**
- paikallisten **11,0 %**.

Yleisimmin matkustettiin puolison tai kumppanin kanssa (**47,7 %**). Yksin matkusti 19,7 %, perheen kanssa 19,4 % ja ystävien kanssa 9,5 %.

Majoituksessa suurimmat ryhmät olivat hotelli (**24,4 %**), sukulaisten tai tuttavien luona majoittuminen (**21,5 %**), vuokramökki (**19,1 %**) ja oma mökki tai muu vapaa-ajan asunto (**16,3 %**).

Luonto ja Koli ovat keskeisiä vetovoimatekijöitä

Matkan tarkoituksista tärkeimmäksi nousi jälleen **luonto, 25,2 %**. Seuraavina olivat rentoutuminen (**12,6 %**), sukulaisten tai läheisten tapaaminen (**10,2 %**) ja mökkiloma (**9,5 %**). Harrastusten osuus oli noin 5,2 % ja ostosten noin 3,6 %.

Vuoden 2025 kyselyssä selvitettiin myös erikseen tärkeintä syytä kohteen valintaan. Tässä **Kolin kansallispuisto nousi selvästi tärkeimmäksi yksittäiseksi tekijäksi, 22,5 %**. Lisäksi **Kolin läheisyys oli tärkein syy 10,9 %:lle** vastaajista. Näin ollen vähintään kolmannes vastauksista liittyi suoraan Koliin.

Muita merkittäviä kohteen valintaan vaikuttaneita tekijöitä olivat:

- ystävän tai tuttavan suositus **10,5 %**
- kiintymys kotiseutuun **7,8 %**

- sijainti Vuokatin, Tahkon tai Bomban lähellä **6,0 %**
- tuttu matkailukohde tai yritys **3,6 %**.

Tulos vahvistaa kuvaa siitä, että **Juuan matkailullinen asema kytkeytyy voimakkaasti Koliin ja laajempaan matkailualueeseen**, mutta myös suositteluilla ja aiemmilla kokemuksilla on suuri merkitys.

Aiemmat kokemukset näkyvät myös tiedonhaussa: **36,6 % ilmoitti tuntevansa kohteen aikaisemman vierailun perusteella**. Destinaation omien tietolähteiden osuus oli noin 18,2 % ja Facebookin 10,3 %.

Matkailun määrä ja taloudellinen vaikutus

Salmi Platformin talousvaikutusnäkökulma raportoi vuodelle 2025 noin:

**2 840 yöpymistä,
300 päiväkäyntiä ja
3 130 käyntiä yhteensä.**

Kuukausijakaumassa **kesä- ja heinäkuu muodostivat selvästi vuoden suurimmat matkailukuukaudet**. Myös toukokuussa ja lokakuussa näkyi muuta vuotta enemmän matkailua. Talvikauden ja alkukevään määrät jäivät selvästi kesäkuukausia pienemmiksi.

Salmi Platform arvioi matkailutuloksi noin **154 000 euroa**. Keskimääräinen kulutus oli **49,23 euroa henkilöä ja päivää kohden**. Yöpyvien matkailijoiden keskimääräinen kulutus oli 40,32 €/päivä ja päiväkävijöiden 134,86 €/henkilö. Alustan mukaan yöpyvien matkailijoiden osuus matkailutulosta oli noin **114 000 euroa** ja päiväkävijöiden noin **40 000 euroa**.

Kulutuksen rakenne eroaa selvästi päiväkävijöiden ja yöpyvien välillä. Päiväkävijöillä suurimmat menoerät olivat **ostokset ja muut palvelut (23,9 %)** sekä **ravintolat ja kahvilat (23,4 %)**. Yöpyvillä majoituksen osuus oli noin **39,7 %**, minkä jälkeen tulivat ostokset ja muut palvelut (14,8 %) sekä ravintolat ja kahvilat (14,0 %).

Huomio: Salmi Platformin käynti- ja euromäärät ovat alustan omassa talousvaikutusnäkökulmassa esitettyjä lukuja. Niitä on perusteltua tarkastella ennen kaikkea Salmi Platformin oman aineiston ja mallinnuksen tuloksina, ei esimerkiksi alueen kaikkia todellisia matkailukäyntejä kuvaavana majoitustilastona.

Juuka osana laajempaa matkailualueetta

Kysymykseen *"Missä muualla kuin Juuassa kävit matkasi aikana?"* vastasi **464 henkilöä**, ja vastauksia annettiin yhteensä 723. Tulokset osoittavat jälleen matkailijoiden liikkuvan laajasti kuntarajojen yli.

Muista vierailukohteista yleisimmät olivat:

Koli 27,8 %

Joensuu 14,0 %

Bomba 11,9 %

muu Pohjois-Karjala **10,0 %**

muu Lieksa **6,2 %**

Vuokatti **3,7 %**

Tahko **3,2 %**.

Noin **16,2 % ilmoitti, ettei käynyt matkansa aikana muualla.**

Tulokset osoittavat vahvasti, että matkailija tarkastelee aluetta kuntarajoja laajempänä kokonaisuutena. Erityisesti **Juuka–Koli-yhteys on erittäin vahva**, mutta myös Joensuu ja Bomba ovat merkittäviä matkaketjun osia.

Tulokset tukevat yhteisten kiertomatkojen, teemareittien, yritysten välisten tuotesuosittelujen ja yhteismarkkinoinnin kehittämistä.

Saavutettavuus ja liikkuminen

Juuan matkailu perustuu edelleen vahvasti maantieliikenteeseen. Matkareiteistä **93,6 % tapahtui maanteitse**, kun raideliikenteen osuus oli noin 3,9 %. Keskimääräinen matkustustaisyys oli **394 kilometriä**.

Ajoneuvoista yleisimpiä olivat:

- bensiiniauto **36,8 %**
- dieselauto **34,8 %**
- ladattava hybridi **15,1 %**
- juna **3,9 %**
- täyssähköauto **3,6 %**.

630 vastaajalta kysyttiin tärkeintä syytä kulkuvälineen valintaan. Selvästi tärkeimmäksi nousi **matkan sujuvuus, 47,5 %**. Seuraavina olivat:

- sujuva liikkuminen matkakohteessa **13,5 %**
- vaihtoehtojen puute **10,3 %**
- matka-aika **9,7 %**
- kustannussäästö **5,7 %**
- tottumus **4,3 %**
- mukavuus **3,5 %**
- ekologiset syyt **1,9 %**.

Tulokset korostavat, että asiakkaalle tärkeintä on **koko matkaketjun helppous ja sujuvuus**. Samalla noin joka kymmenes valitsee kulkuvälineensä vaihtoehtojen puutteen vuoksi.

Kestävä liikkuminen kiinnostaa

629 vastaajalta kysyttiin, miten he ensisijaisesti vähentäisivät matkansa hiilijalanjälkeä.

Tulokset jakautuivat seuraavasti:

- vähäpäästöisemmän kulkuvälineen valinta **30,8 %**
- julkisen liikenteen käyttö **28,9 %**
- ei osaa sanoa **22,4 %**
- ei ole kiinnostunut **10,0 %**
- vapaaehtoinen päästökompensaatio **6,4 %**.

Lähes **60 % valitsisi ensisijaisesti joko vähäpäästöisemmän kulkuvälineen tai julkisen liikenteen**, jos tavoitteena olisi matkan hiilijalanjäljen pienentäminen. Tämä on kiinnostava havainto suhteessa nykyiseen henkilöautovaltaiseen saavutettavuuteen.

Matkailun hyväksyttävyys paikallisten näkökulmasta

Salmi Platformin **Social Indicator oli 82,53 %**, mikä kertoo kokonaisuutena myönteisestä suhtautumisesta matkailuun.

Paikalliset näkivät matkailun tärkeimpinä hyötyinä erityisesti:

- **palvelujen säilymisen 11,6 %**
- alueen **näkyvyyden ja imagon paranemisen 10,1 %**
- kulttuurin säilymiseen liittyvät vaikutukset **8,7 %**
- muun elinkeinotoiminnan tukemisen **7,3 %**
- työmahdollisuudet **5,8 %**.

Haittoja kysyttäessä suurin yksittäinen ryhmä, **30,9 %**, katsoi, ettei matkailu aiheuta paikkakunnalle näkyvää haittaa. Lisäksi 22,1 % ei osannut nimetä haittaa. Yksittäisistä haitoista yleisimpiä olivat **roskaaminen (7,4 %)** ja **pysäköintiongelmat (7,4 %)**. Ympäristön saastumisen osuus oli 4,4 %.

Asiakastyytyväisyys

Matkailijoiden kokemukset Juuasta olivat kokonaisuutena hyviä:

asiakastyytyväisyys 82,32 %

Comeback Satisfaction 85,22 %

NPS eli suositteluindeksi 33,33.

Myös palautteiden sentimenttianalyysi painottui selvästi positiiviseen suuntaan:

- positiivinen **64,9 %**
- neutraali **16,3 %**
- negatiivinen **18,8 %**
- kokonaissentimentti **+27,19**.

Palautteissa suurimmaksi aihealueeksi nousivat **aktiviteetit**, joiden osuus luokitellusta palautteesta oli 28,8 %. Myös ruoka, palvelut, ilmapiiri ja majoitus nousivat esille.

Keskeiset johtopäätökset Juuan matkailun kehittämiseen

1. **Koli on Juuan matkailulle erittäin merkittävä vetovoimatekijä.** Kolin kansallispuisto ja Kolin läheisyys muodostivat yhdessä noin kolmanneksen tärkeimmistä syistä valita matkakohde. Myös matkansa aikana muualla vierailleista suurin ryhmä kävi Kolilla.
2. **Luonto säilyy Juuan tärkeimpänä matkustusmotiivina.** Luonto, rentoutuminen ja mökkiloma muodostavat vahvan perustan luonto-, hyvinvointi- ja aktiviteettituotteiden kehittämiselle.
3. **Matkailijakunta painottuu varttuneisiin asiakkaisiin.** Keski-ikä oli noin 60 vuotta ja suurin osa asiakkaista matkusti puolison kanssa. Tämä kannattaa huomioida palvelujen sisällössä, viestinnässä, saavutettavuudessa ja tuotteiden helppoudessa.
4. **Juuka on osa laajempaa matkailijan matkaketjua.** Koli, Joensuu, Bomba, Lieksa, Vuokatti ja Tahko näkyvät matkailijoiden liikkumisessa. Yritysten välisissä suosituksissa ja tuotteissa kannattaa ajatella koko matkailualueutta yksittäisen kunnan sijaan.
5. **Autolla saavutettavuus on edelleen ratkaiseva, mutta kestävien vaihtoehtojen kysyntää on.** Matkan sujuvuus ratkaisee kulkuvälineen valinnan lähes puolella vastaajista. Samalla lähes 60 % ilmoittaa ensisijaiseksi hiilijalanjäljen pienentämisen keinoksi vähäpäästöisemmän kulkuvälineen tai julkisen liikenteen.
6. **Asiakaskokemus on kokonaisuutena vahva.** Asiakastyytyväisyys ylittää 82 %, paluuhalukkuus on noin 85 % ja lähes kaksi kolmasosaa analysoidusta palautteesta on positiivista.
7. **Matkailuun suhtaudutaan myös paikallisesti myönteisesti.** Matkailun nähdään tukevan palvelujen säilymistä, näkyvyyttä, kulttuurista ja työmahdollisuuksia. Selvästi yleisin vastaus haittoja kysyttäessä oli, ettei matkailusta nähdä aiheutuvan näkyvää haittaa.

Kokonaiskuvana Juuka näyttäytyy vuonna 2025 kotimaisena, luontopainotteisena ja vahvasti Koliin kytkeytyvänä matkailukohteena. Kehittämispotentiaalia on erityisesti

Juuan ja Kolin yhteisissä tuotteissa, matkailualueen sisäisissä matkaketjuissa, ympärivuotisuuden vahvistamisessa, aktiviteetti- ja hyvinvointisisällöissä sekä asiakkaan koko matkan sujuvuuden parantamisessa.