

Kolin matkailijakyselyn keskeiset tulokset 1.1.–31.12.2025

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

Matkailijan profiili

Kolin matkailu oli vuonna 2025 edelleen vahvasti kotimaista. **Kotimaisten matkailijoiden osuus oli 98,5 % ja kansainvälisten 1,5 %**. Kansainvälisiä matkailijoita tuli aineiston perusteella muun muassa Saksasta, Isosta-Britanniasta, Ranskasta, Alankomaista, Albaniasta, Itävallasta, Belgiasta ja Kanadasta.

Kotimaisista lähtöpaikkakunnista korostuivat erityisesti **Helsinki, Joensuu ja Kuopio**. Seuraavina olivat Vantaa, Espoo, Tampere ja Lahti. Matkailijoiden **keski-ikä oli 56,2 vuotta**. Naisia oli 74,5 % ja miehiä 24,7 %. Keskimääräinen viipymä oli **3,19 päivää**.

Matkailijaprofiilissa **yöpyvien matkailijoiden osuus oli 64,3 %**, päiväkävijöiden 26,4 % ja paikallisten 9,3 %. Yleisimmin matkustettiin puolison tai kumppanin kanssa (**44,5 %**). Perheen kanssa matkusti 29,5 %, yksin 12,1 % ja ystävien kanssa 10,3 %.

Majoituksessa kaupalliset majoitusmuodot korostuivat vahvasti. **Hotelli oli yleisin majoitusmuoto 38,2 %:n osuudella ja vuokramökki seuraava 28,4 %:lla**. Oman mökin tai muun yksityisen vapaa-ajan asunnon osuus oli 7,2 %, leirintämajoituksen 5,5 % ja Airbnb-tyyppisen majoituksen 4,3 %.

Luonto on ylivoimaisesti tärkein matkustusmotiivi

Luonto säilyi Kolin selvästi tärkeimpänä matkustusmotiivina: sen osuus oli **39,8 %**. Seuraavina olivat rentoutuminen (**14,6 %**), liikunta ja aktiivinen tekeminen (**6,2 %**), mökkiloma (**6,0 %**), sukulaisten tai läheisten tapaaminen (**4,5 %**) sekä harrastukset (**3,5 %**).

Kohteen valinnan syitä kysyttäessä **Kolin kansallispuisto oli tärkein yksittäinen syy peräti 46,3 %:lle vastaajista**. Muut merkittävimmät syyt olivat kiintymys kotiseutuun (**7,6 %**), ystävän tai tuttavien suositus (**5,6 %**), retkeily- ja ulkoilumahdollisuudet (**5,0 %**), tuttu matkailukohde tai yritys (**3,3 %**) sekä sijainti Vuokatin, Tahkon tai Bomban läheisyydessä (**3,0 %**).

Kansallispuiston rooli on siis edelleen erittäin vahva. Sen lisäksi tuloksissa näkyvät sekä **henkilökohtainen suhde alueeseen että suositusten merkitys**.

Myös uusintavierailijat muodostavat huomattavan ryhmän: **38,6 % ilmoitti tuntevansa kohteen aikaisemman vierailun perusteella**. Destinaation omien tietolähteiden osuus oli 26,5 %, Facebookin 8,4 % ja ystävien tai tuttavien noin 7,9 %.

Matkailun määrä ja taloudellinen vaikutus

Salmi Platformin talousvaikutusnäkömukan mukaan vuonna 2025 kertyi noin:

**7 510 yöpymistä,
490 päiväkäyntiä ja
8 000 käyntiä yhteensä.**

Matkailun kuukausijakauma osoittaa selkeän kesäsesongin. **Heinäkuu oli selvästi vuoden vilkkain kuukausi ja kesäkuu toiseksi vilkkain.** Toisaalta kävijöitä kertyi ympäri vuoden: esimerkiksi helmi- ja maaliskuussa sekä touko-, syys- ja lokakuussa matkailumäärät olivat selvästi hiljaisimpia kuukausia korkeampia. Huhtikuu ja marraskuu olivat vuoden hiljaisimpia jaksoja.

Salmi Platform arvioi matkailutuloksi noin **320 000 euroa**. Keskimääräinen kulutus oli **40,02 euroa henkilöä ja päivää kohden**. Yöpyvien matkailijoiden keskimääräinen kulutus oli **33,91 €/päivä**, kun päiväkävijöiden kulutus oli **132,87 €/henkilö**. Mallinnuksessa yöpyvien matkailijoiden kokonaiskulutus oli noin **255 000 euroa** ja päiväkävijöiden noin **66 000 euroa**.

Kulutusrakenne poikkesi päiväkävijöiden ja yöpyvien välillä. Päiväkävijöillä suurimmat menoerät olivat ravintolat ja kahvilat (**23,4 %**), ostokset ja muut palvelut (**21,4 %**), kulttuuri- ja virkistyspalvelut (**18,0 %**), julkinen liikenne (**17,9 %**) sekä polttoaine ja lataaminen (**17,6 %**).

Yöpyvien matkailijoiden kulutuksesta **majoituksen osuus oli 42,8 %**, ravintoloiden ja kahviloiden 17,1 %, ostosten ja muiden palveluiden 13,4 %, polttoaineen ja lataamisen 10,2 % sekä kulttuuri- ja virkistyspalveluiden 8,6 %.

Huomio: Salmi Platformin käynti- ja euromäärät ovat alustan oman aineiston ja mallinnuksen tuottamia lukuja. Niitä kannattaa tarkastella ensisijaisesti Salmi Platformin tunnuslukuina, ei Kolin kaikkia toteutuneita matkailukäyntejä tai matkailutuloa kuvaavina virallisina tilastoina.

Koli osana laajempaa matkailualueetta

Kysymykseen "*Missä muualla kuin Kolilla kävit matkasi aikana?*" vastasi **1 379 henkilöä**, ja vastauksia annettiin yhteensä 1 953.

Noin **20,5 % vastauksista kertoi, ettei matkailija käynyt matkansa aikana muualla**. Muista vierailukohteista yleisimmät olivat:

**Joensuu 19,3 %
Juuka 13,4 %
muu Lieksa 12,8 %
muu Pohjois-Karjala 12,4 %
Bomba 7,6 %
Ruunaa 4,6 %
Vuokatti 2,6 %.**

Tulokset vahvistavat kuvaa Kolista **laajemman Pohjois-Karjalan matkailun solmukohtana**. Lähes neljä viidestä vastauksesta liittyi vierailuun myös muualla kuin Kolilla.

Erityisen vahvat yhteydet ovat Joensuuhun, Juukaan ja muualle Lieksaan. Tulokset tukevat alueellisten kiertomatkojen, päiväretkien, teemareittien sekä matkailuyritysten välisen ristiinmyynnin kehittämistä.

Saavutettavuus ja liikkuminen

Kolin saavutettavuus perustui edelleen pääosin maantieliikenteeseen. **Maanteiden osuus matkareiteistä oli 90,9 %**. Keskimääräinen matkustusetäisyys oli noin **460 kilometriä**, joten Kolille saavutaan varsin laajalta alueelta.

Käytetyistä liikennevälineistä suurimmat ryhmät olivat:

- bensiiniauto **41,5 %**
- dieselauto **22,0 %**
- ladattava hybridi **10,9 %**
- bussi **6,1 %**
- täyssähköauto **6,0 %**.

1 697 vastaajalta kysyttiin tärkeintä syytä käytetyn kulkuvälineen valintaan. Selvästi tärkeimmäksi nousi jälleen **matkan sujuvuus, 47,7 %**. Seuraavina olivat sujuva liikkuminen matkakohteessa (**11,9 %**), matka-aika (**11,4 %**), vaihtoehtojen puute (**9,0 %**), mukavuus (**4,7 %**), matkaseurueen tekemä valinta (**3,8 %**) ja kustannussäästö (**3,8 %**).

Tulokset korostavat koko matkaketjun merkitystä. Matkailija arvioi paitsi sitä, miten Kolille pääsee, myös sitä, **kuinka helposti kohteessa pystyy liikkumaan ilman ylimääräistä vaivaa**.

Kestävä liikkuminen kiinnostaa

Kun vastaajilta kysyttiin, miten he ensisijaisesti vähentäisivät matkansa hiilijalanjälkeä, **31,0 % valitsisi vähäpäästöisemmän kulkuvälineen ja 24,3 % käyttäisi julkista liikennettä**.

Lisäksi 25,1 % ei osannut sanoa, 12,0 % ei ollut asiasta kiinnostunut ja 6,6 % käyttäisi vapaaehtoista päästökompensaatiota.

Yli **55 % vastaajista** valitsisi siis ensisijaisesti joko vähäpäästöisemmän kulkuvälineen tai julkisen liikenteen. Tulokset tukevat toimivien ja helppojen julkisen liikenteen matkaketjujen sekä vähäpäästöisen autoilun palveluiden kehittämistä.

Matkailun hyväksyttävyys paikallisten näkökulmasta

Kolin **Social Indicator oli 90,83 %**, mikä kertoo erittäin myönteisestä suhtautumisesta matkailuun.

Paikallisten vastauksissa matkailun tärkeimpinä hyötyinä korostuivat **palvelujen säilyminen, 17,4 %**, sekä alueen **vetovoiman ja näkyvyyden lisääntyminen**, joiden molempien osuus oli

noin 9,9 %. Kulttuurin ja perinteiden säilymisen osuus oli 8,7 % ja palvelujen kasvun noin 6,8 %.

Tuloksissa näkyy siten matkailun merkitys paitsi taloudelle myös **alueen palveluille, imagolle, elinvoimalle ja kulttuurille**.

Haittoja kysyttäessä suurin yksittäinen ryhmä, **39,2 %**, katsoi, ettei matkailu aiheuta paikkakunnalle näkyvää haittaa. Lisäksi 14,6 % ei osannut nimetä haittaa.

Yksittäisistä nimetyistä haitoista yleisimpiä olivat:

- ympäristön muuttuminen **7,0 %**
- pysäköintiongelmat **6,3 %**
- roskaaminen **5,7 %**
- luonnonvarojen kuluminen **3,2 %**
- häiriökäyttäytyminen **3,2 %**
- liikenteeseen liittyvät ongelmat noin **2,5 %**.

Tulokset nostavat esiin tarpeen huolehtia matkailun kasvun rinnalla erityisesti **luonnon kulumisen hallinnasta, jätehuollosta, pysäköinnistä, kävijäohjauksesta ja liikenteen sujuvuudesta**.

Asiakastyytyväisyys

Kolin asiakaskokemuksen tunnusluvut olivat vuonna 2025 erittäin vahvat:

asiakastyytyväisyys 88,16 %

Comeback Satisfaction 87,98 %

NPS eli suositteluindeksi 67,54.

Myös avoimen palautteen sentimenttianalyysi painottui selvästi positiiviseen suuntaan:

- positiivinen **68,3 %**
- neutraali **10,8 %**
- negatiivinen **21,0 %**
- kokonaissentimentti **+28,08**.

Palautteissa suurimmaksi aihealueeksi nousivat jälleen **aktiviteetit, 30,4 %**. Seuraavina olivat ruoka (9,0 %), majoitus (7,9 %), ilmapiiri (6,9 %), palvelut (6,5 %), ympäristö (6,1 %) sekä liikenne ja liikkuminen (4,2 %). Sanapilvessä korostuvat muun muassa luonto, palvelut, aktiviteetit, hotelli, ravintolat ja ulkoilu.

Avoimissa kommenteissa näkyy sekä vahvaa tyytyväisyyttä luontoon että yksittäisiä kehittämistoiveita. Esille nousivat esimerkiksi **kahvilapalvelujen lisääminen, talviset kävelyreitit, ulkoliikuntamahdollisuudet sekä palveluiden ja aktiviteettien saatavuus.**

Keskeiset johtopäätökset Kolin matkailun kehittämiseen

1. **Kolin kansallispuisto säilyy ylivoimaisena vetovoimatekijänä.** Lähes puolet vastaajista nimesi sen tärkeimmäksi syyksi matkakohteen valintaan, ja luonto on selvästi yleisin matkustusmotiivi.
2. **Koli on vahvasti kaupallinen ja yöpymiseen perustuva matkailukohde.** Lähes kaksi kolmasosaa matkailijoista yöpyy, ja hotelli sekä vuokramökki muodostavat yhdessä noin kaksi kolmasosaa ilmoitetuista majoitusmuodoista.
3. **Asiakaskokemus on erittäin vahva.** Asiakastyytyväisyys ylittää 88 %, paluupaluuhalukkuus on lähes 88 % ja NPS 67,5. Tyytyväiset asiakkaat sekä suuri uusintavierailijoiden joukko tarjoavat hyvän pohjan suosittelemalle ja uudelleenmarkkinoinnille.
4. **Koli toimii koko matkailualueen veturina ja solmukohtana.** Joensuu, Juuka, Lieksa, Bomba ja Ruunaa ovat näkyvä osa Kolin asiakkaiden matkaa. Yritysten välisellä ristiinmyynnillä, päiväretkillä ja kiertomatkatuotteilla on selkeä potentiaali.
5. **Kesä on tärkein sesonki, mutta matkailua on ympäri vuoden.** Heinäkuu on selvästi suurin kuukausi, mutta myös talvi-, kevät- ja syyskuukausina on matkailuvirtoja. Ympärivuotisuuden vahvistamiselle on siten olemassa pohjaa.
6. **Matkan sujuvuus ratkaisee saavutettavuudessa.** Autoliikenne hallitsee, mutta kiinnostusta julkiseen liikenteeseen ja vähäpäästöisempiin vaihtoehtoihin löytyy. Saavutettavuuden kehittämisessä kannattaa tarkastella koko matkaketjua lähtöpaikasta Kolille ja edelleen kohteessa liikkumiseen.
7. **Matkailun paikallinen hyväksyttävyys on erittäin korkea.** Matkailun nähdään tukevan palveluja, alueen vetovoimaa ja kulttuuria. Samalla luonnon kulumisen, pysäköinti ja roskaaminen ovat asioita, joiden hallintaan kannattaa panostaa matkailun kasvaessa.

Kokonaiskuvana Koli näyttäytyy vuonna 2025 vahvana, luontoon ja kansallispuistoon perustuvana matkailukohteena, jossa asiakkaat yöpyvät, käyttävät kaupallisia palveluja ja ovat kokemukseensa erittäin tyytyväisiä. Keskeiset kehittämismahdollisuudet liittyvät ympärivuotisuuden vahvistamiseen, matkailijan kulutuksen kasvattamiseen, alueelliseen ristiinmyyntiin, kestävään saavutettavuuteen sekä luontoympäristön kestävyys turvaamiseen matkailijamäärien kasvaessa.