

Lieksan 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

Lieksan matkailu oli tarkastelujaksolla lähes kokonaan kotimaista. **Kotimaisten matkailijoiden osuus oli 99,61 % ja kansainvälisten 0,39 %**. Kansainvälisiä matkailijoita näkyi aineistossa muun muassa Andorrasta, Belgiasta, Saksasta, Espanjasta ja Ruotsista.

Kotimaisista lähtöpaikkakunnista korostuivat erityisesti **Joensuu, Helsinki ja Kuopio**, minkä jälkeen tulivat muun muassa Vantaa, Espoo, Jyväskylä, Kontiolahti, Lahti, Nurmes, Tampere ja Turku. Matkailijoiden **keski-ikä oli 52,4 vuotta**. Naisia oli 72,75 % ja miehiä 25,06 %. Keskimääräinen viipymä oli **4,02 päivää**.

Matkailijaprofiilissa:

- yöpyvien matkailijoiden osuus oli **54,54 %**
- päiväkävijöiden **26,6 %**
- paikallisten **18,86 %**.

Yleisimmin matkustettiin **puolison tai kumppanin kanssa (42,01 %)**. Perheen kanssa matkusti 31,83 %, yksin 14,67 % ja ystävien kanssa 8,05 %.

Majoitus jakautui usean majoitusmuodon kesken. Suurimmat ryhmät olivat:

- oma mökki tai muu yksityinen vapaa-ajan asunto **19,13 %**
- vuokramökki **18,96 %**
- hotelli **17,74 %**
- sukulaisten tai tuttavien luona majoittuminen **17,74 %**
- leirintämajoitus **8,35 %**
- Airbnb tai vastaava vuokramajoitus **5,39 %**.

Majoitusmuotojen jakauma kertoo Lieksan matkailun monimuotoisuudesta: kaupallisen majoituksen rinnalla **mökkimatkailulla ja yksityismajoituksella on suuri merkitys**.

Luonto on selvästi tärkein matkustusmotiivi

Luonto oli Lieksassa ylivoimaisesti tärkein matkustusmotiivi, **33,06 %**. Seuraavina olivat rentoutuminen (**11,61 %**), sukulaisten tai läheisten tapaaminen (**10,79 %**) ja mökkiloma (**9,5 %**). Harrastusten osuus oli 4,69 % ja muiden syiden 4,34 %.

Kohteen valinnan syitä kysyttäessä **Kolin kansallispuisto nousi tärkeimmäksi yksittäiseksi tekijäksi: sen nimesi 28,98 % vastaajista**. Lisäksi Kolin läheisyys oli tärkein valintaperuste 7,81 %:lle. Näin suoraan Koliin liittyvät syyt muodostivat yhteensä noin **37 % vastauksista**.

Muita merkittäviä syitä olivat:

- kiintymys kotiseutuun **14,24 %**
- ystävän tai tuttavän suositus **7,52 %**
- retkeily- ja ulkoilumahdollisuudet **3,76 %**
- Patvinsuon kansallispuisto **2,57 %**
- tuttu matkailukohde tai yritys **2,18 %**
- tapahtuma tai kokous noin **1,9 %**.

Tulokset osoittavat, että **Koli toimii merkittävänä koko Lieksan matkailua vetävänä tekijänä**, mutta samalla myös alueen muu luonto, mökkeily, kotiseutusuhde ja henkilökohtaiset suositukset vaikuttavat kohdevalintaan.

Aikaisemmilla kokemuksilla oli suuri merkitys: **44,19 % tunsi kohteen aikaisemman vierailun perusteella**. Destinaation omien tietolähteiden osuus oli 18,72 %, Facebookin 10,9 % ja ystävien tai tuttavien 8,18 %.

Matkailun määrä ja taloudellinen vaikutus

Salmi Platformin talousvaikutusnäkymässä tarkastelujaksolle kertyi noin:

6 750 yöpymistä,
340 päiväkäyntiä ja
7 090 käyntiä yhteensä.

Matkailu painottui erittäin voimakkaasti kesään. **Heinäkuu oli selvästi tarkastelujakson suurin matkailukuukausi ja kesäkuu toiseksi suurin**. Myös touko- ja lokakuussa näkyi matkailua, mutta heinäkuun jälkeen määrät laskivat voimakkaasti.

Salmi Platform arvioi matkailutuloksi noin **249 000 euroa**. Keskimääräinen kulutus oli **35,12 euroa henkilöä ja päivää kohden**. Yöpyvien matkailijoiden keskimääräinen kulutus oli **30,54 €/päivä**, kun päiväkävijöiden kulutus oli **125,94 €/henkilö**. Mallinnuksessa yöpyvien matkailijoiden kokonaiskulutus oli noin **206 000 euroa** ja päiväkävijöiden noin **43 000 euroa**.

Kulutusrakenne poikkesi päiväkävijöiden ja yöpyvien välillä. Päiväkävijöillä suurimmat menoerät olivat:

- ostokset ja muut palvelut **23,65 %**
- ravintolat ja kahvilat **23,17 %**
- polttoaine ja lataaminen **19,74 %**
- kulttuuri- ja virkistyspalvelut **17,00 %**
- julkinen liikenne **16,44 %**.

Yöpyvien matkailijoiden kulutuksesta **majoituksen osuus oli 40,73 %**. Seuraavina olivat ravintolat ja kahvilat sekä ostokset ja muut palvelut, molemmat 14,57 %, polttoaine ja lataaminen 11,51 %, kulttuuri- ja virkistyspalvelut 10,01 % ja julkinen liikenne 8,61 %.

Huomio: Salmi Platformin käynti- ja euromäärät ovat alustan oman aineiston ja mallinnuksen tuottamia lukuja. Niitä kannattaa tarkastella ensisijaisesti Salmi Platformin tunnuslukuina, ei Lieksan kaikkia toteutuneita matkailukäyntejä tai kaikkea matkailutuloa kuvaavana virallisena matkailutilastona.

Lieksa osana laajempaa matkailualueetta

Kysymykseen "*Missä muualla kuin Lieksassa kävit matkasi aikana?*" vastasi **1 024 henkilöä**, ja vastauksia annettiin yhteensä 1 992.

Selvästi yleisin muu vierailukohde oli **Koli, 23,95 %**. Seuraavina olivat:

Joensuu 14,41 %

Ruunaa 10,94 %

muu Pohjois-Karjala 10,29 %

Bomba 8,94 %

muu Lieksa 8,58 %

Juuka 6,58 %

Tahko 1,56 %.

Vain **8,13 % vastauksista** kertoi, ettei matkailija käynyt matkansa aikana muualla.

Tulos osoittaa erittäin vahvasti, että **Lieksan matkailija liikkuu laajalla alueella ja yhdistää saman matkan aikana useita kohteita**. Koli on selvästi tärkein, mutta myös Joensuu, Ruunaa, Bomba, Juuka ja muu Pohjois-Karjala muodostavat merkittävän osan matkaketjusta.

Erityisesti **Koli-Lieksa-Ruunaa-kokonaisuudella** on tulosten perusteella vahva pohja yhteisille tuotteille, päiväretkille, reiteille ja yritysten väliselle ristiinmyynnille.

Saavutettavuus ja liikkuminen

Lieksan matkailu perustui tarkastelujaksolla vahvasti maantieliikenteeseen. **Maanteiden osuus matkareiteistä oli 88,07 %**, mutta myös raideliikenteen osuus oli näkyvä, noin **9,96 %**. Keskimääräinen matkustusetäisyys oli **381 kilometriä**.

Käytetyistä liikennevälineistä yleisimmät olivat:

- bensiiniauto **53,42 %**
- dieselauto **18,00 %**
- juna **9,92 %**
- ladattava hybridi **8,63 %**
- matkailuauto tai vastaava **3,01 %**.

1 038 vastaajalta kysyttiin tärkeintä syytä käytetyn kulkuvälineen valintaan. Selvästi tärkeimmäksi nousi **matkan sujuvuus, 42,77 %**. Seuraavina olivat:

- matka-aika **13,49 %**
- sujuva liikkuminen matkakohteessa **12,91 %**
- vaihtoehtojen puute **10,4 %**
- mukavuus **5,11 %**
- kustannussäästö **5,11 %**
- matkaseurueen tekemä valinta **4,34 %**.

Tulokset korostavat, että saavutettavuudessa asiakkaalle tärkeää on **koko matkaketjun toimivuus ja helppous**. Junan lähes 10 prosentin osuus on myös huomionarvoinen ja tukee junaan yhdistyvien jatkoysteyksien kehittämistä.

Kestävä liikkuminen kiinnostaa

Kun vastaajilta kysyttiin, miten he ensisijaisesti vähentäisivät matkansa hiilijalanjälkeä:

- **29,09 %** valitsisi vähäpäästöisemmän kulkuvälineen
- **24,66 %** käyttäisi julkista liikennettä
- 21,19 % ei osannut sanoa
- 16,86 % ei ollut asiasta kiinnostunut
- 7,23 % käyttäisi vapaaehtoisia päästökompensaatiota.

Yhteensä noin **54 % vastaajista** valitsisi ensisijaisesti joko vähäpäästöisemmän kulkuvälineen tai julkisen liikenteen. Tulokset tukevat julkiseen liikenteeseen yhdistyvien matkaketjujen sekä vähäpäästöisen autoilun palvelujen kehittämistä.

Matkailun hyväksyttävyys paikallisten näkökulmasta

Lieksan **Social Indicator oli 84,67 %**, mikä kertoo kokonaisuutena varsin myönteisestä suhtautumisesta matkailuun.

Paikallisten vastauksissa matkailun tärkeimmiksi hyödyiksi nousivat:

- **palvelujen säilyminen 16,31 %**
- **työmahdollisuudet 12,02 %**
- **palvelujen lisääntyminen 9,44 %**
- **alueen vetovoiman paraneminen 9,44 %**
- **matkailun tuomat tulot 7,3 %**
- **alueen näkyvyyden paraneminen 7,3 %**
- **kulttuuritarjonnan lisääntyminen 4,29 %.**

Tuloksissa korostuu matkailun merkitys ennen kaikkea **palvelujen, työpaikkojen, elinvoiman ja alueen tunnettuuden kannalta.**

Haittoja kysyttäessä kaikkein merkittävin tulos oli, että **55,6 % katsoi, ettei matkailu aiheuta paikkakunnalle näkyvää haittaa.** Lisäksi 6,9 % ei osannut nimetä haittaa.

Yksittäisistä nimetyistä haitoista yleisimmät olivat:

- **pysäköintiongelmat 5,6 %**
- **ympäristön muuttuminen 4,74 %**
- **roskaaminen 3,88 %**
- **liikenteeseen liittyvät häiriöt 3,88 %**
- **teiden sulkemiset tai vastaavat liikenneongelmat 3,02 %.**

Asiakastyytyväisyys

Lieksan asiakaskokemuksen tunnusluvut olivat kokonaisuutena hyvät:

asiakastyytyväisyys 84,16 %

Comeback Satisfaction 88,69 %

NPS eli suositteluindeksi 47,01.

Myös avoimen palautteen sentimenttianalyysi painottui selvästi positiiviseen suuntaan:

- **positiivinen 65,26 %**
- **neutraali 10,66 %**
- **negatiivinen 24,08 %**
- **kokonaissentimentti +28,31.**

Palautteissa suurimmaksi aihealueeksi nousivat **aktiviteetit, 35,05 %**. Seuraavina olivat ilmapiiri (12,62 %), ruoka (9,01 %), liikkuminen ja liikenne (7,60 %), palvelut (6,37 %) ja majoitus (5,15 %).

Avoimissa kommentteissa näkyvät muun muassa **luonto, palvelut, ruoka, retkeily, kalastus, reitit ja majoitus**. Kehittämistoiveissa nostettiin esiin esimerkiksi ympärivuotisten majoitus- ja ravintolapalvelujen tarvetta, opastettuja luontopalveluja, kohteiden markkinointia, autottomien matkailijoiden kuljetuspalveluja sekä palvelujen pidempiä aukioloaikoja.

Keskeiset johtopäätökset Lieksan matkailun kehittämiseen

1. **Luonto on Lieksan matkailun selkeä ydin.** Luonto oli ylivoimaisesti tärkein matkustusmotiivi. Koli, Ruunaa ja Patvinsuo näkyvät myös konkreettisesti matkakohteen valinnassa ja matkailijoiden liikkumisessa.
2. **Koli toimii merkittävänä koko Lieksan matkailun vetovoimatekijänä.** Kolin kansallispuisto ja Kolin läheisyys muodostivat yhdessä noin 37 % tärkeimmistä syistä valita matkakohde. Lisäksi Koli oli selvästi yleisin muu vierailukohde.
3. **Matkailijat viipyvät suhteellisen pitkään.** Keskimääräinen viipymä oli 4,02 päivää, mikä antaa mahdollisuuksia lisätä asiakkaan käyttämiä palveluja ja rakentaa usean päivän tuotteita.
4. **Majoitus on monimuotoista.** Vuokramökit, omat vapaa-ajan asunnot, hotellit ja yksityismajoitus muodostavat kaikki merkittäviä ryhmiä. Palveluja kannattaa kehittää myös mökkiasiakkaiden ja muualla kuin hotelleissa yöpyvien tarpeisiin.
5. **Liekse on osa laajaa matkailijan matkaketjua.** Koli, Joensuu, Ruunaa, Bomba, Juuka ja muu Pohjois-Karjala ovat näkyvästi mukana samoilla matkoilla. Tämä tarjoaa vahvan perustan kiertomatkoille, päiväretkille ja yritysten väliselle ristiinmyynnille.
6. **Matkailu on voimakkaasti kesäpainotteista.** Heinäkuu nousee selvästi suurimmaksi kuukaudeksi. Kesän ulkopuolisen matkailun kasvattaminen on siten yksi keskeisistä kehittämismahdollisuuksista.
7. **Juna on Lieksalle huomionarvoinen saavutettavuustekijä.** Lähes joka kymmenes aineistossa näkyvä matkaosuus liittyi junaan. Junan ja paikallisten jatkoyhteyksien yhdistäminen matkailupalveluihin tarjoaa mahdollisuuksia myös autottomalle matkailulle.
8. **Asiakaskokemus on hyvä ja paluupaluuhalukkuus erittäin korkea.** Lähes 89 prosentin Comeback Satisfaction sekä NPS 47 kertovat merkittävästä uusintavierailu- ja suosittelemispotentialista.
9. **Paikalliset suhtautuvat matkailuun myönteisesti.** Matkailun nähdään ylläpitävän palveluja, luovan työpaikkoja ja lisäävän alueen vetovoimaa. Enemmistö ei näe matkailusta aiheutuvan näkyvää haittaa.

10. **Palvelujen saatavuudessa ja autottoman matkailijan matkaketjussa on kehittämispotentiaalia.** Avoimissa palautteissa toivotaan muun muassa ympärivuotisia palveluja, parempia kuljetusmahdollisuuksia, luonto-opastusta ja pidempiä aukioloaikoja.

Kokonaiskuvana Lieksa näyttäytyy vuonna 2024 luontopainotteisena, pitkähkön viipymän matkailukohteena, jossa Koli toimii merkittävänä vetovoimatekijänä mutta Ruunaa, Patvinsuo ja muu Lieksan luontotarjonta täydentävät kokonaisuutta. Erityisiä kehittämismahdollisuuksia ovat ympärivuotisuuden vahvistaminen, Koli–Lieksa–Ruunaa-kokonaisuuden tuotteistaminen, matkailijoiden kokonaiskulutuksen kasvattaminen, junaan tukeutuvien matkaketjujen kehittäminen sekä uusintavierailijoiden ja suosittelun parempi hyödyntäminen.