

Kolin matkailijakyselyn keskeiset tulokset 1.5.–31.12.2024

Salmi Platformin matkailijakyselyn ja matkailudatan tulokset kattavat ajanjakson **1.5.–31.12.2024**. Aineisto kuvaa matkailijoiden profiilia, matkustusmotiveja, liikkumista, rahankäyttöä, matkailun alueellisia kytköksiä sekä asiakaskokemusta.

Matkailijan profiili

Kolin matkailu oli tarkastelujaksolla vahvasti kotimaista, mutta mukana oli myös jonkin verran kansainvälisiä matkailijoita. **Kotimaisten matkailijoiden osuus oli 98,87 % ja kansainvälisten 1,13 %**. Kansainvälisiä matkailijoita tuli aineiston perusteella muun muassa Saksasta, Ruotsista, Belgiasta, Ranskasta ja Italiasta.

Kotimaisista lähtöpaikkakunnista korostuivat erityisesti **Helsinki, Joensuu ja Kuopio**, minkä jälkeen tulivat muun muassa Espoo, Tampere ja Vantaa. Matkailijoiden **keski-ikä oli 50,2 vuotta**. Naisia oli noin 70 % ja miehiä noin 28 %. Keskimääräinen viipymä oli **3,55 päivää**.

Matkailijaprofiilissa:

- yöpyvien matkailijoiden osuus oli **64,9 %**
- päiväkävijöiden **27,3 %**
- paikallisten **7,8 %**.

Yleisimmin matkustettiin **puolison tai kumppanin kanssa (42,0 %)**. Perheen kanssa matkusti 29,6 %, yksin 12,4 % ja ystävien kanssa 11,6 %.

Majoituksessa selvästi suurimmat ryhmät olivat:

- **hotelli 39,4 %**
- **vuokramökki 24,5 %**
- majoittuminen sukulaisten tai tuttavien luona 7,8 %
- oma mökki tai muu vapaa-ajan asunto 7,2 %
- leirintämajoitus noin 5,2 %
- luontomajoitus, kuten teltta tai riippumatto, noin 3,8 %.

Kolin matkailu poikkeaa tässä suhteessa esimerkiksi Juuasta: kaupallisen majoituksen, erityisesti hotellien ja vuokramökkien, merkitys on aineistossa suuri.

Luonto on ylivoimaisesti tärkein matkustusmotiivi

Luonto oli Kolilla selvästi tärkein matkustusmotiivi: sen osuus oli **39,2 %**. Seuraavina olivat rentoutuminen (**14,9 %**) ja mökkiloma (**6,6 %**). Luontoaktiviteettien osuus oli 3,6 % ja harrastusmatkojen noin 3,1 %.

Kohteen valinnan syitä kysyttäessä tulos on vielä selvempi. **Kolin kansallispuisto oli tärkein syy matkakohteen valintaan peräti 50,5 %:lle vastaajista.** Muita merkittäviä syitä olivat:

- ystävän tai tuttavän suositus **6,7 %**
- kiintymys kotiseutuun **6,2 %**
- retkeily- ja ulkoilumahdollisuudet **5,2 %**
- tuttu matkailukohde tai yritys **3,0 %**
- yrityksen järjestämä tapahtuma tai kokous **2,4 %**.

Tulos osoittaa erittäin selvästi, että **Kolin kansallispuisto on koko matkailualueen keskeinen vetovoimatekijä.** Samalla kansallispuiston ympärille syntyy kysyntää majoitukselle, ravintoloille, aktiviteeteille, kaupallisille palveluille ja muille alueen matkailutuotteille.

Myös aiemmilla kokemuksilla on suuri merkitys: **37,5 % ilmoitti tuntevansa kohteen aikaisemman vierailun perusteella.** Kohteen omien tietolähteiden osuus oli 26,7 %, ystävien tai tuttavien 9,8 % ja Facebookin noin 6,4 %.

Matkailun määrä ja taloudellinen vaikutus

Salmi Platformin talousvaikutusnäkyvässä tarkastelujaksolle kertyi noin:

10 960 yöpymistä,
510 päiväkäyntiä ja
11 470 käyntiä yhteensä.

Matkailu painottui erittäin voimakkaasti kesään. **Heinäkuu oli selvästi tarkastelujakson vilkkain kuukausi,** ja myös kesäkuu erottui muista kuukausista. Heinäkuun jälkeen matkailumäärät laskivat voimakkaasti, vaikka matkailua jatkui myös elo- ja syyskuussa.

Salmi Platform arvioi tarkastelujakson matkailutuloksi noin **416 000 euroa.** Keskimääräinen kulutus oli **36,30 euroa henkilöä ja päivää kohden.** Yöpyvien matkailijoiden keskimääräinen kulutus oli **32,16 €/päivä** ja päiväkävijöiden **125,72 €/henkilö.** Mallinnuksessa yöpyvien matkailijoiden kokonaiskulutukseksi muodostui noin **352 000 euroa** ja päiväkävijöiden noin **64 000 euroa.**

Kulutuksen rakenne oli päiväkävijöillä ja yöpyvillä hyvin erilainen. Päiväkävijöillä suurimmat menoerät olivat:

- ravintolat ja kahvilat **23,4 %**

- ostokset ja muut palvelut **21,4 %**
- kulttuuri- ja virkistyspalvelut **18,0 %**
- julkinen liikenne **17,9 %**
- polttoaine ja lataaminen **17,6 %**.

Yöpyvien kulutuksesta puolestaan **majoitus muodosti 42,8 %**, ravintolat ja kahvilat 17,1 % ja ostokset sekä muut palvelut 13,4 %.

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

Koli osana laajempaa matkailualueetta

Kysymykseen "*Missä muualla kuin Kolilla kävit matkasi aikana?*" vastasi **1 505 henkilöä**, ja vastauksia annettiin yhteensä 2 087.

Noin **25,9 % vastauksista kertoi, ettei matkailija käynyt matkansa aikana muualla**. Muista vierailukohteista yleisimmät olivat:

Joensuu 19,3 %

muu Pohjois-Karjala 12,4 %

Juuka 11,5 %

muu Lieksa 9,3 %

Bomba 7,8 %

Vuokatti 3,3 %

Ruunaa 3,2 %.

Tuloksista muodostuu vahva kuva Kolista **alueellisen matkailun solmukohtana**. Lähes kolme neljästä vastauksesta liittyi vierailuun myös muualla kuin Kolilla.

Erityisesti yhteydet **Joensuuhun, Juukaan, Lieksaan ja Bomballe** ovat vahvoja. Tämä tukee alueellisten kiertomatkojen, päiväretkien, teemareittien ja yritysten välisen ristiinmyynnin kehittämistä. Kolin asiakkaalle voidaan aktiivisesti tarjota sisältöä myös muualta Pohjois-Karjalasta ja vastaavasti muiden alueiden matkailijoita voidaan ohjata Kolille.

Saavutettavuus ja liikkuminen

Kolin saavutettavuus perustui suurelta osin maantieliikenteeseen. Matkareiteistä **87,8 % tapahtui maanteitse**, mutta raideliikenteen osuus oli myös huomattava, noin **8,9 %**. Keskimääräinen matkustusetäisyys oli **428 kilometriä**.

Aineistossa yleisimpiä kulkuvälineitä olivat muun muassa:

- bensiiniauto **39,6 %**

- dieselauto **24,0 %**
- ladattava hybridi **13,7 %**
- juna **8,8 %**
- täyssähköauto **5,0 %**.

Kulkuvälineen valinnan tärkeimmäksi syyksi nousi ylivoimaisesti **matkan sujuvuus, 47,4 %**. Seuraavina olivat:

- sujuva liikkuminen matkakohteessa **12,8 %**
- matka-aika **11,6 %**
- vaihtoehtojen puute **9,0 %**
- mukavuus **4,7 %**
- matkaseurueen tekemä valinta **4,5 %**
- kustannussäästö **3,4 %**
- ekologiset syyt **2,6 %**.

Tulokset korostavat, että asiakkaalle ratkaisevaa on koko matkaketjun toimivuus – sekä Kolille saapuminen että liikkuminen kohteessa.

Kestävä liikkuminen kiinnostaa

Kun vastaajilta kysyttiin, miten he ensisijaisesti vähentäisivät matkansa hiilijalanjälkeä, **34,1 % valitsisi vähäpäästöisemmän kulkuvälineen** ja **24,1 % käyttäisi julkista liikennettä**.

Lisäksi 20,8 % ei osannut sanoa, 12,4 % ei ollut asiasta kiinnostunut ja 7,0 % käyttäisi vapaaehtoista päästökompensaatiota.

Yhteensä noin **58 % valitsisi joko vähäpäästöisemmän kulkuvälineen tai julkisen liikenteen**. Tämä kertoo potentiaalista esimerkiksi toimiville juna–bussi-, juna–taksi- ja muille joukkoliikenteeseen yhdistyville matkaketjuille.

Matkailun hyväksyttävyys paikallisten näkökulmasta

Kolin **Social Indicator oli erittäin korkea, 90,05 %**, mikä kertoo kokonaisuutena hyvin myönteisestä suhtautumisesta matkailuun.

Paikalliset näkivät matkailun suurimpina hyötyinä erityisesti:

- **työmahdollisuudet 15,0 %**
- **palvelujen lisääntyminen ja kehittyminen 12,8 %**
- **palvelujen säilyminen 11,3 %**

- kulttuuritarjonta **7,5 %**
- muiden elinkeinojen tukeminen **6,0 %**
- alueen vetovoima **4,5 %**.

Tuloksissa korostuvat siis matkailun **taloudelliset ja palveluihin liittyvät vaikutukset**: matkailun nähdään luovan työtä ja ylläpitävän palveluita, joista hyötyvät myös paikalliset.

Haittoja kysyttäessä suurin ryhmä, **37,7 %**, katsoi, ettei matkailu aiheuta paikkakunnalle näkyvää haittaa. Noin 9,2 % ei osannut nimetä haittaa.

Selvästi merkittävimmäksi nimetyksi haitaksi nousi kuitenkin **ympäristön muuttuminen, 16,2 %**. Lisäksi esille nousivat roskaaminen (6,2 %), pysäköintiongelmat (5,4 %), ruuhkautuminen (4,6 %) sekä ympäristöön liittyvät muut vaikutukset.

Tulos nostaa esiin Kolille erityisen tärkeän kysymyksen: matkailun kasvun rinnalla on huolehdittava **luonnon kulumisen ehkäisemisestä, kävijäohjauksesta, jätehuollosta, pysäköinnistä ja matkailijavirtojen hallinnasta**.

Asiakastyytyväisyys

Kolin asiakaskokemuksen tunnusluvut olivat erittäin vahvat:

asiakastyytyväisyys 87,02 %

Comeback Satisfaction 87,99 %

NPS eli suositteluindeksi 63,38.

Myös avoimen palautteen sentimenttianalyysi painottui selvästi positiiviseen suuntaan:

- positiivinen **68,9 %**
- neutraali **10,2 %**
- negatiivinen **20,9 %**
- kokonaissentimentti **+32,20**.

Palautteissa suurimmaksi teemaksi nousivat **aktiviteetit (35,3 %)**. Seuraavina olivat ilmapiiri, ruoka, palvelut, liikkuminen ja majoitus. Sanapilvessä korostuvat muun muassa luonto, maisemat, retkeily, reitit, hotelli, ravintolat ja palvelut.

Avoimissa palautteissa näkyi myös kehittämistarpeita. Esille nousivat esimerkiksi julkisen liikenteen vähäiset mahdollisuudet, taksipalvelut sekä joidenkin palvelujen ja kahviloiden saatavuus erityisesti sesonkien ulkopuolella.

Keskeiset johtopäätökset Kolin matkailun kehittämiseen

1. **Kolin kansallispuisto on matkailualueen ylivoimainen vetovoimatekijä.** Puolet vastaajista nimesi kansallispuiston tärkeimmäksi syyksi matkakohteen valintaan ja luonto oli selvästi tärkein yleinen matkustusmotiivi.
2. **Koli on vahvasti kaupallinen matkailukohde.** Hotellit ja vuokramökit muodostavat suuren osan majoituksesta, ja yöpyvien osuus matkailijoista on lähes kaksi kolmasosaa. Tämä antaa hyvän pohjan myös muiden palvelujen, aktiviteettien ja ravintolapalvelujen myynnille.
3. **Asiakaskokemus on erittäin vahva.** Asiakastyytyväisyys ja paluuhaluus ovat noin 88 %, ja NPS 63 on aineistossa korkea. Positiiviset kokemukset tarjoavat vahvan pohjan suosittelulle ja uusintavierailuille.
4. **Koli toimii koko matkailualueen veturina ja solmukohtana.** Suuri osa asiakkaista käy samalla matkalla Joensuussa, Juuassa, muualla Lieksassa, Bomballa tai muualla Pohjois-Karjalassa. Kiertomatkatuotteilla ja yritysten välisellä ristiinmyynnillä on selkeä potentiaali.
5. **Kesäpainotteisuus on merkittävä.** Heinäkuu nousee selvästi muita kuukausia suuremmaksi. Ympärivuotisuuden kehittämisessä on potentiaalia erityisesti keväällä, syksyllä ja alkutalvella.
6. **Saavutettavuuden kehittämisessä tärkeintä on matkaketjun sujuvuus.** Auto on keskeinen kulkuväline, mutta junan osuus on jo näkyvä ja yli puolet vastaajista olisi valmis vähentämään matkansa hiilijalanjälkeä vähäpäästöisemmällä kulkuvälineellä tai julkisella liikenteellä.
7. **Matkailun paikallinen hyväksyttävyys on erittäin korkea, mutta ympäristövaikutuksiin on kiinnitettävä huomiota.** Paikalliset tunnistavat erityisesti matkailun tuomat työpaikat ja palvelut. Samalla ympäristön muuttuminen, roskaaminen, pysäköinti ja ruuhkautuminen ovat näkyviä kehittämiskohteita.

Kokonaiskuvana Koli näyttäytyy erittäin vahvana, luontoon ja kansallispuistoon perustuvana matkailukohteenä, jossa asiakkaat viipyvät useita päiviä, käyttävät kaupallisia majoituspalveluja ja ovat kokemukseensa hyvin tyytyväisiä. Kolin suurimmat kehittämismahdollisuudet liittyvät ympärivuotisuuden vahvistamiseen, asiakkaan kokonaiskulutuksen kasvattamiseen, kestävään saavutettavuuteen sekä Kolin aseman hyödyntämiseen koko Pohjois-Karjalan ja laajemman matkailualueen matkailun veturina.