

## **Pohjois-Karjala matkailualueena. Matkailutarjonta, vetovoimatekijät ja kävijätieto**

Stefan Jones

<b>Tekijä(t)</b> Stefan Jones	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun liikkeenjohto	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Pohjois-Karjala matkailualueena. Matkailutarjonta, vetovoimatekijät ja kävijätieto	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 57 + 6
<p>Tämän opinnäytetyön päätarkoitus on selvittää, millainen matkailualue Pohjois-Karjala on sekä saada kävijätietoa alueeseen liittyen. Näitä selvitettyjä tietoja voidaan mahdollisesti hyödyntää alueen matkailun kehittämisessä.</p> <p>Tietoperustassa keskitytään muutamaan oleelliseen osa-alueeseen, joista päätös matkailulähtöön usein muodostuu. Näitä ovat pohjimmaiset motiivit matkailulähtöpäätöksen taustalla sekä konkreettisemmat tekijät, jotka vaikuttavat matkakohteen valintaan kuten kohteen imago, sen nähtävyydet ja saatavilla olevat elämykset.</p> <p>Tämän jälkeen tarkastellaan yleisesti Pohjois-Karjalan maakuntaa ja sen vetovoimatekijöitä, kuten luontoa ja ruokaa. Lisäksi tutustutaan alueen yleisiin kohteisiin sekä niissä oleviin nähtävyyksiin ja aktiviteetteihin. Asioihin, jotka siis vaikuttavat oleellisesti matkailupäätöksiin.</p> <p>Yleistason katsauksesta päästään tarkempaan kohde-esittelyyn, johon on valittu kolme erityyppistä kohdetta Pohjois-Karjalasta. Nämä kohteet ovat Joensuu, Koli ja Ilomantsi. Esittelyssä käydään läpi kunkin kohteen pääpiirteet, niiden matkailu- ja markkinointisivuja sekä lopuksi katsaus yhteen valittuun nähtävyyteen ja aktiviteettiin.</p> <p>Näistä päästään tutkimaan Pohjois-Karjalan matkailun tilastoja vuosilta 2015–2019, joista saadaan konkreettista kosketuspintaa alueen kävijämääriin sekä niiden muutoksiin viime vuosilta.</p> <p>Kaiken edellä mainitun tiedon pohjalta luotiin kyselytutkimus, jonka tarkoituksena oli kartoittaa alueella käyneiden kokemuksia, motiiveja ja kiinnostuksen kohteita, kuten myös käymisestä kiinnostuneiden mielenkiinnon kohteita sekä molempien ryhmien mielikuvaa alueesta. Lisäksi koetettiin selvittää, olisiko Pohjois-Karjalalla alueena tarjottavaa myös heille, joille alue ei ole tuttu eikä alustavaa kiinnostusta käydä ole. Kyselytutkimukseen luotiin kolme eri kysymyssarjaa näille eri lähtökohdilla oleville vastaajille.</p> <p>Lopuksi esitellään kyselytutkimuksen tuloksia ja lyhyesti muutamia niistä löytyneitä pieniä havaintoja. Kyselytutkimukseen saatiin 247 vastausta.</p> <p>Tämän jälkeen "Pohdinta" -kappaleessa käydään läpi kyselytutkimuksen onnistumista, johtopäätöksiä ja yleiskuvaa saaduista tuloksista sekä muutamaa suurempaa havaintoa. Yksi havainto liittyi esitelyihin aktiviteetteihin ja erityisesti tätä on käsitelty tarkemmin. Tuloksista saatiin laadukasta kävijätietoa Pohjois-Karjalan matkailuun liittyen ja mahdollisesti, joku alueen toimija tai organisaatio voisi tätä hyödyntää. Lopuksi käydään vielä läpi muutama tuloksista johdettu kehitysidea alueen matkailun kehittämiseksi.</p>	
<b>Asiasanat</b> Matkailu, matkakohde, nähtävyys, Pohjois-Karjala, kyselytutkimus, kävijätieto	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Matkakohde ja sen valintaan vaikuttavat tekijät .....	3
2.1	Motiivit .....	3
2.2	Kohteen imago.....	5
2.3	Nähtävyydet.....	6
2.4	Elämys ja aktiviteetit.....	8
3	Pohjois-Karjala matkailualueena ja sen vetovoimatekijöitä.....	11
3.1	Ruoka .....	12
3.2	Kulttuuri.....	13
3.3	Luonto.....	14
3.4	Pohjois-Karjalan kohteet ja nähtävyydet.....	15
3.5	Aktiviteetit Pohjois-Karjalassa .....	16
4	Kohteet .....	17
4.1	Joensuu .....	17
4.2	Kolin kansallispuisto.....	18
4.3	Ilomantsi .....	20
5	Matkailun tilastoja Pohjois-Karjalassa .....	22
5.1	Matkailun kokonaistilastot Pohjois-Karjalassa .....	22
5.2	Ulkomaiset matkailijat Pohjois-Karjalassa .....	23
5.3	Talvimatkailu Pohjois-Karjalassa.....	23
5.4	Lentotilastoja.....	24
6	Kyselytutkimus .....	27
6.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	27
6.2	Kyselylomake.....	29
6.3	Aineiston keräys.....	30
6.4	Kyselytutkimuksen testaus.....	31
6.5	Analyyssimenetelmät.....	31
7	Kyselytutkimuksen tulokset .....	32
7.1	Pohjois-Karjalassa käyneet.....	32
7.1.1	Kohteet, nähtävyydet ja aktiviteetit .....	33
7.1.2	Kiinnostuksenkohteet ja motiivit .....	36
7.1.3	Yöpyminen ja kulkuvälineet.....	37
7.1.4	Tulisiko uudestaan ja kehitysideat.....	38
7.2	Pohjois-Karjalassa käymisestä kiinnostuneet.....	39
7.2.1	Kohteet, nähtävyydet ja aktiviteetit .....	40
7.2.2	Kiinnostuksenkohteet ja motiivit .....	43
7.2.3	Yöpyminen ja kulkuvälineet.....	44

7.3	Pohjois-Karjala ei ole tuttu eikä kiinnostusta käydä ole .....	46
7.3.1	Kohteet, nähtävyydet ja aktiviteetit .....	47
7.3.2	Kiinnostuksen kohteet ja motiivit .....	49
7.3.3	Kulkuväline Suomessa .....	50
8	Pohdinta .....	51
8.1	Havainnot .....	51
8.2	Johtopäätökset .....	52
8.3	Kehittämissuhteet .....	54
8.4	Tutkimustulosten hyödynnettävyys .....	55
8.5	Tutkimuksen luotettavuus .....	56
8.6	Oman oppimisen arviointi .....	57
	Lähteet .....	58
	Liitteet .....	62
	Liite 1. Kyselylomakkeen kysymykset .....	62

# 1 Johdanto

Miksi matkailija lähtee matkalle ylipäätään? Miksi hän valitsee juuri tietyn kohteen? Millaiset nähtävyydet ja elämykset häntä kiinnostavat kyseisessä kohteessa? Tässä opinnäytetyössä tutustutaan seuraaviin aihealueisiin ja selvitetään matkallelähdön ja sen ympärillä esiintyviin valintoihin ja teemoihin liittyvien tekijöiden muodostamaa kokonaisuutta. Tavoitteena on näiden pohjalta kartoittaa Pohjois-Karjalan tarjontaa ja vetovoimatekijöitä matkailualueena, edeten näin siis keskeisten käsitteiden teoriasta yleiskatsaukseen alueesta, josta edetään konkreettisiin esimerkkeihin ja tilastoihin. Lopuksi luotiin kyselytutkimus, jolla pyrittiin saamaan konkreettista tietoa itse matkailijoilta alueeseen liittyen.

Tutkimusongelmana ja kyselytutkimuksen suunnittelua ohjaavina tutkimuskysymyksinä olivat siis esimerkiksi, ihmisten yleinen mielikuva Pohjois-Karjalasta, kuinka moni matkailijoista tuntee ja on käynyt Pohjois-Karjalassa, kuinka moni vastaajista olisi kiinnostunut käymään Pohjois-Karjalassa ja voisiko Pohjois-Karjalalla olla kuitenkin jotain tarjottavaa myös heille, joita käyminen ei kiinnosta. Alaongelmina taas olivat eri kohteiden ja nähtävyyksien tunnettuus ja kiinnostavuus, matkallelähdön motiivit, ovatko matkailijat kokeilleet tai olisivatko kiinnostuneet kokeilemaan Pohjois-Karjalassa saatavilla olevia aktiviteetteja ja elämyksiä.

Matkailualan kehittymisen kannalta erityisen tärkeää tietoa on alueiden, kaupunkien ja nähtävyyksien kävijätieto. Varsinkin Pohjois-Karjalan kaltaisella alueella tällainen tieto voi olla erittäin hyödyllistä paikalliselle matkailualalle esimerkiksi sen markkinoinnin ja palveluiden kehittämisen kannalta. Matkailun kehittäminen Pohjois-Karjalassa on erittäin ajankohtainen aihe, ja laadukkaan kävijätiedon avulla voisi olla mahdollista parantaa ja kehittää alueen matkailua entisestään ja tehokkaammin. Tätä opinnäytetyötä varten luodun kyselytutkimuksen perusteella olikin tavoitteena juuri muodostaa yleiskuva tyypillisistä alueella matkailevista ihmisryhmistä ja heidän intresseistään alueen teemoja, imagoa ja matkailutarjontaa kohtaan.

Kyselytutkimukseen Pohjois-Karjalasta matkailualueena saatiin 247 vastausta. Tutkimus tarjosi paljon laadukasta tietoa matkailijoilta, jotka olivat käyneet alueella ja heiltä, joita kiinnostaisi käydä alueella. Lisäksi saatiin vastauksia sellaisilta henkilöiltä, joita ei kiinnostaisi käydä alueella tai alue ei ole tuttu. Näiden vastausten pohjalta pystyttiin tutkimaan ja vertailemaan, minkälainen matkailutarjonta ja teemat olivat kiinnostaneet alueella käyneitä matkailijoita ja vastaavasti minkälainen alueella käymisestä kiinnostuneita. Lisäksi alueesta kiinnostumattomien vastausten pohjalta pystyttiin toteamaan olisiko Pohjois-Karjalalla mahdollisesti heillekin tarjottavaa.

Tämän tutkitun teorian, tilastojen ja kyselytutkimuksen tarjoaman kävijätiedon pohjalta luotiin lopuksi pohdintaa Pohjois-Karjalasta matkailualueena yleisesti ja mahdollisia kehitysehdotuksia alueen matkailualan kehittämiseksi tai parantamiseksi. Tuloksista löydettiin yksi mielenkiintoinen havainto esiteltyihin aktiviteetteihin liittyen ja tätä on käyty tarkemmin läpi. Vaikka tämä opinnäytetyö toteutettiin omatoimisesti ilman toimeksiantajaa ja ilman toimeksiantajan mahdollisesti vaatimaa tiettyä tarkkaa tavoitetta, pyrittiin tutkitulla ja saatulla tiedolla tarjoamaan yleisluontoinen katsaus Pohjois-Karjalaan matkailualueena, jota mahdollisesti joku alueen matkailualan toimija tai potentiaalinen uusi toimija voisi hyödyntää.

## **2 Matkakohde ja sen valintaan vaikuttavat tekijät**

Matkakohde on muutakin kuin vain maantieteellinen sijainti. Matkakohde on sekoitus matkailutuotteita, matkailupalveluita, luonnonrikkauksia, keinotekoisia elementtejä ja tietoa, jotka kykenevät houkuttelemaan matkailijoita tiettyyn paikkaan. (Manente 10.2008)

Matkakohdetta valittaessa matkailijan päätökseen vaikuttavat useat eri tekijät. Näiden tekijöiden pohjalta matkailijalle muotoutuu tietoisesti ja tiedostamattomasti mielikuva mitä hän matkaltaan haluaa ja minkälaiseen matkaan hän tulee päätymään. Tässä kappaleessa käsitellään muutamia merkittävimpiä tekijöitä tässä prosessissa. Näitä tekijöitä ovat:

- Matkalle lähdön motiivit
- Kohteen imago ja näkyvyys
- Nähtävyydet
- Tarjolla olevat elämykset ja aktiviteetit

### **2.1 Motiivit**

Lähtiessään matkalle on useimmilla matkailijoilla jokin syy sen taustalla. Hotellissa ei yövytää vain koska matkailijan tarvitsee nukkua, ja vastaavasti aterialla ei syödä esimerkiksi luonnossa vain siksi, että jossain pitää syödä pysyäkseen hengissä. Matkailun ja matkailupalveluiden käytön takana on laajempia ja syvempiä syitä. Matkailijan motiivit voidaan karkeasti jakaa kahteen eri ryhmään: matkailijan ensisijaiset motiivit sekä matkailijan toissijaiset motiivit. Ensisijaisilla motiiveilla ilmaistaan, miksi matkailija päättää ylipäätään lähteä matkalle, ja toissijaisilla motiiveilla taas määritellään, mihin ja miten aiotaan matkustaa. (Verhelä & Lackman 2003, 24–25.)

Lähtökohtaisesti jokaisen matkalle lähtevän kohdalla ainakin yksi tai useampi seuraavista ensisijaisista matkustusmotiiveista on olemassa. Työhön liittyviä motiiveja ovat varsinaiset matkat, joissa tarkoituksena on tehdä töitä, tai kokous- ja kongressimatkat, joissa osallistutaan omaan ammattiin liittyviin kokouksiin, näyttelyihin ja messuihin. Fyysisiä ja fysiologisia motiiveja ovat esimerkiksi urheilun ja ulkoilma-aktiviteettien harrastaminen, oman terveyden ylläpito ja kuntoutuminen. Rantalomien lepo, rentoutuminen ja irtiotto arjesta ovat myös tämän kategorian motiiveja.

Kolmantena ovat kulttuuriset, psykologiset, henkilökohtaisen kehittymisen ja oppimisen motiivit. Niihin liittyy erilaisiin kulttuuritapahtumiin, harrastuksiin ja aktiviteetteihin osallistuminen. Yhtenä perinteisimpänä motiivina matkustaa ovat sosiaaliset sekä henkilöiden väli-

set syyt, kuten sukujuhlat tai ystävien tapaaminen. Viidentenä motiivina ovat viihde, huvittelu, nautinto ja ajanviete. Näitä voivat olla konsertit, shoppailu, urheilutapahtumat sekä käynti huvipuistossa. Viimeisenä ovat uskonnolliset motiivit, kuten pyhiinvaellukset tai uskonnolliset opintomatkat. (Verhelä & Lackman 2003, 25–26.)

Toissijaisten motiivien pohjalta voidaan määritellä miten, missä ja milloin ensisijaisen motiivin pohjalta muodostunut matkustamisen tarve voidaan ja halutaan tyydyttää. Toissijaiset syyt on jaoteltu sisäisiin sekä ulkoisiin syihin. Ulkoisia syitä, jotka vaikuttavat matkailijaan ovat esimerkiksi yhteiskunnassa tapahtuvat asiat, lähipiirin mielipiteet ja median vaikutus asiakkaaseen. Matkailijan sisäisiä syitä ovat henkilökohtaiset olosuhteet, kuten käytävissä oleva vapaa-aika, varallisuus, terveys ja perhe. Lisäksi sisäisiin syihin lasketaan asenteet ja käsitykset, esimerkiksi käsitykset eri maista, matkakohteista ja niiden kulttuureista, eri matkustusmuodoista sekä poliittiset mielipiteet. Muita sisäisiä syitä ovat kokemukset matkustamisesta, kuten kokemukset eri kohteista, matkoista, palvelujen tuottajista sekä niiden hinnoista. Edellä mainittuihin syihin matkapalvelujen tuottaja ei voi vaikuttaa, mutta hän voi vaikuttaa matkailijan tietämykseen. Palvelujen tuottaja voi tarjota tietoa matkailusta ja matkakohteista, matkailupalveluiden saatavuudesta sekä niiden hinnoista. (Verhelä & Lackman 2003, 27–28.)

Myös Swarbrooken ja Hornerin (2007, 53.) mukaan turismiin vaikuttavat motiivit voidaan jakaa kahteen pääryhmään:

- Mikä yleisesti motivoi matkailijaa lähtemään matkalle
- Mikä motivoi matkailijaa lähtemään tietylle matkalle tiettyyn kohteeseen tiettyyn aikaan

Useat eri motivoivat tekijät voidaan yhdistää joko yhteen tai molempiin yllä olevista ryhmistä. Lisäksi jokaiseen motivoivaan tekijään vaikuttavat erilaiset teemat ja nämä yhdessä muodostavat oman kokonaisuutensa. Ei ole olemassa laajasti tunnustettua tapaa kategorisoida yksittäisiä turismiin vaikuttavia motivaattoreita, mutta alla olevassa taulukossa ovat listattuna suurimmat pääaiheet ja joitakin niihin liittyviä teemoja. (Swarbrooke & Horner 2007, 53.)



Taulukko 1. Motivoivat tekijät ja niihin vaikuttavat teemat, mukaillen kirjassa olevaa kuvaa. (Swarbrooke & Horner 2007, 54.)

Turisti	
Motivoiva tekijä	Teema
Fyysinen	Terveys, rentoutuminen
Tunneperäinen	Seikkailu, nostalgia, hengellinen kokemus
Kulttuurillinen	Nähtävyydet, uusien kulttuurien kokeminen
Inhimillinen	Ystävien ja perheen luona vierailu, muiden auttaminen
Status	Eksklusiivisuus, muodikkuus, rahan käyttö
Henkilökohtainen kasvu	Tiedon keruu, uuden taidon oppiminen

Jokainen matkailija on oma yksilönsä ja näin ollen heidän motiivinsa ovat myös yksilöllisiä. Yksittäisen matkailijan motiiveihin vaikuttavia mahdollisia tekijöitä ovat persoonallisuus, elämäntyyli, positiiviset sekä negatiiviset kokemukset aiemmilta matkoilta, elämässä tapahtuneet asiat, matkailijan näkemys omista vahvuuksista ja heikkouksista sekä kuinka he haluavat muiden ihmisten näkevän heidät. Useimmiten matkailijan päätökseen vaikuttavat useampi kuin yksi motiivi. Yksilöllä itsellään on monesti useita motiiveja, ja lisäksi mahdollisen matkakumppanin omat motiivit vaikuttavat päätökseen. Näin ollen matkat ovat suurimmassa osassa tapauksista monen eri motiivin pohjalta muodostunut yhdistelmä. Oleellista on myös muistaa, että matkailijan motiivit muuttuvat ajan saatossa. (Swarbrooke & Horner 2007, 55-56.)

## 2.2 Kohteen imago

Kohteen imago linkittyy useisiin fyysisiin ominaisuuksiin, kuten esimerkiksi nähtävyyksiin, palveluihin, rakennuksiin sekä maisemiin. Näitä ominaisuuksia tukevat lisäksi aineettomat mielikuvat ja käsitykset jostakin kohteesta, kuten paikallisten vieraanvaraisuus, kohteen kuviteltu tunnelma sekä hämmästyks ja vieraantumisen tutusta ympäristöstä, jonka voi esimerkiksi tuntea seistessä Grand Canyonin reunalla. Matkailija ei kuitenkaan etsi pelkästään mukavuutta tai viihdykettä, vaan kohteeksi voi myös valikoitua shokkia tai surua aiheuttavia kohteita, kuten Auschwitz-Birkenaun keskitysleiri. Näitä mielikuvia, sekä aineellisia että aineettomia, kohteista ruokkivat aistinvaraiset sekä kognitiiviset vaikutukset, joiden avulla kohteesta muovautuu tietynlainen kuva perustuen esimerkiksi valokuviin, elokuvaan, postikortteihin, uutisiin tai markkinointimateriaaliin. Näistä lähteistä kumpuavat tunnepitoiset vaikutukset yhdistettynä aiemmin muodostettuun kuvaan voivat olla se syy, jonka pohjalta matkailija valitsee tietyn kohteen toisen kohteen sijasta. (Holloway & Humphreys 2016, 212–213.)

Houkutellakseen matkailijoita ja pysyäksään kilpailukykyisinä matkakohteet joutuvat luotamaan ja nojaamaan omaan imagoonsa. Vaikka kyseinen imago olisikin aikoja elänyt, eikä kuvastaisikaan matkakohdetta nykyisessä tilassaan laisinkaan, tämä voi silti olla se imago, joka mahdollisilla matkailijoilla kohteesta on tai mitä matkakohde haluaa itsestään välittää. Suositut matkakohteet, kuten tietyt kaupungit ja rantalomakohteet ja niiden matkailuvaikuttajat luottavat ja hyödyntävät vuosien saatossa kyseisistä kohteista syntyneitä stereotypioita markkinoinnissaan, niin kauan kuin ne vain ovat positiivisia kohteen kannalta. Tämän takia esimerkiksi Pariisi nähdään usein rakkauden kaupunkina, jossa parit suutelevat Eiffel-torni tai Notre Dame taustallaan. Sillä ei kuitenkaan loppujen lopuksi ole suurta merkitystä, vaikka mielikuvat matkakohteesta eivät vastaisikaan täysin kohteen nykyistä todellisuutta. Tämänkaltaiset, todellisuutta suuremmat imagot ruokkivat turismia ja ovat paljon vähemmän riskialttiita kohteen turismille kuin arkisempaan todellisuuteen perustuvat konkreettiset kuvat sekä niistä kumpuavat mielikuvat. (Holloway & Humphreys 2016, 213.)

Tiedostaen imagon merkityksen maan, alueen tai kaupungin matkailulle, moni matkakohde onkin aloittanut prosessin oman imagonsa luomiseksi tai sen kehittämiseksi. Tällaisia keinoja ovat olleet esimerkiksi visuaalisesti kohteeseen yhdistettävien logojen luominen sekä kohteeseen liittyviä mielikuvia herättävä tai nostattava slogan. Slogan voi olla tunteita ja mielikuvia herättävä, mutta se voi myös välittää tietoa kohteesta. Esimerkkejä tämän tyylistä sloganeista ovat Egyptin ”Josta kaikki alkoi” tai Kreikan ”Kaikkien aikojen klassikko”. Kohteen imagon luomisessa on myös tärkeää herättää mielenkiintoa aktivoimalla matkailijaa, tästä esimerkkeinä ovat USA:n ”Löydä Yhdysvallat” tai Etelä-Korean ”Inspiroidu” -sloganit. (Holloway & Humphreys 2016, 214.)

### **2.3 Nähtävyydet**

Vertauskuvallisesti voisi todeta, että matkailunähtävyys on koko matkailuliiketoiminnan sydän. Ilman minkäänlaisia nähtävyyksiä matkailijoilla ei olisi mitään syytä matkustaa lähelle eikä kauas näkemään, kokemaan sekä tuntemaan paikkoja ja elämyksiä. Kaikki matkailunähtävyydet eivät kuitenkaan ole aina nähtävissä tai katsottavissa, joten sanana nähtävyys ei täysin tuo sen merkitystä esiin. Tietysti jotkut paikat kuten rakennukset, esineet tai kokonaiset kaupungit ovat kirjaimellisesti nähtävissä. Tämän lisäksi kuitenkin monet tapahtumat, kulttuurit, ruuat, henkilöt tai vaikka tunnelmat voivat olla yhtä lailla nähtävyyksiä matkailijalle, ja näin samalla myös yksi tärkeistä motiiveista matkalle lähtöön. (Edelheim & Ilola 2017, 53.)

Nähtävyydet toimivat usein matkakohteiden vetovoimatekijöinä ja motiivina matkustaa, kuten esimerkiksi Eiffel-torni Ranskalle tai Taj Mahal Intialle. Alkuperäiseltä tarkoitukseltaan kumpaakaan edellä mainituista ei ole rakennettu nähtävyydeksi, jonka tarkoitus olisi houkutella kohteeseen lisää turisteja. Sen sijaan kohteet ovat ajan saatossa muovautuneet sellaisiksi, ja nykyään se on kyseisten nähtävyyksien päätehtävä. Jotkut nähtävyydet kuitenkin on rakennettu varta vasten tätä tarkoitusta varten, kuten esimerkiksi tietyt museot tai laajemmassa mittakaavassa Disneyn teemapuistot. (Holloway & Humphreys 2016, 266.)

Nähtävyyksiä on paljon monenlaisia, joten Hollowayn & Humphreyn (2016, 276.) mukaan yksi helppo tapa jakaa niitä on jaotella ne viiden yleisen teeman ympärille. Ensimmäisenä ovat historialliset rakennukset sekä perintökohteet. Näihin voidaan laskea yksittäiset kirkot, linnat, palatsit tai kokonaiset vanhat kaupungit, kuten Belgian Brugge. Perintökohteita taas ovat arkeologiset kohteet ja taistelukentät. Tähän kategoriaan lasketaan myös jotkut modernit rakennukset, joilla on ollut vaikutus turismiin, tästä esimerkkinä Bilbaon Guggenheim. Toisena ovat museot sekä taidegalleriat. Kolmantena ovat puistot ja puutarhat, näihin kuuluvat erilaiset kasvitieteelliset puutarhat, eläintarhat sekä huvipuistot. Neljäntenä ovat sekalaiset nähtävyydet, tämän kategorian alle kuuluvat esimerkiksi vedenalaiset sukelluskohteet tai erilaiset kulkuvälineet kuten San Franciscon kaapeliraitiotie. Viidentenä ovat tapahtumat kuten Lontoon Buckinghamin palatsin vahdinvaihto tai Strasbourgin joultori. (Holloway & Humphreys 2016, 276–301.)

Myös Edelheim ja Ilola kategorisoivat teoksessaan (2017, 54.) nähtävyydet neljän pääteeman alle. Näitä ovat historia tai kulttuuri, viihde, tapahtumat ja luonto. Nämä pääteemat eroavat edellisistä Hollowayn & Humphreyn esittelemistä teemoista yhdistelemällä niitä hieman tiiviimmiksi kokonaisuuksiksi ja tuomalla mukaan uuden teeman, luonnon. Historiaan tai kulttuuriin lasketaan aiemmin esitellyistä teemoista kaksi ensimmäistä, historialliset rakennukset ja perintökohteet sekä museot ja taidegalleriat. Viihteeseen kuuluvat esimerkiksi aiemmin esitellyn Puistot ja puutarhat -osion huvipuistot, eläintarhat ja lisäksi kaikki viihteelliseksi laskettavat nähtävyydet. Tapahtumat ovat tässä kategorisoinnissa sama kuin aiemmassa. Viimeisenä on uusi kategoria luonto, joka on hieman selkeämpi osio luontokohteille kuin aiemmassa, jossa luontokohteet saattoivat olla useamman eri teeman alla. (Edelheim & Ilola 2017, 54.)

Tämänkaltaiset nähtävyyksien inventoinnit tuottavat helppotajuisen luettelon nähtävyyksistä, joita kohteessa on ja joita voidaan hyödyntää sellaisenaan tai kehittää eteenpäin. Haittapuolena tällaisessa on kuitenkin se, että usein päädytään katsomaan matkailualu-

etta vain sisältäpäin. Tämä voi johtaa siihen, että matkailijan syvempiä kiinnostuksenkohteita ei ymmärretä tai oteta huomioon. Matkailukohteeksi mielivälle paikkakunnalle ei vielä todennäköisesti riitä, että ne vain listaavat kotisivuilleen listan nähtävyyksistä ja olettavat tällä pelkästään saavansa matkailijat liikkeelle. (Edelheim & Ilola 2017, 54.)

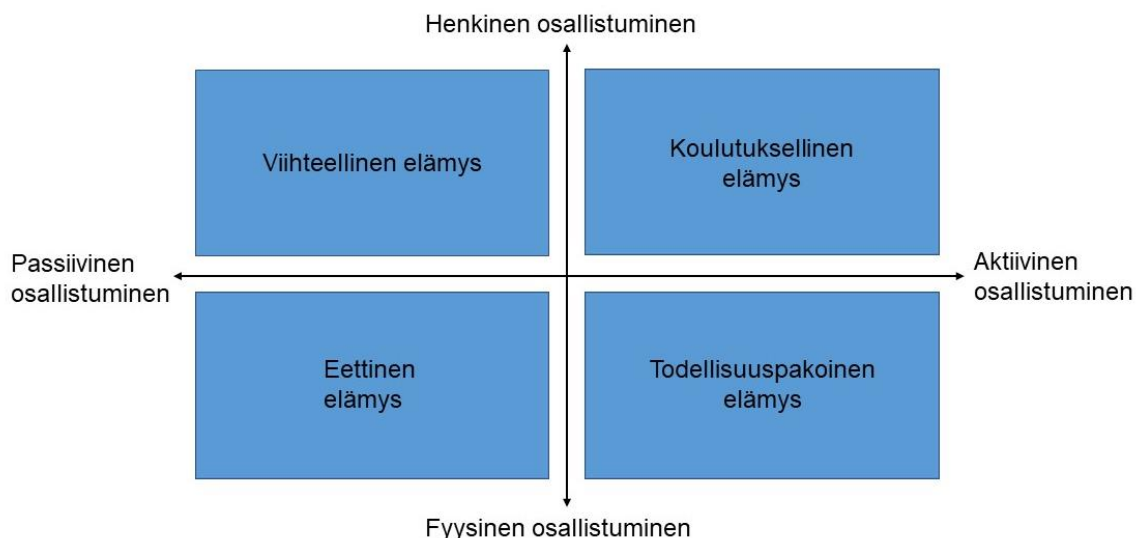
## 2.4 Elämys ja aktiviteetit

Ohjelma- tai opaspalvelujen tarjoamia aktiviteetteja hyödyntävän matkailijan tarkoituksena on useimmiten saada matkaltaan uusia kokemuksia sekä elämyksiä. Tämä tavoite on usein matkailijan omien motiivien sanelema. Jokaiselle matkailijalle elämys on yksilöllinen ja henkilökohtainen, jossa edellytyksenä on kokemus tai tapahtuma, joka tuottaa asiakkaassa pysyvästi mieleen jäävän positiivisen ja ainutkertaisen muiston. Elämys syntyy asiakkaassa itsessään, joten matkailupalveluja tuottava yritys ei siis suoraan tuota elämystä. Tämän sijaan yritys luo puitteet asiakkaan elämykselle tarjoamalla siihen vaadittavat tekniset edellytykset ja ohjaamalla asiakkaan kokemusta. Yritys keskittyy siis laadukkailla palveluilla ja vuorovaikutuksella luomaan ympäristön, jossa elämyksen kokeminen on asiakkaalle mahdollista. (Verhelä & Lackman 2003, 34–35.)

Taulukko 2. Elämykseen vaikuttavia tekijöitä. Mukailen kirjassa olevaa kuvaa. (Verhelä & Lackman 2003, 35.)

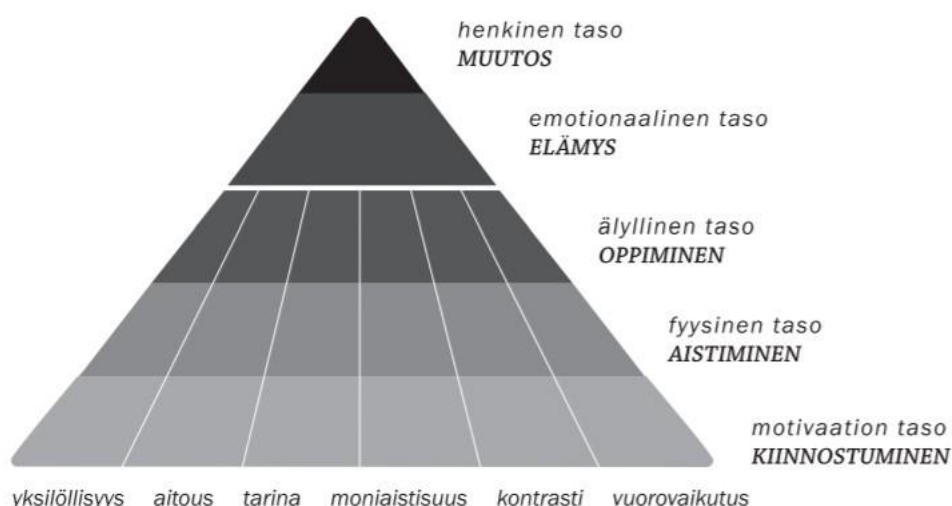
Elämys	
Tietoinen taso	Tiedostamaton taso
Uutuus ja yllätyksellisyys	Turvallisuuden tarve
Jännitys ja pelko	Selviytyminen
Aistit: näkö, kuulo, haju, maku	Liikkumisen ja tekemisen tarve
Vastakohtien kokeminen	Primitiivinen kokemus
Tiedot ja kokemukset	Hoivaamisen tarve

Matkailua tutkineet Pine & Gilmore (1999) ovat luoneet matkailun nelinkentän, jossa määritellään elämyksen eri ulottuvuudet. Elämyksen voi jaotella neljään eri osaan, jossa asiakkaan aktiivisuus tai passiivisuus ovat palvelutapahtuman vaikuttava tekijä. Tämä tarkoittaa sitä, onko asiakas ohjelmapalvelussa mukana tekivänä vai seuraavana osapuolena. Lisäksi toinen nelikentän vaikuttava tekijä on asiakkaan fyysinen tai henkinen osallistuminen palvelutapahtumaan. Näiden neljän osan suhteesta muotoutuu asiakkaan mielessä kokemuksen syvyys.



Kuva 1. Elämyksen nelikenttä. (Pine & Gilmore 1999)

Elämys on siis mieleenpainuva positiivinen kokemus, joka voi parhaimmillaan tarjota asiakkaalle henkilökohtaisen muutoksen. Jotta asiakas voisi saavuttaa elämyksen, täytyy matkailutuotteen tarjota elementtejä, jotka mahdollistavat tämän. Alla olevassa Elämyskolmio-mallissa käydään läpi näitä elementtejä, joista elämys muodostuu. Malli tarjoaa mahdollisuuden analysoida ja ymmärtää mistä juuri esimerkiksi matkailualan tuotteiden elämyksellisyys koostuu. Malli kuvaa ideaalityypistä täydellistä tuotetta, jossa kaikki elämyksen elementit ovat edustettuina. Se on työkalu, jonka avulla voidaan tarkastella tuotteen kriittisiä kohtia tai löytää mahdollisia puutteita. Näin voidaan helposti analysoida tuotetta ja kehittää sitä parhaimpaan mahdolliseen suuntaan. (Tarssanen 2009, 11)



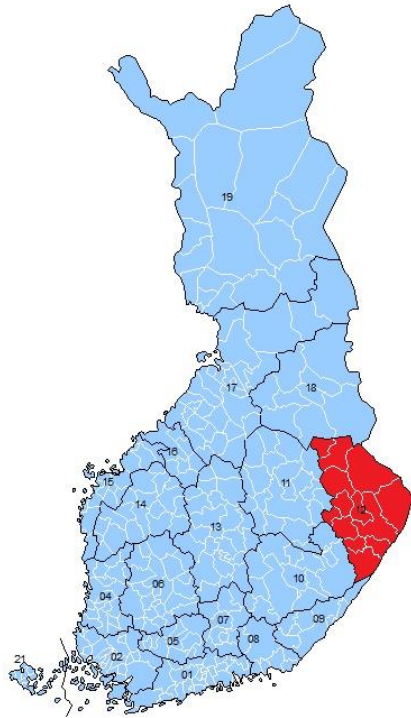
Kuva 2. Elämyskolmio. (Tarssanen 2009, 11)

Elämyskolmio-mallissa tuotteen tarjoamaa elämystä tarkastellaan kahdesta eri näkökulmasta. Ensimmäisenä tarkastellaan tuotetta sen elementtien tasolla ja toisena asiakkaan saaman kokemuksen tasolla. Asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät ovat kuvattuna kuvion alareunassa. Vaikka yritys ei tietenkään pysty varmasti lupaamaan elämystä kaikille asiakkaille, voi mallin avulla tarkastella tuotetta ja koittaa sisällyttää siihen sellaisia elementtejä, joiden avulla elämys saataisiin todennäköisesti asiakkaalle syntymään. Mallia hyödyntäen voidaan palvelu ja tuote jalostaa elämykseksi. (Tarssanen 2009, 12)

Yllä olevista tekijöistä siis muodostuu matkalle lähdön peruspilarit. Aluksi motiivien pohjalta muodostuu päätös lähteä matkalle ylipäätään. Tämän jälkeen alkaa konkreettisesti kohteen valinta. Tähän päätökseen vaikuttavat taas tutkitut aiheet, kuten imago, nähtävyydet ja saatavilla olevat elämykset. Nämä tekijät vaikuttavat matkailijan päätökseen motiivien kautta tärkeysjärjestyksessä. Tunneperäisten seikkailujen perässä oleva matkailija aloittaa prosessinsa elämysten ja aktiviteettien kautta. Näin hän valitsee vaikkapa parhaan tarjolla olevan elämyspalvelun kohteesta välittämättä tai imagoltaan parhaan kohteen, joka tarjoaa saman elämyspalvelun. Seuraavassa kappaleessa tutkitaan Pohjois-Karjalaa matkailualueena ja sen vetovoimatekijöitä. Näin saadaan tarkempi kuva siitä mitä alueella on tarjota peilaten tutkittuihin aiheisiin, imagoon, nähtävyyksiin ja aktiviteetteihin.

### 3 Pohjois-Karjala matkailualueena ja sen vetovoimatekijöitä

Kappaleessa tarkastellaan lyhyesti Pohjois-Karjalan maakunnan mahdollisia vetovoimatekijöitä ja sen ominaispiirteitä kuten väestönrakennetta, saavutettavuutta, ruokaa, kulttuuria, luontoa, kohteita, niiden nähtävyyksiä sekä aktiviteetteja. Nämä ovat asioita ja teemoja, jotka usein vaikuttavat oleellisesti matkailijan matkallelähtöpäätökseen. Tarkoitus on näin siis luoda yleiskuva alueesta sekä siitä, millainen Pohjois-Karjala on matkailualueena.



Kuva 3. Mukaillen stat.fi Suomen maakuntakarttaa (Tilastokeskus 2015)

Pohjois-Karjala on Itä-Suomen läänissä sijaitseva maakunta, joka on samalla, myös Suomen itäisin maakunta. Se jakaa noin 300 kilometriä rajastaan Venäjän kanssa. Vuoden 2018 lopussa Pohjois-Karjalassa on ollut 162 240 asukasta, joista 47,5 prosenttia on asunut kaupunkialueella. Eläkeläisten osuus asukkaista on 25,6 prosenttia. Maakunnan pinta-ala on 17 761 km<sup>2</sup>. Pohjois-Karjalan maakunnan maakuntakeskus on Joensuun kaupunki. Kyseisessä kaupungissa asuu koko maakunnan edellä mainitusta 162 240 asukkaasta 76 551 asukasta. (Tilastokeskus 2018; Joensuun kaupunki 2019)

Kuten aiemmin todettu, kohteen imagon rakentamisessa tärkeää ovat mielikuvat. Lonely Planetin Suomen matkaoppaassa (Symington & Parnell 2012, 190.) Karjalaa kuvaillaan näin: ”Karjalassa metsät ovat jotenkin... kauaskantoisempia. Tule Karjalaan ja voit kokea

todeksi tämän kaihoisan mietteen. Jos etsit korpea, väkevää historiaa ja ehkäpä jopa suomalaista sielua, niin löytöretkesi alkaa täältä”. Ja lisäksi: ”Alueen kulttuurin, kielen, uskonnon, ruuan ja musiikin ollessa vahvasti itäisen naapurin vaikutuksen muovaama, on Karjala vastakohtien alue”. Näillä sanoilla muovautuu Pohjois-Karjalasta matkailijan mielessä lähes mystinen kuva. Näin siis hyödyntäen aiemmin Hollowayn & Humphreysin (2016, 213.) mainitsemaa todellisuutta suurempaa imagoa matkailun edistämiseksi.

Tämän lisäksi esimerkiksi Pohjois-Karjalan maakuntaliiton (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2018) mukaan kiteytys alueelle on, että karjalaisuus on erityisesti asenne ja mielen-tila. Tähän kuuluu olennaisesti esimerkiksi karjalainen vieraanvaraisuus, yhteisöllisyys sekä alueen omaleimainen avoimuus tuttavallisen jutustelun kautta. Pohjois-Karjala on paikka, jonne palataan tavalla tai toisella, ja alueen kulttuuri elää rennosti mutta vahvasti maakuntalaisten kuin alueelta lähteneidenkin suvussa. Suomen heimotunteista yksi vahvimpia onkin siksi juuri karjalaisuus. Maakuntaliiton markkinoinnin slogan on ”Kaiken maailman karjalaiset”. (Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2018)

Ilmateitse portti Pohjois-Karjalaan on Joensuun vuonna 1937 perustettu lentoasema. Lennot Helsinkiin alkoivat jo kesällä vuonna 1950. Nykyään Finavian hallinnoimalle Joensuun lentoasemalle on päivittäin noin 4–5 lentoa. Vuonna 2019 lentoaseman kautta kulki yhteensä 126 613 matkustajaa, noin 4,2 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. (Finavia Oy 2020a; Ilias Oy 2020)

Rautateitä pitkin tärkein reitti Pohjois-Karjalaan on Helsinki-Joensuu ratayhteys. Etäisyys Helsingistä on noin 440 kilometriä. Suurin osa matkasta kulkee Karjalan radalla, joka on kaksiraiteinen Kouvolasta Luumäelle, mahdollistaen näin vain reilun neljän tunnin matkajan. Helsinki-Joensuu-välillä kulkee päivittäin viisi InterCity-vuoroa ja yksi Pendolino-vuoro. Joensuun rautatieaseman vanha asemarakennus on säilytetty 1800-luvun hengessä ja se on kulttuurihistoriallisesti merkittävä nähtävyys itsessään. Muualle Pohjois-Karjalaan Joensuusta on jatkoyhteys kiskobussilla Lieksan kautta Nurmekseen. (VR Group Oy 2019)

### **3.1 Ruoka**

Viime vuosikymmenten aikana ruokakulttuuri on kasvanut yhä tärkeämmäksi ja näkyvämmäksi osaksi kansallista identiteettiä. Suomalaisia perinneruokareseptejä sekä raaka-aineita on kerätty ja koottu yhteen ympäri maata. Tavoitteena on elvyttää suomalaista ruo-



kaperinnettä ja tuoda vanhat reseptit uuteen valoon korostaen niiden arvoja ja omaleimaisuutta. Näillä perinneruuilla myös markkinoidaan Suomea tuoden ruokakulttuuri osaksi Suomi-kuvaa. (Stenros 2011, 8.)

Karjala on tunnettu kahdesta asiasta: vieraanvaraisuudestaan sekä hyvästä ruuastaan. Erityisesti jälkimmäistä taitoa arvostetaan perinteitä kunnioittavassa Karjalassa paljon. Tämän takia useat reseptit ja valmistustavat ovatkin säilyneet suvuissa samanlaisina satoja vuosia. Uunin käyttö on aina ollut olennainen osa Karjalaista ruokakulttuuria. Leivinuuni on ollut kodin keskus, jossa valmistetaan ruuat ja jolla lämmitetään tupaa. Ensin uunissa paistettiin piirakat ja rieskat kovalla lämmöllä, tämän jälkeen lämmön laskiessa paistettiin leivät. Lopuksi matalalla lämmöllä kypsyivät paistit, laatikot ja puurot. Perinteisin pohjois-karjalainen ruoka on soikeat, päältä avoimet karjalanpiirakat. Ne olivat erottamaton osa karjalaista elämäntapaa. Piirakoita valmistettiin usein pyhä- ja juhlapäivinä suuria määriä talkoovoimin. Nykyään karjalanpiirakat ovat osa laajempaa suomalaista ruokakulttuuria, ja niitä löytää lähes maan joka kolkasta. Piirakoidensa lisäksi Pohjois-Karjala tunnetaan myös pehmeistä ja happamista ruisleivistään. (Stenros 2011, 14–16.)

Karjalaisen ruuan juuret ovat alkuaan itärajan takaa. Venäläisiltä omaksuttiin esimerkiksi ruuan kypsytykseen hauduttamalla tai hapattamalla. Hapatuksesta hyviä esimerkkejä ovat rahkat ja piimät, joista rahkat ovat edelleen suosittuja pääasiäisleivonnaisissa. Myös karjalanpiirakat ovat alun perin venäläisiltä omaksuttuja. Karjalanpiirakoiden tapaan ympäri Suomea tunnettu karjalanpaisti muhii uunissa vuorokauden yli parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi. Karjalanpiirakoiden lisäksi muita perinteisiä karjalaisia piirakoita ovat ohutkuoriset sultsinat ja tsupukat. Voisulalla valeltuja mannapuurotäytteisiä sultsinoita voi löytää esimerkiksi Joensuun torilta. (Ideakeittiö 2013)

### **3.2 Kulttuuri**

Eurooppalaisilla on historian saatossa pitkään ollut tietynlainen mielenkiinto ja uteliaisuus itää kohtaan. Läntisen kulttuuripiirin matkailijoille, taitelijoille ja kirjailijoille itä on ollut omanlainen kulttuurinen mysteeri, Tätä ilmiötä on kutsuttu orientalismiksi. Suomessa vastaavanlainen termi, karelianismi, syntyi kuvaamaan 1800-luvun lopun Karjalaa sekä Kalevalan inspiroimaa kirjallisuutta, musiikkia ja taiteita. Kalevalasta syntyneille mielikuville etsittiin eläviä vastineita Karjalasta. Karjalan maisemat ja alueen myyttinen mielikuva inspiroivatkin sellaisia teoksia kuin Akseli Gallen-Kallelan Kalevala-maalaukset, Jean Sibeliuksen Kalevala-sävellykset sekä Eino Leinon Helkavirsiä-runokokoelman. Tuon ajan taitelijoille Karjalan rajaseudut olivat suomalaisen taiteen ja kulttuurin inspiraationlähde. Maa-

laukset, kuten Paanajärven paimenpoika, Palokärki ja Kolin maisemat kuvaavat karelianismista luonnon, maiseman sekä ihmisen välistä vuorovaikutusta. 1930-luvulla oli sivistävää tehdä rengasmatka Punkaharjulle, Kolille, Viipuriin ja Valamoon. Tuolloin ei kuitenkaan enää niinkään etsitty 1800-luvun lopun kalevalaromanttisia maisemia vaan itäisiä vaikutteita, kuten Pietarin ja ortodoksisten sipulikirkkojen sävyjä. (Löytönen & Kolbe 1999, 200–201.)

### **3.3 Luonto**

Pohjois-Karjalan luontoa hallitsee metsien, soiden ja vesistöjen suuri määrä. Alueen luonto koostuu eteläisen ja pohjoisen luonnon kohtaamisesta; etelässä Järvi-Suomen maisemat vaihtuvat hiljalleen pohjoiseen mentäessä yhä enemmän metsäkasvillisuuteen. Monimuotoisen luonnon merkittävä osa on myös Pohjois-Karjalan lävitse kulkeva vaarajakso. (Pohjois-Karjalan Vaellusreittiopas 2004a)

Pohjois-Karjalan maakunta voidaan siis jakaa kahdeksi omaksi erottuvaksi maisemakokonaisuudeksi Pohjois-Karjalan järviseuutuun ja vaaraseutuun. Nämä kaksi omaa aluettaan erottaa Pielisjärven eteläistä reunaa mukaillen maakunnan karkeasti keskeltä luoteis-kaakko-suunnassa halkaiseva kvartsiittijakso. Tällä vyöhykkeellä kohoavat Pohjois-Karjalan suurimmat ja mahtavimmat vaarat. Näistä tunnetuin ja merkittävin on Kolin vaarajakso, jolla Ukko-Koli nousee peräti 250 metriä Pielisen pinnasta. Vaarajakson länsipuolella olevat alueet edustavat tyypillisempää Järvi-Suomi-maisemaa ja tälle alueelle suurin osa maakunnan asutuksesta onkin keskittynyt. Vaarajakson itäpuoli taas on erämaista ja harvempaan asuttua Vaara-Karjalaa. Tällä alueella sijaitsevat myös maakunnan suurimmat suot. (Pohjois-Karjalan Vaellusreittiopas 2004a)

Pohjois-Karjalan talvet ovat usein lumisia ja kesät melko lämpimiä. Yhteensä Pohjois-Karjalassa sataa vuoden aikana keskimäärin noin puoli metriä, tästä noin puolet lumena. Alueen eteläiset osat saavat pysyvän lumipeitteen marraskuun lopulla ja pohjoiset ja itäiset alueet jo marraskuun puolivälissä. Lumipeite maakunnassa on paksuimmillaan maaliskuussa, jolloin hieman alueesta riippuen lumen syvyys on keskimäärin 50–70 senttimetriä. Lapin ohella Pohjois-Karjala on Suomen mantereisinta aluetta, joka tarkoittaa suuria keskilämpötiloja lämpimimmän ja kylmimmän kuukauden välillä. Pohjois-Karjalassa tämä ero onkin merkittävä, korkeimmillaan +26 celsiusastetta ja matalimmillaan -27. Mantereisilla alueilla pakkasen purevuus on usein kova ja tämän voi huomata erityisesti Pohjois-Karjalan itä- ja pohjoisosissa. (Pohjois-Karjalan Vaellusreittiopas 2004b)

Pohjois-Karjalassa on kolme näihin omintakeisin maisemiin perustettua kansallispuistoa. Nämä ovat Kolin, Patvinsuon ja Petkeljärven kansallispuistot. Näistä suurin on vuonna 1982 perustettu Patvinsuon kansallispuisto 105 neliökilometrillä. Pienin on jo vuonna 1956 perustettu Petkeljärven kansallispuisto vain kuudella neliökilometrillään. Vuonna 1991 perustettu Kolin kansallispuisto jää näiden väliin 30 neliökilometrillään. Kävijämääriltään Koli on kuitenkin suosituin, 201 800 kävijälläan vuonna 2019. Petkeljärvellä ja Patvinsuolla taas kävi vain 19 400 ja 16 600 vierailijaa vuonna 2019. (Metsähallitus 2019)

### 3.4 Pohjois-Karjalan kohteet ja nähtävyydet

Alla olevassa taulukossa esitellään lyhyesti Pohjois-Karjalan pääkohteita sekä muutamia niiden nähtävyyksiä Visit Karelian verkkosivujen ”Kohteet”-välilehden sisältöä mukaillen. Tarkoituksena on antaa yleiskuva alueen matkailutarjonnasta. Vasemmassa sarakkeessa lihavoituna oleviin kohteisiin tutustutaan tarkemmin seuraavassa kappaleessa.

Taulukko 3. Pohjois-Karjalan pääkohteet ja niiden nähtävyydet, perustuen visitkarelia.fi-sivuilta löytyvään tarjontaan. (Visit Karelia 2020a)

Kohde	Nähtävyyksiä
Heinävesi	Valamon- ja Lintulan luostarit, Heinäveden kirkko, Heinäveden kanavat
<b>Ilomantsi</b>	Parppeinvaaran runokylä, Hermannin viinitila, Profeetta Elian kirkko, Petkeljärven kansallispuisto
<b>Joensuu</b>	Pielisen sillat, kaupungintalo, Taitokortteli, Kauppaneuvoksen kahvila
Juuka	Puu-Juuka, Myllymuseo, Herralankosken puisto, Juuan kirkko
Kitee	Kiteen eläinpuisto, Aquapark vesipuisto,
<b>Koli</b>	Kolin kansallispuisto, Pielisen lautta, Luontokeskus Ukko
Kontiolahti	Jakokosken museokanava, Mustavaaran laskettelukeskus
Lieksa	Änäkäisen virkistysalue, Paaterin puuveistokset, Pielisen museo
Nurmes	Bomban karjalaiskylä, Nurmeksen keskusta,
Outokumpu	Matkailukeskus Vanha Kaivos, Keretin torni, Kaksolan tila
Rääkkylä	Paksuniemen kesäkeidas, Karjalanruusu M. Halosen kukkapelto
Tohmajärvi	Tohmajärven kirkko ja Kirkkoniemi,
Valtimo	Murtovaaran talomuseo, Puukoulu, Yläpihan perinnetila

Visit Karelian tarjontaan pohjaten Pohjois-Karjalasta löytyy useita kohteita, joilla jokaisella on vähintään yksi tai kaksi potentiaalista nähtävyydeksi laskettavaa nähtävyyttä. Tarjontaa löytyy esimerkiksi uskonnollisista nähtävyyksistä Valamon ja Lintulan luostareiden sekä useiden eri kirkkojen muodossa. Erilaisia luonnonnähtävyyksiä taas ovat Kolin ja Petkel-

järven kansallispuistot. Pohjois-Karjalasta löytyy myös useita alueellisia museoita ja kulttuuri- ja luontokeskuksia, kuten Luontokeskus Ukko, Bomban karjalaiskylä tai Murtovaa-  
ran talomuseo. (Visit Karelia 2020a)

### 3.5 Aktiviteetit Pohjois-Karjalassa

Alla olevassa taulukossa on esiteltynä erilaisia Pohjois-Karjalassa toimivien matkailupalveluyritysten tarjolla olevia kesä- ja talviaktiviteetteja. Taulukon aktiviteetit on poimittu Visit Karelian verkkosivuilta ”Kohteet”-sekä ”Näe, koe & majoitu”-välilehtien tarjonnasta. Tarkoituksena on luoda yleiskuva alueella matkailijoille tarjolla olevista aktiviteeteista. Seuraavassa kappaleessa olevassa tarkemmassa kohde-esittelyssä esitellään jokaisesta edellisessä taulukossa valitusta kohteesta myös yksi kesä- tai talviaktiviteetti. Valitut aktiviteetit ovat taulukossa lihavoituna.

Taulukko 4. Kesä- ja talviaktiviteetteja Pohjois-Karjalassa, perustuen visitkarelia.fi-sivuilta löytyvään tarjontaan. (Visit Karelia 2020a)

<b>Aktiviteetit (Kesä)</b>	<b>Aktiviteetit (Talvi)</b>
Vaellus	<b>Lumikenkäily</b>
Sauna	Issikkavaellus
<b>Melontaretket</b>	Villieläinten katselu
Retkeily	Hiihtoretket
Kalastus	Talvikalastusta
<b>SUP-lautailu</b>	Laskettelu
Maastopyöräily	Moottorikelkkailu
Uinti	Lumikelkkasafari
Veneily	Sauna
Sieniretket	Vaellus
	Avantouinti

Visit Karelian tarjontaan pohjautuen useista eri Pohjois-Karjalan kohteista löytyy myös laaja kirjo erilaisia aktiviteetteja. Valikoimaa löytyy niin kesä- kuin talviaktiviteeteista. Suuri osa tarjonnasta on hyvin luontopainotteista ja niissä on pyritty hyödyntämään Pohjois-Karjalan luonnon tarjoamia mahdollisuuksia. (Visit Karelia 2020a)

## 4 Kohteet

Tähän kappaleeseen on valittu tarkasteluun aiemmassa kappaleessa olevasta ”Kohteet ja nähtävyydet”-taulukosta kolme erityyppistä kohdetta Pohjois-Karjalassa. Tarkoituksena on tutustua tarkemmin Pohjois-Karjalan matkailutarjontaan, ja tähän kappaleeseen valitut kohteet ovat ominaispiirteiltään kaikki hieman erilaisia ja tarjoavat näin pienimuotoisen katsauksen alueen matkailutarjonnan laajuuteen. Kappaleessa tarkastellaan kohdetta yleisellä tasolla sekä jokaisen kohteen käyttämiä matkailu- ja markkinointisivustoja sekä niiden tarjoamaa sisältöä. Lisäksi jokaisesta kohteesta esitellään myös tarkemmin yksi nähtävyys sekä kesä- tai talviaktiiviteetti.

### 4.1 Joensuu

Joensuu on, kuten aiemmin mainittu, Pohjois-Karjalan maakunnan pääkaupunki. Joensuu on perustettu vuonna 1848 ja se on 76 551 asukkaallaan Suomen 12. suurin kaupunki. Pinta-alaa on 2 751 km<sup>2</sup>, josta vesistöjä 369 km<sup>2</sup>. Joensuun asukkaista lähes 20 000 on opiskelijoita, mikä tekee Joensuusta väkilukuun suhteutettuna Suomen suurimman opiskelijakaupungin. (Joensuun kaupunki 2019; Visit Karelia 2020b)

Esimerkiksi suositusta Ilosaarirockistaan tunnettu Joensuu, seitsemän sillan kaupunki, on sekoitus vireää ja rentoa kaupunkitunnelmaa, mutta myös maalaisidylliä kauppatorin karjalaisen elämänmenon höystämänä. Venäjän tsaari Nikolai I:n Pielisen varrelle perustama kaupunki on Pohjois-Karjalan maakuntakeskus ja kuten aiemmin mainittu, myös suuri opiskelijakaupunki. Kaupungin tunnelmaa luovat kaupungin sloganissakin mainitut, Pielisjoen ylittävät seitsemän siltaa sekä Eliel Saarisen suunnittelema kaupungintalo sekä eläväinen kauppatori. Kulttuuritarjontaa Joensuusta löytyy esimerkiksi kaupungin Taidemuseon sekä Pohjois-Karjalan museon muodossa sekä käsityöperinteitä ylläpitävästä Taitokorttelista. Yhtenä Joensuun erikoisuutena voi myös mainita maailman pohjoisimman sekä Suomen ainoan trooppisen perhospuutarhan Botanian. (Visit Karelia 2020c)

Joensuulla ei ole omaa Visit Helsinki -tyylistä matkailu- ja markkinointisivua, mutta vastaavanlaista sisältöä koko Pohjois-Karjalan alueen matkailua edistävän Visit Karelia -matkailusivuston kautta. Visit Karelia on Karelia Expert Matkailupalvelu Oy:n ylläpitämä matkailu- ja markkinointisivusto, joka tarjoaa Pohjois-Karjalan alueen matkailijoille tietoa majoituspalveluista, nähtävyyksistä, tapahtumista sekä muista alueella matkailuun liittyvistä tarpeista. Karelia Expert Matkailupalvelu Oy taas on Pohjois-Karjalan matkailun alueorganisaatio, jonka yksi tavoitteista ja perustehtävistä on kasvattaa maakuntaan kohdistuvaa

matkailukysyntää. Visit Karelia on verkkosivuna tyylikäs ja selkeä, sekä se antaa matkailijalle houkuttelevan kuvan Joensuusta kaupunkina. Sieltä löytyy helposti kaikki tarvittava tieto alueella matkustamiseen. (Karelia Expert 2020)

Joensuun nähtävyydeksi on valittu kaupungin keskustassa sijaitseva Taitokortteli ja Kauppaneuvoksen kahvila. Taitokortteli on Joensuun keskustassa toimiva matkailu-, käsityö- ja kulttuurikortteli, jonka yhteydessä toimii myös Kauppaneuvoksen kahvila. Alue sijaitsee viihtyisässä puutalokorttelissa tarjoten matkailijoille ainutlaatuisen miljöö. Korttelista on muotoutunut matkailijoiden, kaupunkilaisten ja käsityöläisten keskus ja yhtenä vetovoimatekijänä ovat muiden palveluiden lisäksi useat erilaiset näyttelyt ja tapahtumat. Kauppaneuvoksen kahvila on suosittu kahvila alueella, joka on sisustettu maalaisromanttiseen tyyliin. Kahvilassa on tarjolla erilaisia kotileivonnaisia ja karjalaisia perinneherkkuja. (Taitokortteli 2020)

Aktiviteetiksi Joensuusta taas valikoitui Arctic Trainers -yrityksen tarjoama SUP-lautailu. Yritys on SUP-elämysretkiin erikoistunut ohjelmapalveluyritys, jonka valikoimiin kuuluu useita eritasoisia SUP-lautailukursseja, ohjelmapaketteja ja retkiä. Tämän lisäksi yritys tarjoaa SUP-lautojen välinevuokrausta. Yksi retkipaketeista on Joensuun kuuden sillan retki, jossa lautaillaan kaikkien Pielisjoen ylittävien siltojen ali. Vaativamman tason retkipaketti on päiväreissu Joensuusta Ruunaan koskille. Pakettiin kuuluu aamupäivän SUP-lautailua Joensuussa, jonka jälkeen siirrytään koskille loppupäiväksi. Ohjelmaan kuuluvat opastukset koskenlaskuun sekä ruokailu ja kuljetukset. (Arctic Trainers 2020)

## **4.2 Kolin kansallispuisto**

Kolin kansallispuisto on yksi Suomen nuorimmista kansallispuistoista. Puisto on perustettu 1991, ja alueen pinta-ala on muutamien laajennusten jäljiltä 30 km<sup>2</sup>. Kolin kansallispuiston, sekä samalla myös koko Etelä-Suomen, korkein kohta on Ukko-Kolin laki, joka kohoaa 347 metriä merenpinnan yläpuolelle ja 250 metriä Pielisjärven pinnasta. Se sijaitsee Pielisjärven länsirannalla Lieksan, Enon ja Kontiolahden alueella, osa Pielisen saarista kuuluu myös osaksi kansallispuistoa. Koli sijaitsee noin 60 kilometriä Joensuusta pohjoiseen ja on saavutettavissa joko omalla autolla tai linja-autoyhteydellä. Kesäisin Kolille on laivayhteys järven toiselta puolelta Lieksasta. Matkailu on jo vuosikymmeniä ollut ja on edelleen Kolin alueen tärkeä elinkeino. Tämän vuoksi alueella onkin matkailuun liittyviä palveluita, kuten Hotelli Koli, laskettelurinteitä sekä Luontokeskus Ukko. Maisema Pieliselle vaarojen laelta on tunnettu suomalainen kansallismaisema ja se on innostanut taitelijoita jo satoja vuosia sitten, esimerkiksi itse Eero Järnefelt sekä Jean Sibelius ovat vierailleet näissä maisemissa. (Lampén, Wennström & Putus 2007, 214–218.)

Kuten aiemmin mainittu, matkailu Kolilla on ollut voimissaan jo pitkään, ja matkoja alueelle tehtiin jo yli sata vuotta sitten. Kolin jylhät vaarat, Pielisen saaret sekä metsäiset maisemat ovat joidenkin mielestä jopa koko Suomen kaunein luontomatkailukohde. Upeiden maisemien lisäksi Koli tarjoaa myös laajan kattauksen vaelluspolkuja, hiihtolatuja sekä laskettelurinteitä, joiden avulla matkailija voi nauttia kansallispuiston luonnosta. Retkeilyreittejä kansallispuistossa on noin 80 kilometriä ja talvisin hoidettuja latuja noin 60 kilometriä. Suosiosta ja matkailijoista huolimatta Kolin monipuoliset matkailupalvelut on sovitettu yhteen puiston suojelutarpeiden kanssa. Kolin matkailun slogan Visit Karelian verkkosivuilla on ”Koe Suomen kansallismaisema”. (Visit Karelia 2020d)

Kolin matkailualueen yritysten, organisaatioiden sekä matkailun kehittämistä tukevien yksityishenkilöiden yhteistyöjärjestö on Kolin matkailuyhdistys ry. Yhdistyksen tavoitteena on lisätä alueen vetovoimaisuutta ja näkyvyyttä sekä tämän lisäksi kehittää alueen matkailua jäsenten yhteistoiminnan kautta samalla valvoen matkailutoimijoiden yhteisiä etuja. Kolin matkailuyhdistys omistaa Kolin matkailu Oy:n, joka ylläpitää esimerkiksi Koli.fi-verkkosivuja, jotka ovat Kolin alueen viralliset matkailu- ja markkinointisivut. Näiltä sivuilta matkailija voi löytää tietoa Kolista, siellä olevista palveluista sekä myös reaaliaikaista tietoa laidoista ja vaellusreiteistä. Kolin verkkosivut ovat selkeät ja niiltä löytyy kaikki tarvittava tieto. Ulkoasultaan ne ei eivät kuitenkaan aivan vedä vertoja Visit Karelian verkkosivuille. Näillä verkkosivuilla Kolin matkailun slogan on ”Syvintä suomalaisuutta”. (Kolin matkailu Oy 2020a)

Kolin nähtävyydeksi valittiin jo aiemmin mainittu Pielisen autolautta, joka kulkee väliä Koli-Lieksa-Koli. Jo kolmen vuosikymmenen ajan Kolin ja Lieksan välillä operoinut autolautta MF Pielinen on kuljettanut matkailijoita läpi Pielisen upeiden maisemien. Lautta yhdistää erinomaisella tavalla kaksi alueen matkailukeskusta, Kolin ja Lieksan. 45-metrinen alus on Suomen sisävesien suurin autolautta, ja se on hyödyllisen yhteytensä lisäksi jo itsessään nähtävyys. Laivalla on tilaa 24 henkilöautolle ja 150 matkustajalle. Noin 2 tunnin matkan aikana matkailijoita laivalla palvelee pieni kahvio. (Kolin matkailu Oy 2020b)

Aktiviteetiksi Kolilta valikoitui Feel Koli -yrityksen järjestämä opastettu lumikenkäretki. Feel Koli on erikoistunut alueella järjestettäviin retkiin ja erilaisia retkiä on saatavilla eri sesonkeina. Tähän aktiviteetiksi valittu lumikenkäretki vie asiakkaat Kolin upeimmille maisemapaikoille, jääputouksille sekä talviseen metsään. Kävelyn aikana opas kertoo Kolista ja sen historiasta sekä luonnosta. Opastettu retki järjestetään talvikaudella tammikuun alusta maaliskuun loppuun. Retki on takuulähtö ja se järjestetään joka lauantaina ja toteutetaan vaikka vain yksi asiakas osallistuisi. Kaksi tuntia kestävä retken hintaan kuuluu lumikenkien vuokra, opas ja kuuma juoma. (Feel Koli 2020)

### 4.3 Ilomantsi

Ilomantsi on Pohjois-Karjalassa sijaitseva kunta, joka on perustettu vuonna 1875. Elokuun lopussa vuonna 2018 asukkaita kunnassa on ollut noin 5127. Kunnan pinta-ala on 3172 km<sup>2</sup>, josta vesistöä 402 km<sup>2</sup>. Ilomantsi on Suomen sekä Euroopan Unionin manneralueen itäisin kunta ja sillä on Venäjän kanssa yhteistä rajaa noin 100 km. Naapurikuntia ovat Joensuu ja Lieksa. Lähin lentokenttä, rautatieasema sekä sisäsatama sijaitsevat Joensuussa noin 72 kilometrin päässä. Ilomantsi tunnetaan esimerkiksi sotahistoriastaan, karjalaisen kulttuurin vaalijana sekä Suomen ortodoksisimpana kuntana. (Ilomantsin kunta 2018)

Vanhaa karjalaista runonlaulukulttuuria jylhien vaarojen kupeessa vesistöjen ympäröimänä. Tämänkaltaisilla mielikuvilla Ilomantsia markkinoidaan Visit Karelia -matkailusivustolla. Sivun mukaan itse Elias Lönnrot matkasi 1800-luvulla Ilomantsin maisemissa keräten paikallisten runonlaulajien säkeitä. Näitä runoja ja säkeitä Lönnrot käytti lähteenä ja inspiraationa esimerkiksi kirjoittaessaan Kantelettaren. Karjalaisen kulttuurin lisäksi Ilomantsissa luonto on yksi tärkeimmistä vetovoimatekijöistä ja alueella onkin useita vaellusreittejä, joita vierailijat voivat patikoida sekä upeita hiihtolatuja läpi vaarojen ja järvien. Ilomantsin matkailun slogan Visit Karelian verkkosivuilla on ”Itäisintä Eurooppaa, aidointa karjalaa”. (Visit Karelia 2020e)

Ilomantsin matkailun tukena on Ilomantsin Matkailuyhdistys, joka on perustettu vuonna 2009. Tehtävänä on edistää ja kehittää Ilomantsin kunnan alueella olevien matkailualan toimijoiden, kuten yritysten ja yhteisöjen yhteistoimintaa. Tavoitteena on lisätä Ilomantsin alueen vetovoimaa sekä tunnettuutta. Ilomantsin Matkailuyhdistys ylläpitää Visit Ilomantsi-nimistä verkkosivua, joka tarjoaa tietoa esimerkiksi alueen nähtävyyksistä, majoituksesta, ruokailutarjonnasta sekä luonnosta. Tämän lisäksi matkailuyhdistyksellä on kesä-, heinä- ja elokuussa auki oleva matkailun neuvontapiste. Neuvontapiste sijaitsee Parpeinvaaran Runokylän Luontopirtti Mesikässä, Ilomantsissa. (Visit Ilomantsi 2019a)

Visit Ilomantsin matkailu- ja markkinointisivuilla on koottuna yhteen kattavasti kaikki alueella sijaitsevat matkailupalvelut, kuten majoitukset, nähtävyydet ja ruokailupaikat. Tämän lisäksi sivuilta matkailija löytää tietoa alueen luonnosta, erilaisista retkeily- ja vaellusreiteistä, kalastuksesta ja melonnasta. Eri vuodenaajoista sivulta löytyy oma talvimatkailuosio, jossa kerrotaan hoidetuista laduista ja laskettelumahdollisuudesta. Näitä tietoja hyödyntäen matkailija pystyy paremmin suunnittelemaan mahdollista matkaansa alueella. Sivusto on ulkoasultaan tyylikäs ja selkeä ja välittää kävijälle mielenkiintoisen kuvan Ilomantsista



matkailualueena. Ilomantsin slogan Visit Ilomantsin sivuilla on ”Ikkuna itään”. (Visit Ilomantsi 2019b)

Ilomantsin valittuna nähtävyytenä on Hermannin viinitila sekä viinitorni. Hermannin viinitila on vuonna 1989 perustettu viinitila ja näin ollen se on myös Suomen vanhin viinitila. Yritys koostuu viinitilasta, sen myymälästä ja lähistöllä sijaitsevasta viinitornista. Myymälästä on mahdollista ostaa kaikkia tuotteita, kuten viinejä, likööreitä ja kuohuviinejä. Maistelutilaisuuksia ja vierailuita on mahdollista järjestää tilauksesta. Hermannin viinitorni ja sen päällä sijaitseva Viinibaari Huippu on yksi Ilomantsin omaleimaisimmista nähtävyyksistä. 33-metrisen vesitornin katolla sijaitsevasta baarista avautuvat näkymät Ilomantsin ja ympäröivien metsien, järvien ja vaarojen yli. (Hermannin viinitila 2020)

Erityismainintana Ilomantsin nähtävyyksistä on Pyhän profeetta Elian kirkko. Ilomantsi on Suomen ortodoksisinta aluetta ja seurakunta on perustettu jo 1300-luvulla. Pyhän profeetta Elian kirkko heijastelee tätä historiaa ja se onkin Suomen suurin puinen ortodoksinen kirkko ja se on rakennettu jo vuonna 1892. (Ilomantsin matkailuyhdistys 2020)

Aktiviteetiksi Ilomantsin alueelta valikoitui Koihu Adventuresin tarjoamat melontaretket. Yritys tarjoaa eritasoisia ja eri kestoisia melontapaketteja erityisesti Patvinsuon kansallispuistossa Koitereen ja Koitajoen maisemissa sekä muualla Ilomantsin alueella. Erilaisia retkipaketteja on niin yhden päivän melonnoista koko viikonlopun kestäviin pitkän matkan retkiin. Retkillä matkailijoiden on mahdollista nähdä ja kokea Ilomantsin alueen järvien, jokien ja koskemattoman luonnon rauha. Patvinsuon kansallispuiston alueella matkailijoilla on mahdollista tutustua ja meloa Koitereen upeille hiekkarannoille. Melontapakettien lisäksi yritys tarjoaa kanoottien ja SUP-lautojen vuokrausta tunteista useampaan päivään matkailijoille, jotka eivät tarvitse opaspalveluita. (Koihu Adventures 2020)

Kokonaisuutena Pohjois-Karjala matkailualueena siis tarjoaa melko laajan valikoiman erilaisia kohteita, joista jokaisessa on ainakin jonkinlaisia nähtävyyksiä ja aktiviteetteja tarjolla. Imagonsa puolesta Pohjois-Karjala vaikuttaa erottuvan erityisesti luontokohteiden ja luonnonläheisten aktiviteettien osalta. Lisäksi erottuva piirre tutkituissa aineistoissa, niin kirjallisessa kuin verkossa, on ollut alueen karjalaisen ruuan, kulttuurin ja historian korostaminen. Seuraavassa kappaleessa tarkoituksena on selvittää, kuinka suuri vetovoimatekijä alueen tarjonta on ollut matkailijamäärien osalta.

## 5 Matkailun tilastoja Pohjois-Karjalassa

Tässä kappaleessa tutustutaan tarkemmin Pohjois-Karjalan matkailuun tilastojen, kuten matkailijamäärien sekä yöpymisten kautta. Tarkoituksena on saada tarkempi kuva Pohjois-Karjalaan suuntautuvan matkailun määrästä. Erillistä huomiota tullaan kiinnittämään ulkomaalaisten matkailijoiden määriin, alueen talvimatkailuun sekä alueen lentotilastoihin. Tässä kappaleessa tarkoituksena on tarkastella Pohjois-Karjalan matkailutilastoja viimeiseltä viideltä vuodelta, eli väliltä 2015–2019. Kyseiset vuodet ovat valittu, jotta saataisiin yleiskuva lähivuosien matkailijamääriin ja sen muutoksiin.

### 5.1 Matkailun kokonaistilastot Pohjois-Karjalassa

Tässä kappaleessa tarkastellaan Pohjois-Karjalaan suuntautuvan matkailun kokonaismääriä, yöpymisiä sekä keskimääräistä viipymisaikaa viimeiseltä viideltä vuodelta, väliltä 2015–2019.

Taulukko 5. Pohjois-Karjalan matkailun kokonaisluvut 2015–2019. (Tilastotietokanta Rudolf 2020)

	2015	2016	2017	2018	2019
AL Pohjois-Karjala					
Yhteensä					
Yöpymiset, lkm	481 194	450 189	456 323	470 391	504 752
Yöpymisten muutos, lkm	-5 400	-31 005	6 134	14 068	34 361
Yöpymisten muutos, %	-1,1	-6,4	1,4	3,1	7,3
Saapuneet	260 369	254 585	259 808	270 099	279 949
Saapuneiden muutos, lkm	-2 304	-5 784	5 223	10 291	9 850
Saapuneiden muutos, %	-0,9	-2,2	2,1	4,0	3,6
Viipymisaika, öitä	1,8	1,8	1,8	1,7	1,8

Vuosien 2015–2019 välillä Pohjois-Karjalassa on käynyt yhteensä 1 324 810 matkailijaa. Tarkastelun kohteena olevan viimeisen viiden vuoden aikana matkailijamäärät ovat pysyneet melko tasaisina: alimmillaan 254 585 matkailijaa vuonna 2016 ja korkeimmillaan 279 949 matkailijaa vuonna 2019. Vuosilta 2017, 2018 ja 2019 on havaittavissa lievä nouseva trendi ja jokaisena vuonna matkailijamäärät ovat hieman kasvaneet. Matkailijoiden keskimääräinen viipymisaika yövyttyinä öinä on ollut tasaisesti 1,8 yötä matkailijaa kohden, paitsi vuonna 2018, jolloin keskiarvo oli 1,7 yötä matkailijaa kohden. (Tilastotietokanta Rudolf 2020)

## 5.2 Ulkomaiset matkailijat Pohjois-Karjalassa

Tässä kappaleessa tarkastellaan Pohjois-Karjalaan saapuvien ulkomaisten matkailijoiden kokonaismääriä, yöpymisiä sekä keskimääräistä viipymisaikaa viimeiseltä viideltä vuodelta, väliltä 2015–2019.

Taulukko 6. Pohjois-Karjalan ulkomaisten matkailijoiden tilastot 2015–2019. (Tilastotietokanta Rudolf 2020)

	2015	2016	2017	2018	2019
AL Pohjois-Karjala					
Ulkomaiset					
Yöpymiset, lkm	87 889	61 904	67 589	70 922	69 943
Yöpymisten muutos, lkm	-15 442	-25 985	5 685	3 333	-979
Yöpymisten muutos, %	-14,9	-29,6	9,2	4,9	-1,4
Saapuneet	32 495	28 611	30 753	31 999	32 305
Saapuneiden muutos, lkm	-11 315	-3 884	2 142	1 246	306
Saapuneiden muutos, %	-25,8	-12,0	7,5	4,1	1,0
Viipymisaika, öitä	2,7	2,2	2,2	2,2	2,2

Vuosien 2015–2019 välillä Pohjois-Karjalassa on käynyt yhteensä 156 163 ulkomaista matkailijaa. Tämä on noin 11,7 prosenttia Pohjois-Karjalan kokonaismatkailijamäärästä. Kuten kokonaismatkailijamäärät, myös ulkomaisten matkailijoiden määrät ovat pysyneet melko tasaisina: alimmillaan 28 611 ulkomaista matkailijaa vuonna 2016 ja korkeimmillaan 32 495 vuonna 2015 ja 32 305 vuonna 2019. Vuodesta 2016 matkailijamäärät ovat kasvaneet, mutta laskevasti. Myös ulkomaisten matkailijoiden keskimääräinen viipymisaika yövyttyinä öinä on ollut tasainen, tosin kokonaistilastoihin verrattuna ulkomaiset matkailijat ovat yöpyneet hieman pidempään: 2,2 yötä matkailijaa kohden verrattuna 1,8 yön kokonaistilastoissa. Vuonna 2015 ulkomaisten matkailijoiden keskiarvo oli peräti 2,7 yötä. (Tilastotietokanta Rudolf 2020)

## 5.3 Talvimatkailu Pohjois-Karjalassa

Tässä kappaleessa tarkastellaan Pohjois-Karjalan talvikauden matkailijatilastoja. Alla olevassa taulukossa talvikauden on laskettu alkavan marraskuussa ja kestävän huhtikuun loppuun. Tarkastelun kohteena on kaikkien saapuvien sekä erikseen ulkomaisten matkailijoiden kokonaismäärät, yöpymiset sekä keskimääräinen viipymisaika viimeiseltä viideltä vuodelta, väliltä 2015–2019.

Taulukko 7. Pohjois-Karjalan talvikauden matkailutilastot 2015–2019. (Tilastotietokanta Rudolf 2020)

	2015	2016	2017	2018	2019
Talvikausi (11-04)					
AL Pohjois-Karjala					
Yhteensä					
Yöpymiset, lkm	173 410	151 100	155 957	170 160	169 567
Yöpymisten muutos, lkm	-12 959	-22 310	4 857	14 203	-593
Yöpymisten muutos, %	-7,0	-12,9	3,2	9,1	-0,3
Saapuneet	92 937	89 395	90 019	97 489	101 292
Saapuneiden muutos, lkm	-10 381	-3 542	624	7 470	3 803
Saapuneiden muutos, %	-10,0	-3,8	0,7	8,3	3,9
Viipymisaika, öitä	1,9	1,7	1,7	1,7	1,7
Ulkomaiset					
Yöpymiset, lkm	42 129	21 099	26 998	29 145	27 406
Yöpymisten muutos, lkm	-7 223	-21 030	5 899	2 147	-1 739
Yöpymisten muutos, %	-14,6	-49,9	28,0	8,0	-6,0
Saapuneet	13 849	10 217	11 382	12 436	12 655
Saapuneiden muutos, lkm	-7 971	-3 632	1 165	1 054	219
Saapuneiden muutos, %	-36,5	-26,2	11,4	9,3	1,8
Viipymisaika, öitä	3,0	2,1	2,4	2,3	2,2

Talvikaudella vuosina 2015–2019 Pohjois-Karjalassa on yhteensä käynyt 471 132 matkailijaa, tämä edustaa noin 35,5 prosenttia koko 2015–2019 aikavälin matkailusta. Ulkomaalaisia matkusti talvikaudella yhteensä 60 539, tämä taas edustaa noin 38,7 prosenttia koko 2015–2019 ulkomaisten matkailijoiden matkailusta. Vuosina 2015 ja 2016 kokonaismatkailijamäärät sekä ulkomaisten matkailijoiden määrät laskivat, mutta tämän jälkeen kokonaismäärät ovat nousseet vaihdellen vuosittain, ja ulkomaisten osuus on noussut, mutta laskevasti. Keskimääräinen viipyminen öinä on ollut talvikaudella tasaisesti hieman vähemmän koko vuoden keskiarvoon: 1,7 yötä matkailijaa kohden verrattuna 1,8 yöhön. Ulkomaisten matkailijoiden viipyminen yövyttyinä öinä on ollut eri joka vuonna, ulottuen peräti 3,0 yöstä hieman koko vuoden keskiarvoa alemmas 2,1 yötä matkailijaa kohden. (Tilastotietokanta Rudolf 2020)

## 5.4 Lentotilastoja

Tässä kappaleessa tarkoituksena on tarkastella Pohjois-Karjalan lentoliikenteen tilastoja viimeiseltä viideltä vuodelta, väliltä 2015–2019. Kyseiset vuodet on valittu, jotta saataisiin yleiskuva sekä pieni katsaus lähivuosien liikennemääriin ja sen muutoksiin. Pohjois-Karjalan ainoa kaupallinen liikennelentoasema on Finavian hallinnoima Joensuun lentoasema. Alla olevat tilastot ovat Finavian tilastoja Joensuun lentoasemalta.

Finavian tilastojen käsitteiden selitykset Finavian (Finavia Oyj 2020b) mukaan:

- Kotimaanmatkustajalla tarkoitetaan matkustajaa, joka on aloittanut matkansa suomalaiselta lentokentältä ja joka myös lopettaa matkansa suomalaiselle lentokentälle. Tilastoissa matkustajan kansallisuus ei ole tiedossa.
- Kansainvälisellä matkustajalla tarkoitetaan matkustajaa, joka on aloittanut matkansa ulkomaiselta lentokentältä ja joka myös lopettaa matkansa ulkomaiselle lentokentälle. Tilastoissa matkustajan kansallisuus ei ole tiedossa.

Taulukko 8. Joensuun lentoaseman matkustajatilastot vuosina 2015–2019 mukaillen Finavian tilastoja. (Finavia Oyj 2020a)

	Kotimaa		Kansainvälinen		Yhteensä	
	Matkustajat	Muutos-%	Matkustajat	Muutos-%	Matkustajat	Muutos-%
<b>2015</b>	121 281	-3,0	12 445	-5,3	133 726	-3,3
<b>2016</b>	112 454	-7,3	10 089	-18,9	122 543	-8,4
<b>2017</b>	110 666	-1,6	9 048	-10,3	119 714	-2,3
<b>2018</b>	111 144	0,4	10 410	15,1	121 554	1,5
<b>2019</b>	112 564	1,3	14 049	35,0	126 613	4,2

Vuosien 2015–2019 välillä Joensuun lentoaseman kautta on kulkenut yhteensä 568 109 matkustajaa. Näistä 56 041, noin 9,8 prosenttia, on ollut kansainvälisiä matkustajia. Finavian tilastoissa kansainväliseksi matkustajaksi lasketaan matkustaja, joka on aloittanut matkansa ulkomaiselta lentokentältä ja joka myös lopettaa matkansa ulkomaiselle lentokentälle. Tilastoissa ei eritellä matkustajien kansalaisuutta. Tilastoista ei myöskään käy ilmi, kuinka suuri osa Pohjois-Karjalaan suuntautuvasta lentoliikenteestä on ollut vapaa-ajan matkoja tai työmatkoja. Tätä tilastoa verrattaessa aikaisempaan tilastoon ulkomaiden matkailijoiden määrästä voidaan todeta, että vuosien 2015–2019 välillä noin 35,8 prosenttia ulkomaisista saapuneista matkailijoista on tullut Pohjois-Karjalaan lentäen. (Finavia Oyj 2020a)

Vuonna 2016 Joensuun lentoaseman tilastoissa on huomattavissa 7,3 prosentin lasku kotimaisten matkailijoiden osalta verrattuna vuoteen 2015. Seuraavana vuonna laskua oli 1,6 prosenttia. Tämä saattaa osittain selittyä VR:n kilpailukykyisemmillä lippuhinnoilla Helsinki-Joensuu välille, sillä vuoden 2016 alusta VR laski kotimaisten junamatkojen lippujen hintoja ja toi uuden lippujen hinnoittelumallin. Uudet lipputyypit olivat Säästölippu ja Peruslippu. Säästölipun hinta on eri reittien mukaan aina sama ja lippuja on saatavilla rajattu määrä. Peruslipun hinta taas riippuu varausajankohdasta. (VR Group 2016).

Edellä olevista kappaleista saadulla tutkimustiedolla ja yleiskuvalla alueesta lähdettiin suunnittelemaan ja rakentamaan kyselytutkimusta, jonka avulla yritettiin selvittää esimerkiksi matkailijoiden yleisiä motiiveja matkallelähtöön ja heitä kiinnostavia teemoja matkoil-  
laan. Lisäksi tarkoituksena oli saada kävijätietoa Pohjois-Karjalan aiemmin esiteltyjen koh-  
teiden, nähtävyyksien sekä aktiviteettien tunnettuutta ja kiinnostavuutta kohtaan.

## 6 Kyselytutkimus

Opinnäytetyön kyselytutkimus toteutettiin huhtikuussa 2020 omatoimisena tutkimuksena, ajanjaksona 17.4-24.4.2020. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kotimaisten ja ulkomaalaisten matkailijoiden kokemuksia heidän matkoiltaan Pohjois-Karjalassa tai heidän tietämystänsä ja mielikuvaa Pohjois-Karjalasta mahdollisena matkakohteena. Tämän lisäksi tarkoituksena oli koettaa saada selville kotimaisten sekä ulkomaalaisten matkailijoiden, heidän, jotka eivät ole käyneet ja joilla ei ole suurempaa kiinnostusta käydä Pohjois-Karjalassa yleisiä mielenkiinnon kohteita matkailun suhteen, ja yrittäen näin selvittää olisiko Pohjois-Karjalalla heidän yleisiin intresseihinsä verrattuna kuitenkin jotain tarjottavaa.

Kyselyn pohjalta lukija ja mahdollisesti Pohjois-Karjalan eri matkailualan toimijat voivat saada lisätietoja siitä, minkälaiset kohteet, nähtävyydet, aktiviteetit sekä teemat herättivät alueella käyneiden matkailijoiden mielenkiinnon, tai mitä alueen tuntevat ja mahdollisesti siitä kiinnostuneet matkailijat haluaisivat nähdä sekä kokea. Lisäksi saadaan lisätietoja matkailijoista, jotka eivät tunne eivätkä ole käyneet alueella, mutta joilla voisi olla alueen tarjontaan liittyviä intressejä.

Kyselytutkimus toteutettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää käyttäen. Tämän tutkimuksen toteuttamista varten valittiin sähköinen internetissä käytettävä Webropol-kyselyalusta. Tutkimuksen pääkohteena olivat kotimaiset ja ulkomaiset matkailijat, joten tämän takia kysely toteutetaan suomeksi sekä englanniksi. Tavoitteena oli saavuttaa vähintään 100 vastausta.

### 6.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Tähän kyselytutkimukseen valittua tutkimusmenetelmää, kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta voidaan kutsua myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Kvantitatiivisella tutkimuksella pyritään selvittämään esimerkiksi lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Tämä kuitenkin edellyttää tarpeeksi suurta ja laadukasta otantaa. Aineiston keruu toteutetaan yleensä, kuten myös tämänkin kyselyn tapauksessa valmiine vastausvaihtoehtoineen varustetulla standardisoidulla tutkimuslomakkeella. Usein tuloksia voidaan havainnollistaa kuvioita ja kaavioita käyttäen tai numeerisilla suureilla. Monesti tarkoituksena on myös selvittää eri asioiden välisiä riippuvuuksia sekä niissä tapahtuneita muutoksia. Näistä saaduista tuloksista yleistetään tutkittuja havaintoja laajemmaksi joukoksi hyödyntäen tilastollista päättelyä. Kvantitatiivista tutkimusta hyödyntäen saadaan yleensä kartoitettua vallitseva tilanne, mutta usein ei pystytä niin tarkasti toteamaan asioiden tarkkoja syitä. Tiivistäen kvantitatiivinen tutkimus siis vastaa numeerisesti suurella otoksella kysymyksiin:

"Mikä?", "Missä?", "Paljonko?", "Kuinka usein?". Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tarvittavat tiedot voidaan hankkia useilla eri tavoilla ja eri lähteistä, yleisimpiä ovat erilaiset rekisterit ja tietokannat. Tietoa voi myös löytyä muiden keräämästä aineistosta tai tiedot kerätään itse. Valmiit aineistot vaativat usein jonkinasteista muokkausta, yhdistelyä tai tietojen tarkistusta ennen kuin niitä voi käyttää kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tämä johtuu yleensä siitä, että aineistot eivät sellaisenaan riitä tai ne eivät suoraan sovi tutkimuksen kysymyksenasetteluun. (Heikkilä 2014, 16)

Kun aineistoa kerätään itse, täytyy tutkimusongelman pohjalta päättää, mikä on tutkimuksen kohderyhmä ja mikä tiedonkeruumenetelmä soveltuu parhaiten. Eri tiedonkeruumenetelmiä voivat olla esimerkiksi postikysely, puhelin- tai käyntihaastattelu tai informoitu kysely. Nykyään kuitenkin yksi yleisimmistä tiedonkeruumenetelmistä on internetkysely. Tämä kuitenkin vaatii, että kohderyhmällä on mahdollisuus internetin käyttöön. Internetissä toteutettavan kyselyn toteutus vaatii asiantuntemusta ja tutkimuksen onnistuminen riippuu usein kyselyn teknisestä toteutuksesta. Tärkeitä osa-alueita esimerkiksi on, kuinka tutkittavalle kohderyhmälle saadaan tieto kyselystä sekä miten estetään kohderyhmään kuulumattomien henkiköiden vastaaminen. (Heikkilä 2014, 17)

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä valittiin, koska yleiskuvan ja asiakasprofiilin muodostaminen isolta matkailualueelta kuten Pohjois-Karjalasta onnistuu tehokkaimmin ja monipuolisimmin isolla otannalla, verrattuna esimerkiksi harvalukuisempiin yksilöhaastatteluihin. Oleellisen olemassa olevan aineiston puuttuessa päätettiin suuri määrällinen data hankkia itse luodulla internetkyselytutkimuksella. Tämä mahdollisti myös kysymystenasettelun siten, että saataisiin vastauksia suoraan tutkittuihin aiheisiin.

Kvantitatiivista tutkimusmenetelmää hyödynnettäessä hyvänä vähimmäisvastaus määränä on hyvä pitää noin 100 vastausta. Tämän suuruisesta vastausmäärästä ja siitä saatavista tilastoista pystytään jo tuottamaan tarpeeksi luotettavaa analyysiä tutkitusta ilmiöstä. (Kananen 2015, 264)

Hyvän ja laadukkaan kvantitatiivisen tutkimuksen perusvaatimuksia ovat valideetti eli pätevyys, reliabiliteetti eli luotettavuus, objektiivisuus eli puolueettomuus, avoimuus sekä hyödyllisyys. Pätevyydellä tarkoitetaan sitä, kuinka tutkimus vastaa siihen mitä oli tarkoitus selvittää. Tutkimus vaatii täsmällisen tavoitteen, jotta tutkija ei tutki vääriä asioita. Luotettavuudella tarkoitetaan tutkimuksen tulosten tarkkuutta. Tulokset eivät saa olla täysin sattumanvaraisia eikä niitä saa yleistää pätevyysalueensa ulkopuolelle. Puolueettomuudella taas tarkoitetaan sitä, että tutkija ei saa antaa omien mielipiteittensä vaikuttaa tuloksiin.



ten analysointiin eikä vääristellä niitä. Avoimuudella viitataan siihen, että kerättyä tietoa tulee niiden käyttötarkoitus selvittää tutkittaville ja että tutkimuksesta raportoitaessa kaikki tärkeät tulokset esitetään eikä vain toimeksiantajan tai tutkijan kannalta edullisia tietoja. Hyödyllisyydellä viitataan siihen, että tutkimus tuottaa jotakin uutta ja relevanttia tietoa, josta voi olla hyötyä tutkijalle tai toimeksiantajalle. (Heikkilä 2014, 27–30)

## 6.2 Kyselylomake

Kyselylomakkeen suunnittelussa lähtökohtana oli luoda yksinkertainen sekä selkeä lomake, jotta vastaaja kokisi vastausprosessin sujuvana ja näin ollen tarjoaisi myös selkeitä vastauksia esitettyihin kysymyksiin. Kysymykset pyrittiin pitämään helposti ymmärrettävinä ja lyhyinä kuitenkin kysymyksen ydintä menettämättä. Tietyissä kysymyksissä tilanteeseen, jossa vastaaja ei mahdollisesti löytäisikään annetuista vaihtoehdoista sopivaa laadittiin myös ”joku muu, mikä?”-tyyppinen kysymysvaihtoehto.

Aluksi kyselylomakkeessa selvitetään vastaajien perustiedot kuten ikä, sukupuoli ja kansallisuus. Perustietojen jälkeen siirrytään kartoittamaan ”Kyllä” ja ”Ei/En” kysymyksillä tuntevatko vastaajat Pohjois-Karjalan sekä ovatko matkailijat käyneet alueella. Näiden rajaavien kysymysten jälkeen vastaajat saavat vastauksiinsa perustuen omat räätälöidyt kysymysosionsa. Kysymysten asettelu ja tyyli tulee perustumaan siihen tietääkö vastaaja alueen, onko hän käynyt alueella tai kiinnostaisiko häntä käydä alueella. Vastaajille, joille alue ei ole tuttu eivätkä he ole siellä käyneet, luotiin omat kysymykset, joiden avulla selvitetään yleisesti mikä heitä matkailijana kiinnostaa, ja näitä vastauksia tullaan peilaamaan Pohjois-Karjalan alueen aiemmin esille tuotuun tarjontaan.

Tämän kyselytutkimuksen ja sen lomakkeen suunnittelussa ohjaavina tutkimuskysymyksinä toimivat seuraavat kysymykset:

- ”Kuinka moni vastaajista tuntee Pohjois-Karjalan alueena?”
- ”Kuinka suuri osa vastaajista on käynyt Pohjois-Karjalan alueella?”
- ”Mitä vastaajat ovat nähneet ja kokeneet tai mitä haluaisivat nähdä ja kokea?”
- ”Minkälaiset motiivit ja syyt ovat saaneet tai voisivat saada vastaajat menemään alueelle?”
- ”Mikä on vastaajien mielikuva alueesta?”
- ”Voisiko alueella olla tarjottavaa myös heille, jotka eivät tunne tai ole käyneet alueella?”

Rajaavien kysymysten tarkoitus oli selvittää vastaajien lähtökohdat kyselytutkimukseen osallistumista varten. Näin tutkimukseen osallistuville vastaajille saatiin kysymysosiot, jotka tarjosivat osuvimmin muotoillut kysymykset ja vastasivat parhaiten heidän lähtökohtiaan. Yhteensä eri kysymysosioita oli kolme. Ensimmäinen kysymysosio heille, jotka vastasivat kysymyksiin 1 & 2, vaihtoehdon ”Kyllä”. Toinen kysymysosio heille, jotka vastasivat

kysymyksiin 1, 2 & 3, vaihtoehdot ”Kyllä”, ”En” ja ”Kyllä”. Lopuksi kolmas kysymysosio heille, jotka vastasivat kysymyksiin 1,2 & 3, vaihtoehdot ”Kyllä”, ”En ja ”Ei”. Sekä heille, jotka vastasivat kysymykseen 1, vaihtoehdon ”Ei”.

Kyselylomakkeen alun rajaavat kysymykset:

1. Oletko kuullut Pohjois-Karjalan alueesta? Kyllä / Ei
2. Oletko koskaan matkustanut Pohjois-Karjalassa? Kyllä / En
3. Kiinnostaako sinua käydä Pohjois-Karjalassa? Kyllä / Ei

Kyselytutkimuksen muut kysymykset löytyvät liitesivun kohdasta ”Liite 1”. Kyselylomakkeen kaikki kysymykset on asetettu pakollisiksi, jotta vastaajilta saadaan yhteneväinen vastauskokonaisuus tutkittavaan aiheeseen. Tutkimuksen muut kysymykset suunniteltiin tietoperustassa tutkitun tiedon pohjalta ja niin, että vastauksista saataisiin tietoperustaan verrattavia tuloksia. Esimerkiksi kysymyksissä kohteisiin ja nähtävyyksiin liittyen hyödynnettiin kappaleessa ”3.4 Pohjois-Karjalan kohteet ja nähtävyydet” esiteltyä taulukkoa ja vastausvaihtoehdot pohjautuvat tähän. Samoin toimittiin myös kysymyksessä liittyen aktiviteetteihin ja elämyksiin. Tähän hyödynnettiin kappaleessa ”3.5 Pohjois-Karjalan aktiviteetit” esiteltyä taulukkoa. Yleisiä kiinnostuksenkohteita kysyttäessä hyödynnettiin tietoperustassa esiteltyjä Pohjois-Karjalan teemoja, ruokaa, kulttuuria ja luontoa. Lisäksi kysyttiin yleisesti käsitellyistä aiheista, kohteista ja nähtävyyksistä, kiinnostuksenkohteina.

Kysymyksellä matkalle lähdön pääsystä pyrittiin selvittämään matkailijoiden motiivia matkallelähtöön. Tämän kysymyksen vastausvaihtoehdot pohjautuvat kappaleessa ”2.1 Motiivit” esitettyyn Swarbrooken ja Hornerin taulukkoon matkallelähdön motiiveista ja siihen liittyvistä teemoista. Kysyttäessä yöpymisistä haluttiin selvittää kuinka kyselytutkimukseen vastanneiden alueella käyneiden toteutuneet yöpymiset ja kiinnostuneiden kävijöiden todennäköiset yöpymiset vastaavat kappaleessa ”5 Matkailun tilastoja Pohjois-Karjalassa” esiteltyjä keskimääräisiä yöpymisiä alueella viimeiseltä viideltä vuodelta. Tietoperustassa oli myös käyty läpi alueen saavutettavuutta, joten kysymyksellä kulkuvälineestä haluttiin selvittää matkailijoiden käyttämiä ja mahdollisesti käytettäviä kulkuvälineitä Pohjois-Karjalaan matkustettaessa.

### **6.3 Aineiston keräys**

Aineistoa kerättiin useasta eri lähteestä, jotta saataisiin laaja ja kattava määrä vastaajia eri vastaajaryhmistä. Ensimmäiseksi kyselytutkimus jaettiin muutamalle valikoidulle ystävä- ja lähipiirille, jotka taas omalta osaltaan jakoivat kyselyä eteenpäin muille valikoiduille vastaajille. Kyseiset valikoidut henkilöt valittiin sen perusteella, että jokainen

heistä edusti karkeasti eri vastaajaryhmää ja että he jakaisivat kyselyä muille samaan ryhmään kuuluville. Näihin vastaajaryhmiin kuului nuoria ja vanhempia sekä kotimaisia ja ulkomaisia vastaajia. Näille henkilöille kysely toimitettiin heidän henkilökohtaisiin sähköposteihinsa. Tämän lisäksi kyselytutkimus jaettiin yleisesti Facebookissa, jotta saatiin satunnainen ryhmä vastaajia. Lopuksi suurena potentiaalisena vastaajaryhmänä oli Haaga-Helia Ammattikorkeakoulun Haagan kampuksen matkailu- ja ravintola-alan opiskelijat, joille kysely jaettiin vastauslinkkinä koulun sähköpostin välityksellä. Tätä varten kyselyyn piti anoa ammattikorkeakoululta tutkimuslupa. Tutkimuslupaa varten luotiin tutkimuslupahakemus, jossa esiteltiin lyhyesti kyselyn tarkoitus, sisältö sekä suunniteltu kohderyhmä.

#### **6.4 Kyselytutkimuksen testaus**

Kun kyselytutkimuksen kysymykset oli saatu mietittyä ja kyselylomake luotua Webropol-kyselyalustalla, oli vuorossa tutkimuksen testaus. Useampi eri henkilö testasi kyselylomakkeen polkujen toimivuuden vastaamalle tutkimukseen kaikilla mahdollisilla eri tavoilla. Tämän lisäksi nämä henkilöt lukivat kyselylomakkeen läpi, jotta välttyttäisiin kirjoitusvirheiltä ja varmistettiin kysymysten ymmärrettävyys. Suomen- ja englanninkieliset osuudet tarkistettiin useamman suomea sekä englantia äidinkielenään puhuvan henkilön toimesta. Yleinen palaute kysymyslomakkeen testauksesta oli, että kysymykset olivat selkeitä ja kyselyyn oli helppoa ja miellyttävää vastata. Testauksen pohjalta tehtiin vain pieniä muutoksia. Näitä olivat esimerkiksi muutamien kirjoitusvirheiden korjaus sekä muutamien vastausosion muuttaminen avoimesta monivalintaan, jotta saataisiin mahdollisimman suuri osa vastauksista standardisoituna datana.

#### **6.5 Analyysimenetelmät**

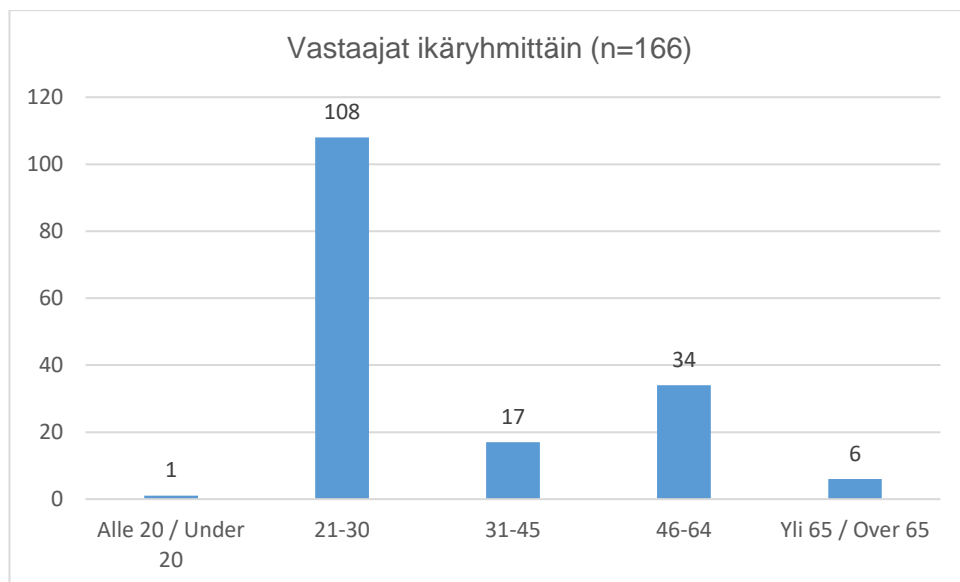
Kyselytutkimuksesta saatuja tuloksia tutkittiin ja analysoitiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää hyödyntäen. Tämä analyysimenetelmä perustuu tulosten kuvaamiseen ja tulkitsemiseen tilastojen ja numeroiden avulla. Hyödyntäen määrällistä analyysiä pystytään tuloksista selvittämään eri ilmiöiden syy-seuraussuhteita, ilmiöiden välisiä yhteyksiä tai niiden yleisyyttä ja esiintymistä juuri näitä numeroita ja tilastoja käyttäen. Tulokset esitettiin pylväskuvina käyttäen frekvenssijakaumaa tulosten havainnollistamisessa. (Jyväskylän Yliopisto 2015)

## 7 Kyselytutkimuksen tulokset

Tässä kappaleessa esitellään ja käydään läpi toteutetun kyselytutkimuksen tuloksia. Tulokset on jaettu kolmeen eri pääryhmään. Jokaisella pääryhmällä oli oma kysymyssarjansa ja näistä saadut tulokset käydään erikseen läpi. Jokainen pääryhmä on jaettu useampaan alaosiin, joista jokainen käsittelee tiettyä kokonaisuutta tuloksista. Yhteensä kyselytutkimukseen saatiin 247 vastausta, kun tavoitteena oli 100 vastausta. Näistä kaikista vastaajista 239 oli kotimaisia ja 8 ulkomaisia. Vastaajien yleisin ikäluokka oli 21–30-vuotiaat 173 vastaajalla. Seuraavana ryhmänä oli 46–64-vuotiaat 38 vastaajalla. Vastaajista 180 oli naisia ja 65 miehiä.

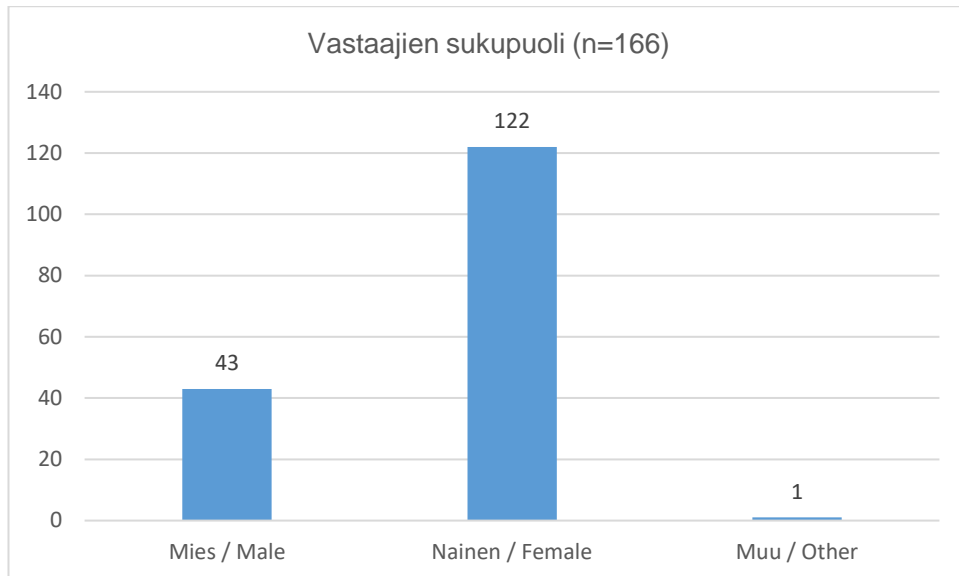
### 7.1 Pohjois-Karjalassa käyneet

Tässä kappaleessa käsitellään rajaavien kysymysten perusteella Pohjois-Karjalassa käyneiden vastaajien tuloksia. Heitä kertyi vastaajista eniten 166 vastauksella.



Kuva 4. Vastaajat ikäryhmittäin.

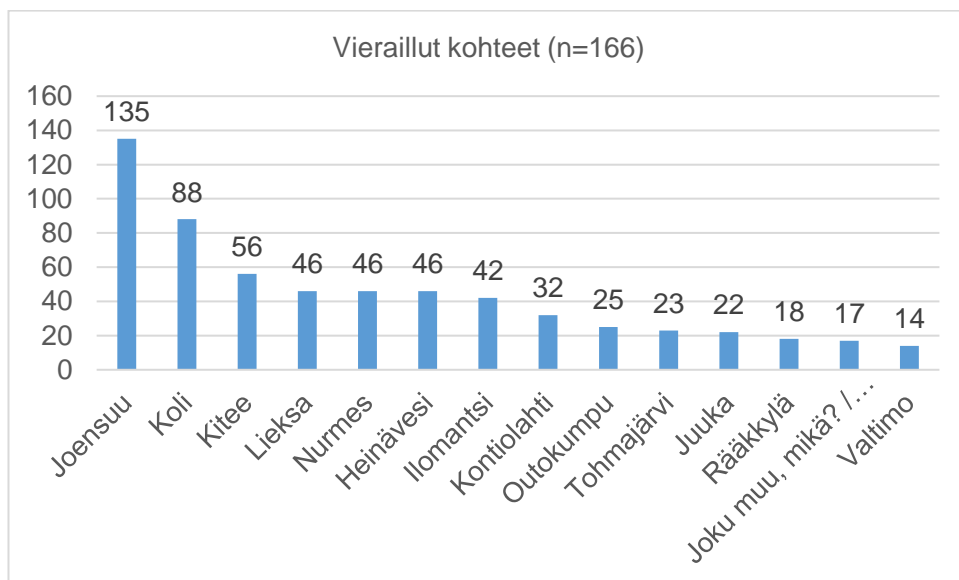
Pohjois-Karjalassa käyneiden yleisimmäksi ikäryhmäksi muodostui 21–30-vuotiaat vastaajat 108 vastauksella. Toiseksi eniten vastauksia tuli 46–64-vuotiaiden ryhmästä 34 vastauksella. Vähiten vastauksia tuli yli 65-vuotiailta ja alle 20-vuotiailta vastaajilta, heidän vastausmäärien ollessa vain 6 ja 1 vastausta.



Kuva 5. Vastaajien sukupuoli.

Kyselyyn vastanneista selkeästi suurempi osa vastaajista oli naisia 122 vastauksella. Miesten vastauksia saatiin 43. Yksi vastaajista valitsi vaihtoehdon ”Muu”. Lisäksi 166 vastaajasta 164 oli kotimaisia vastaajia, joten kansalaisuuksia ei ole eritelty sen vähäisen merkityksen vuoksi.

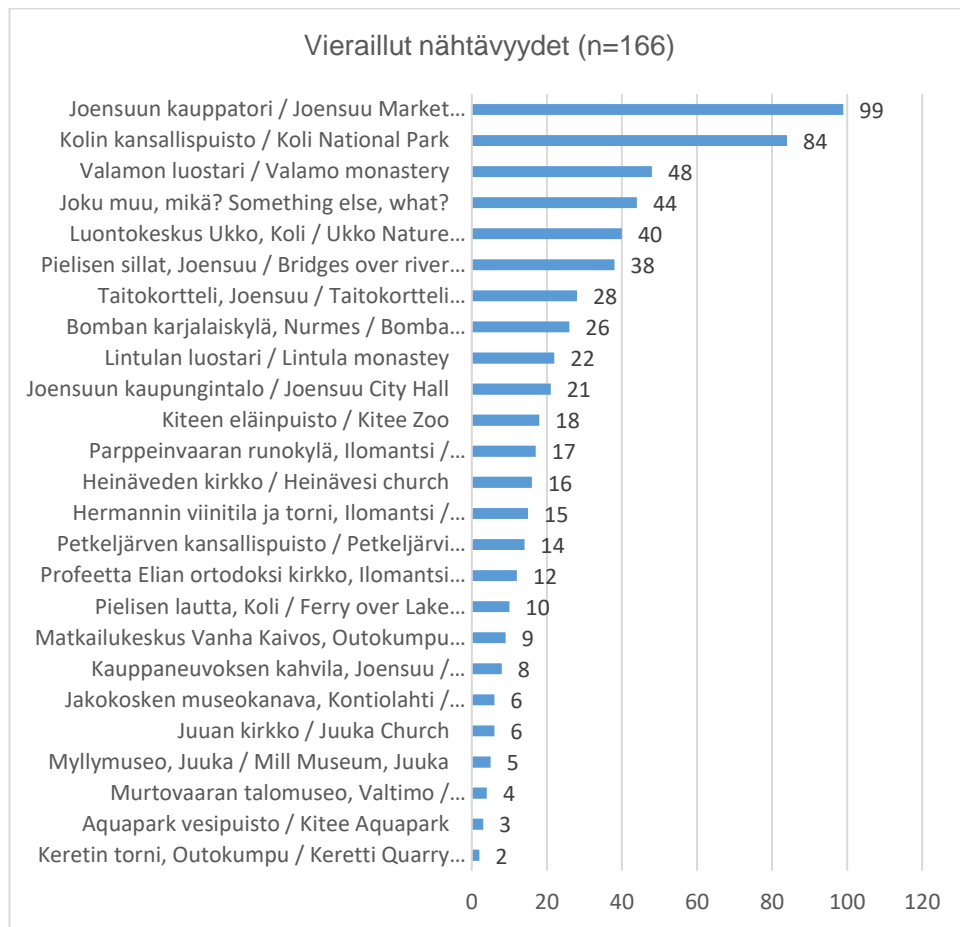
#### 7.1.1 Kohteet, nähtävyydet ja aktiviteetit



Kuva 6. Vieraillut kohteet.

Vierailluista kohteista erottuvat selkeästi aiemmin tutkitut, maakuntakeskus ja suurin kaupunki, Joensuu sekä kansallispuistostaan tunnettu Koli. Vastaajista 135 oli käynyt Joensuussa ja 88 Kolilla. Lisäksi tutkitussa Ilomantsissa oli käynyt 42 vastaajaa. Kahden selkeästi erottuvan kohteen lisäksi vastaajista 56 oli käynyt Kiteellä ja Lieksassa, Nurmeksessa

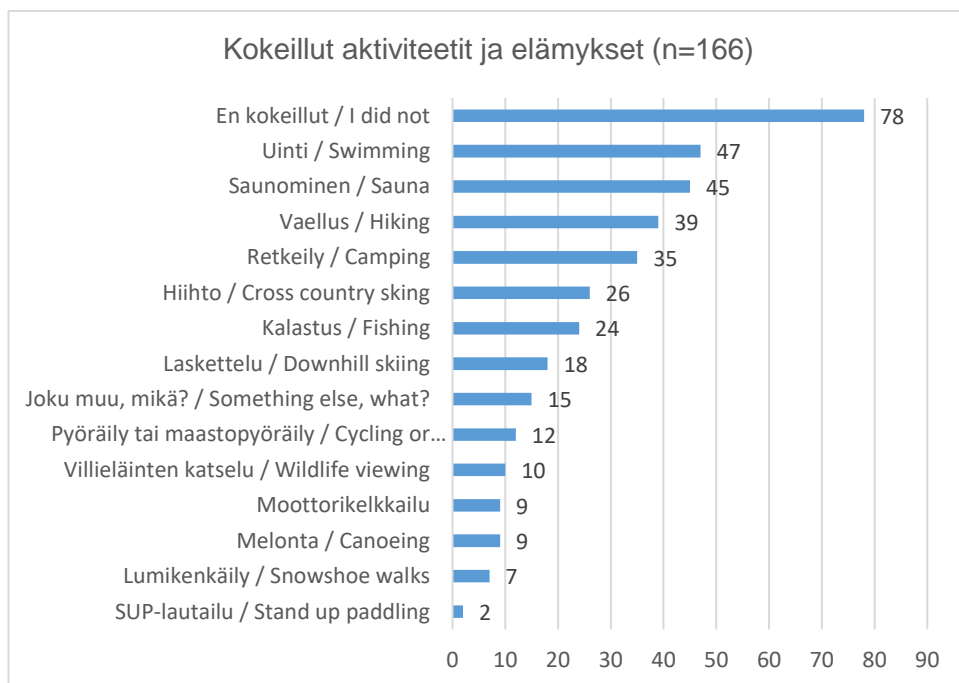
ja Heinävedellä jokaisessa 46. Avoimia vastauksia kertyi 17. Näistä vastauksista erottui kohteena Möhkö, jossa kolme erillistä vastaajaa oli vieraillut. Lisäksi vastauksista erottui enemmän nähtävyydeksi laskettava Ruunaankoski/retkeilyalue kahdella vastauksella. Tämä laskettaisiin kohteena Lieksaan.



Kuva 7. Vieraillut nähtävyydet.

Kuten vierailtujen kohteidenkin kohdalla, vierailuissa nähtävyyksissä on selkeästi huomattavissa Joensuun ja Kolin nähtävyyksien suurempi suosio muihin verrattuna. Näiden lisäksi vain Valamon luostari ja Bomban karjalaiskylä erottuvat hieman suuremmilla vastausmäärillä muista kohteista ja niiden nähtävyyksistä. Yleisin vaihtoehto oli ”Joensuun kauppatori” 99 vastauksella ja toisena ”Kolin kansallispuisto” 84 vastauksella. Kolin kansallispuistossa vierailleista myös 40 vastaajaa oli vieraillut alueen ”Luontokeskus Ukossa”. Aiemmin esillä ollut ja Kolin valituksi nähtävyydeksi otetulla ”Pielisen lautalla” oli käynyt vain 10 vastaajaa. Muita suosittuja nähtävyyksiä Joensuussa olivat ”Pielisen sillat” 38 vastauksella ja aiemmin esitelty ”Taitokortteli” 28 vastauksella. Ilomantsin esitellyistä nähtävyyksistä, ”Hermannin viinitila ja torni” ja ”Profeetta Elia ortodoksinen kirkko”, oli vieraillut 15 ja 12 vastaajaa. Avoimia vastauksia saatiin 44 kappaletta. Näistä yleisimpänä erottui jo

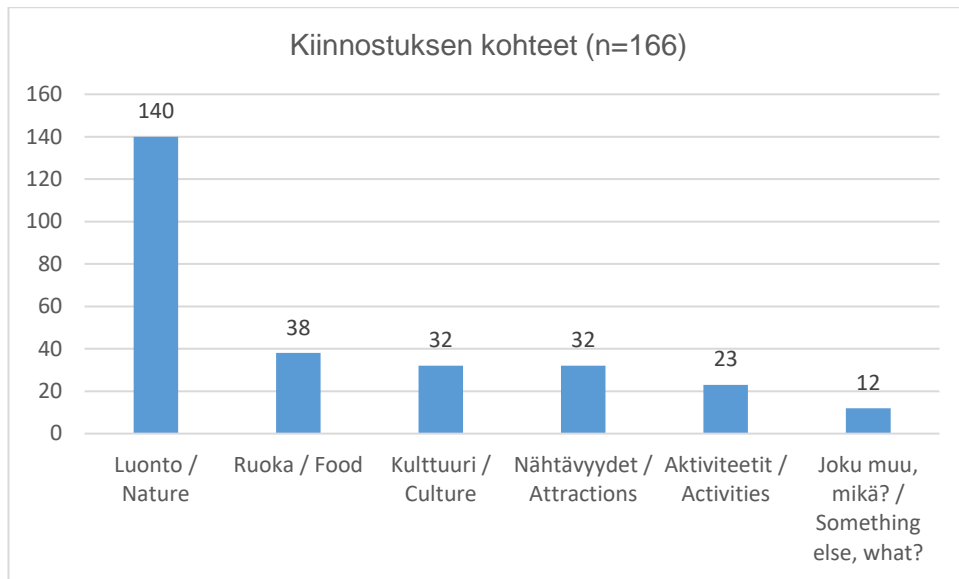
aiemmin esille tullut Ruunaankoski/retkeilyalue viidellä erillisellä vastauksella. Tämän jälkeen toinen erottuva nähtävyys oli Möhkön ruukki ja Möhkön savottakahvila Manta kolmella ja kahdella erillisellä vastauksella. Lisäksi Ilosaarirock sai kolme erillistä mainintaa. Kymmenen avoimesta vastauksesta oli joko mökillä/sukulaisilla käynti, vastaaja ei muistanut tai ei ollut käynyt missään nähtävyydessä. Näitä ei lasketa nähtävyyksiksi.



Kuva 8. Kokeillut aktiviteetit ja elämykset.

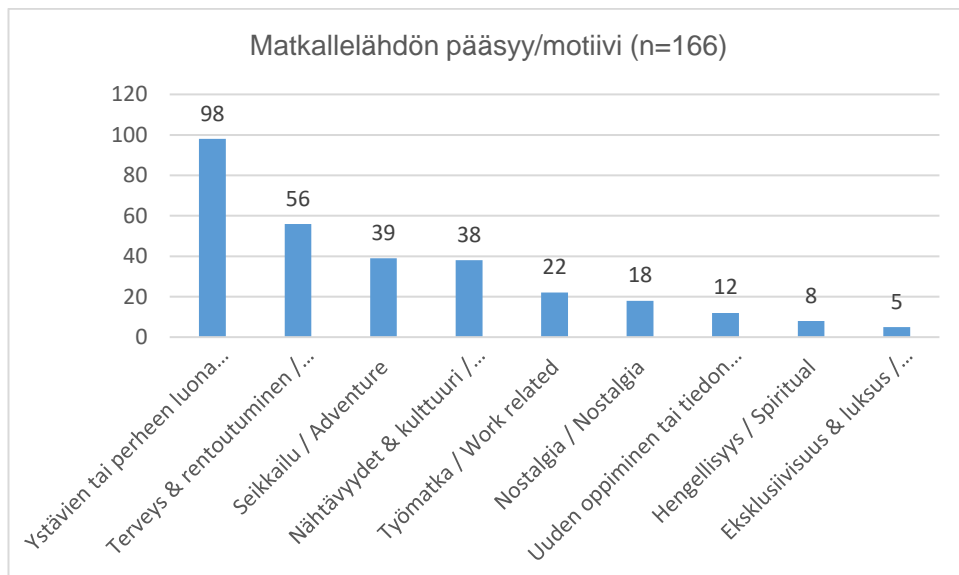
Vastaajista 78 ei ollut kokeillut aktiviteetti- ja elämyspalveluita matkallaan. Loput 88 vastaajaa olivat kokeilleet keskimäärin noin kolmea eri aktiviteettia ja elämystä matkallaan. Kysymyksenasettelun takia ei voida kuitenkaan olla täysin varmoja, onko näitä kokeiltu omatoimisesti vai matkailualan yritykseltä tai yrittäjältä ostettuna. Suosituimpia ovat olleet uinti ja sauna, 47 ja 45 vastauksella. Näiden jälkeen suosituimpia ovat olleet ”Vaellus”, ”Retkeily” ja ”Kalastus”, vastausmäärien ollessa 39, 35 ja 24 vastausta. Kaikista vähiten vastauksia oli vaihtoehdoissa ”Melonta”, ”Lumikenkäily” ja ”SUP-lautailu”, vastausmäärien ollessa 9, 7 ja vain 2 vastausta. Näistä kaikki ovat aiemmin esiteltyjä aktiviteettejä. Avoimia vastauksia kertyi 15 kappaletta. Niistä ainoa useammin kuin kerran esiintyvä vastaus oli koskenlasku kolmella erillisellä vastauksella.

### 7.1.2 Kiinnostuksen kohteet ja motiivit



Kuva 9. Kiinnostuksen kohteet.

Yleisistä teemoista kiinnostuksen kohteina kysyttäessä vastaajien ehdoton suosikki Pohjois-Karjalasta oli ”Luonto” 140 vastauksella. Tämän jälkeen toiseksi suosituin oli ”Ruoka” 38 vastauksella ja jaetulla kolmannella sijalla ”Kulttuuri” ja ”Nähtävyydet” 32 vastauksella. Avoimia vastauksia kertyi 12 kappaletta. Näistä selkeästi erottuva teema oli viidellä eri vastauksella Pohjois-Karjalan ihmiset ja elämänmeno. Mahdollisena valmiina vaihtoehtona tähän kategoriaan olisi saattanut tulla paljon enemmän vastauksia.

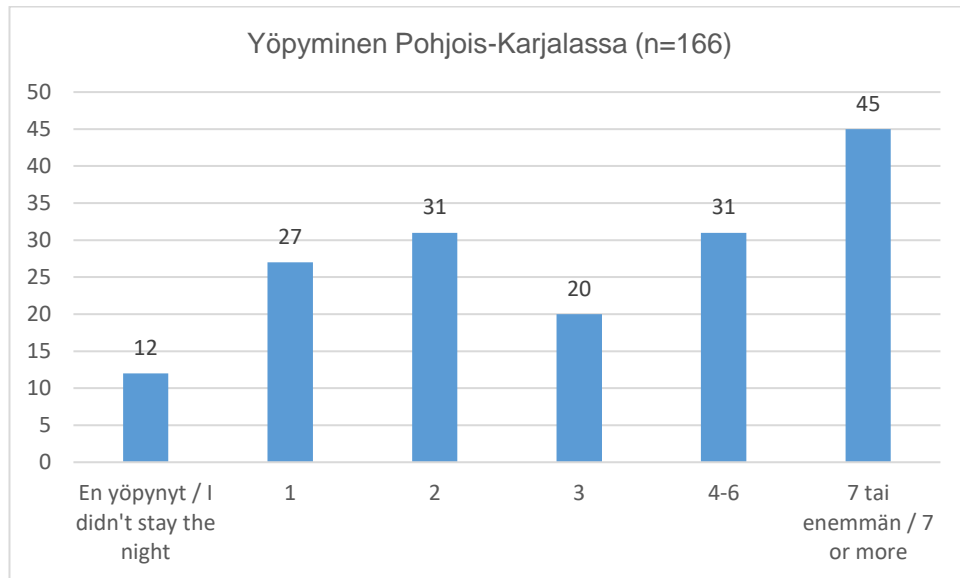


Kuva 10. Matkalle lähdön pääsyy/motiivi.



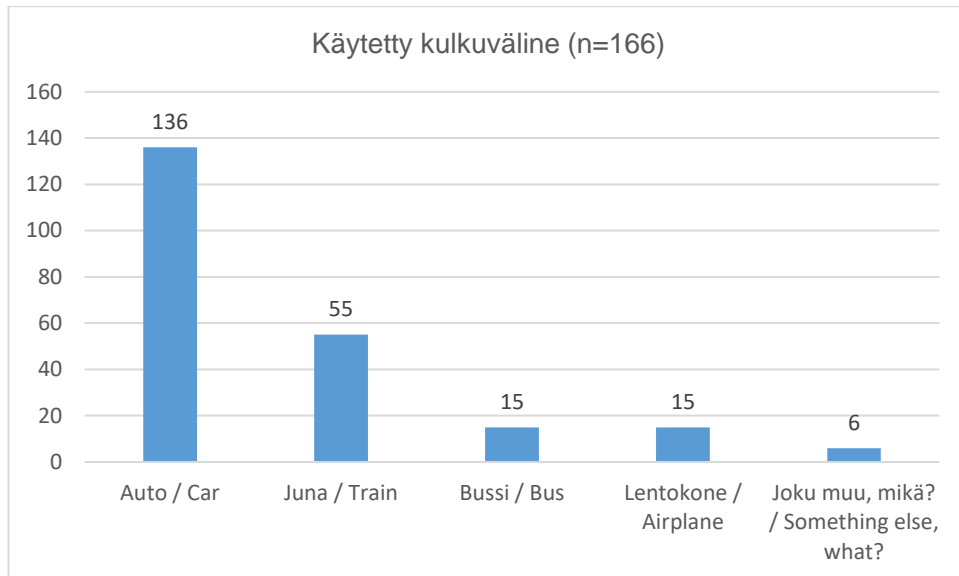
Vastaajien yleisimmäksi pääsyyksi muodostui inhimillinen motiivi eli ”Ystävien tai perheen luona vierailu” 98 vastauksella. Toisena ja kolmantena olivat fyysiset ja tunneperäiset motiivit, ”Terveys & rentoutuminen” 56 vastauksella ja ”Seikkailu” 39 vastauksella. Myös tunneperäisenä motiivina oleva ”Hengellisyys” taas ei ollut vastaajien keskuudessa merkittävä tekijä 8 vastauksella, eikä niinkään myös statusta esittävä ”Eksklusiivisuus & luksus” 5 vastauksella.

### 7.1.3 Yöpyminen ja kulkuvälineet



Kuva 11. Yöpyminen Pohjois-Karjalassa.

Vastaajista 154 oli yöpynyt Pohjois-Karjalassa. Vain 12 vastaajaa ei ollut yöpynyt. Yleisin vastaus oli ”7 yötä tai enemmän”, 45 vastauksella. Toiseksi eniten vastauksia saatiin kohtiin ”2 yötä” ja ”4–6 yötä”, joissa molemmissa 31 vastausta. Aiemman tutkitun tiedon pohjalta yöpymisten keskimääräinen kesto on ollut 1,8 yötä, kun taas taulukon vastausten keskiarvo on 3,7 yötä. Tätä käsitellään lähemmin tulevassa kappaleessa ”8.3 Tutkimuksen luotettavuus”.



Kuva 12. Käytetty kulkuväline.

Auto oli kulkuvälineenä Pohjois-Karjalaan matkustaessa ylivoimaisesti suosituin vaihtoehto 136 vastauksella, junan tullessa toisena 55 vastauksella. Matkustusvaihtoehtoina bussi ja lentokone olivat tasoissa molemmat 15 vastauksella. Kohdasta ”Joku muu, mikä?” kaksi vastausta voitaisiin laskea kohtaan ”Lentokone” ja loput vastauksista olivat yksittäisiä sekalaisia vastauksia.

#### 7.1.4 Tulisiko uudestaan ja kehitysideat

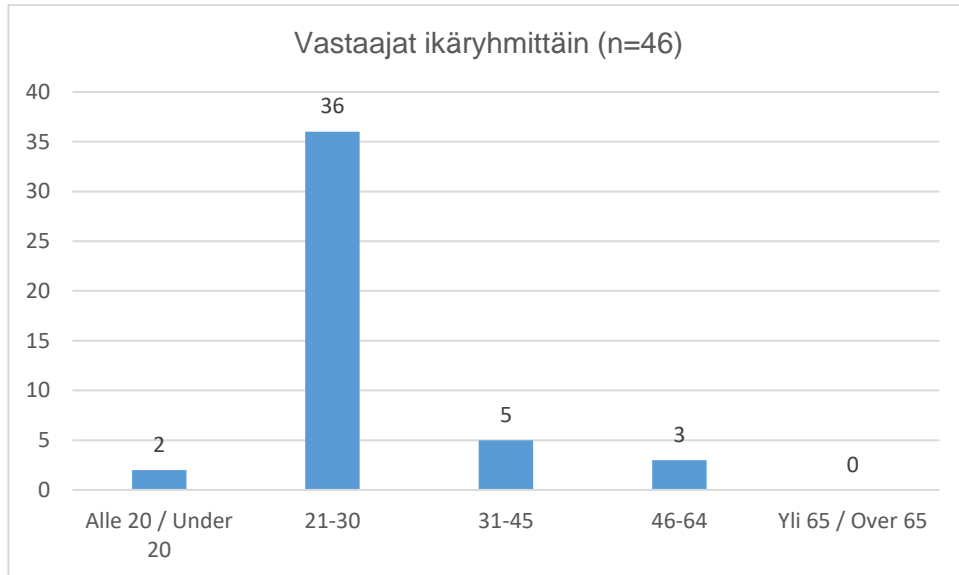
Vastaajista 162 matkustaisi uudestaan Pohjois-Karjalaan ja vastaajista 4 taas ei matkustaisi uudestaan. Ensimmäisen kysymyssarjan viimeinen kysymys oli vapaavalintainen ”Mitä kehitettävää keksisit Pohjois-Karjalan matkailun parantamiseksi omien kokemustesi perusteella?”. Tähän kysymykseen saatiin 46 avointa vastausta. Näistä vastauksista muodostui muutama suurempi teema, jonka suhteen vastaajien mielestä olisi parannettavaa. Näitä olivat alueen mainonta, markkinointi, näkyvyys ja paikoitellen huono julkinen liikenne. Tämän lisäksi eri palveluiden ja aktiviteettien mainonnassa oli vastaajien mielestä parantamisen varaa. Yleisesti edellä mainituista aiheista tuli 22 eri vastausta, joissa esitettiin kritiikkiä ja parantamisen varaa.

Palveluiden vähäisyydestä tuli myös kritiikkiä joiltain vastaajilta ja lisäksi muutama vastaaja totesi, että karjalainen kulttuuri ja ruoka voisivat olla suuremmassa roolissa alueella. Esimerkkinä yksi vastaaja käytti Sokos Hotel Break -kylpylähotellia Kolin kansallispuistossa. Hotellin ravintolassa ei hänen mukaansa tarjota palveluita Pohjois-Karjalan hengessä verrattuna Ilomantsin Parppeinpiirtiin. Yksi vastaaja huomautti myös Petkeljärven kansallispuiston kylttien ja infotaulujen englannin kielen puutteesta. Useampi vastaajista

totesi, että Pohjois-Karjala voisi olla matkailualueena potentiaalinen sen ominaisuuksien ja tarjonnan puolesta, mutta tämä kaatuu monelta osin edellä mainittuihin seikkoihin.

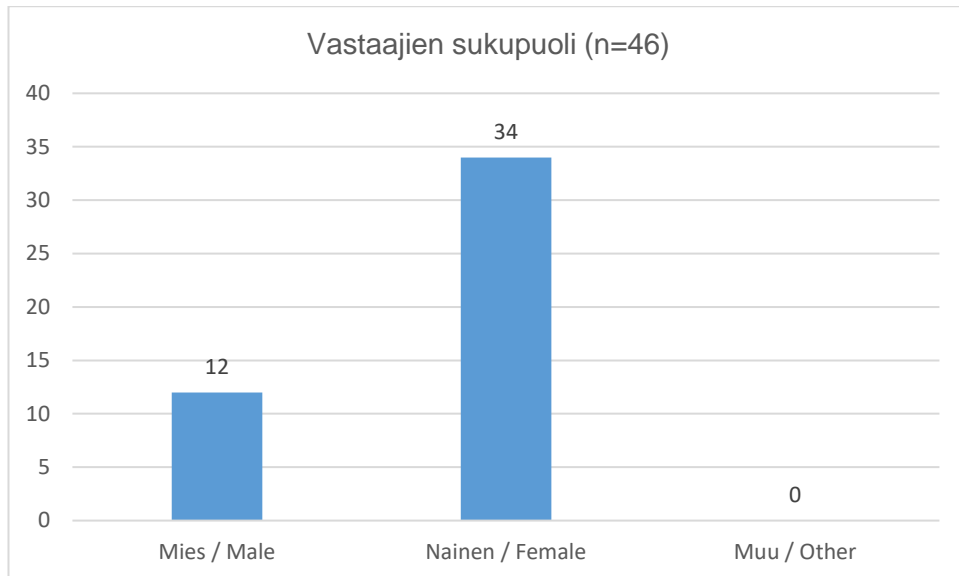
## 7.2 Pohjois-Karjalassa käymisestä kiinnostuneet

Tässä kappaleessa käsitellään rajaavien kysymysten perusteella Pohjois-Karjalassa käymisestä kiinnostuneiden vastaajien tuloksia. Tästä ryhmästä vastauksia kertyi 46.



Kuva 13. Vastaajat ikäryhmittäin.

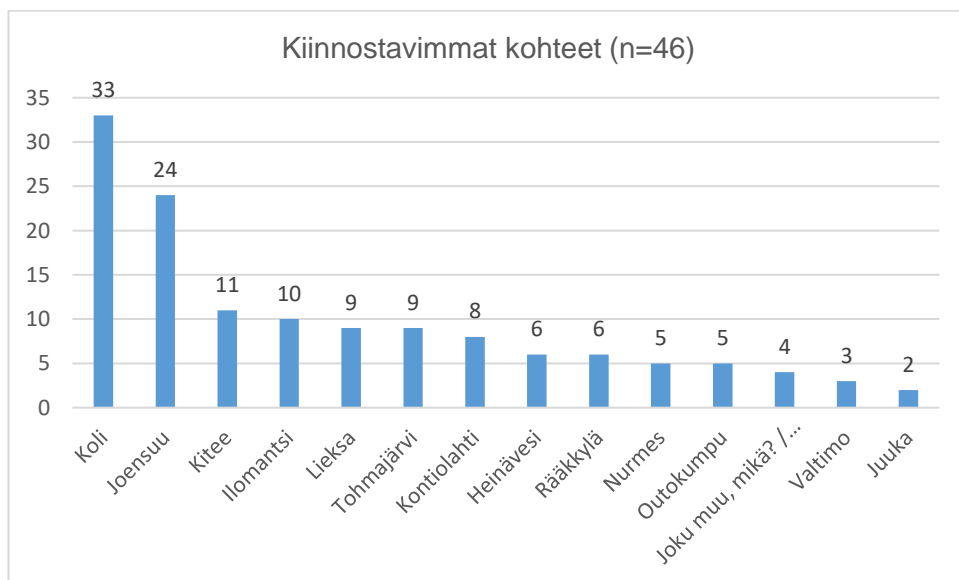
Pohjois-Karjalassa käymisestä kiinnostuneiden yleisimmäksi ikäryhmäksi muodostui myös 21–30-vuotiaat vastaajat 36 vastauksella. Toiseksi eniten vastauksia tuli 31–45-vuotiaiden ryhmästä 5 vastauksella. Vähiten vastauksia tuli yli 65-vuotiailta ja alle 20-vuotiailta vastaajilta, heidän vastausmäärien ollessa vain 0 ja 2 vastausta.



Kuva 14. Vastaajien sukupuoli.

Tässäkin kysymyssarjassa kyselyyn vastanneista selkeästi suurempi osa vastaajista oli naisia 34 vastauksella. Miesten vastauksia saatiin 12. Lisäksi 46 vastaajasta 45 oli kotimaisia vastaajia, joten tässäkin kansalaisuuksia ei ole eritelty sen vähäisen merkityksen vuoksi.

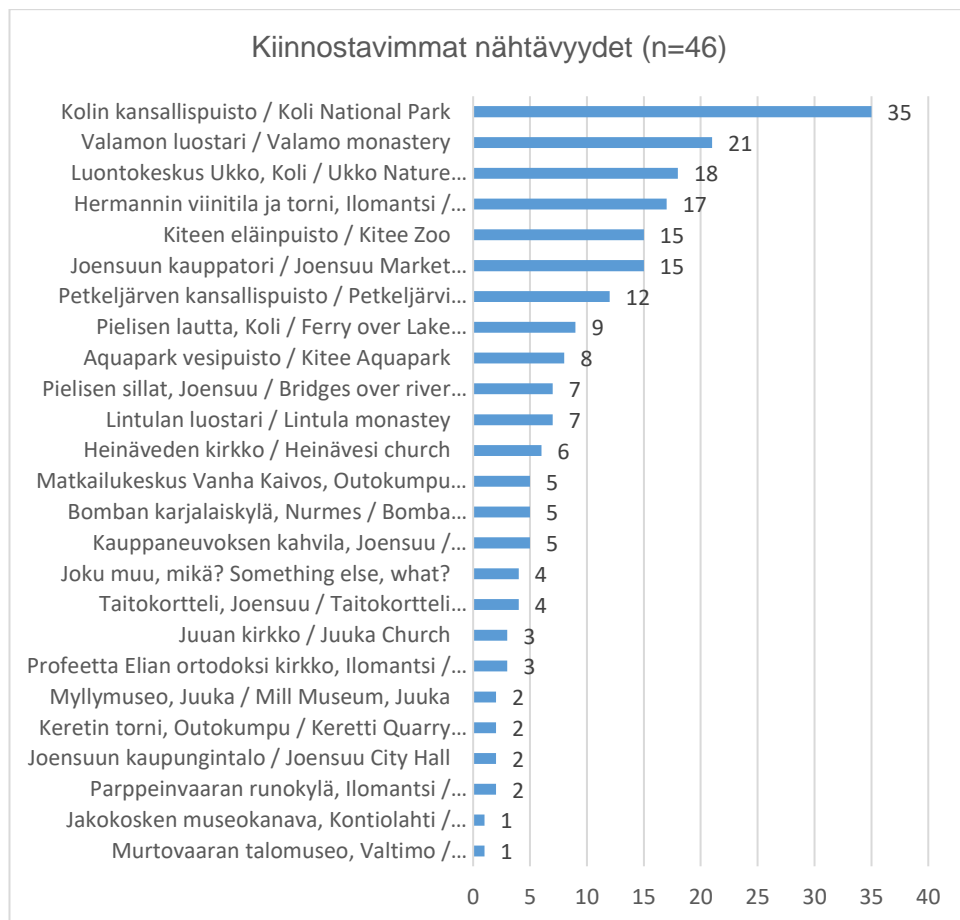
### 7.2.1 Kohteet, nähtävyydet ja aktiviteetit



Kuva 15. Kiinnostavimmat kohteet.

Tässäkin kysymyssarjassa kohteista erottuvat selkeästi aiemmin tutkitut, maakuntakeskus ja suurin kaupunki, Joensuu sekä kansallispuistostaan tunnettu Koli. Vastaajista 24 olisi kiinnostunut käymään Joensuussa ja 33 Kolilla. Tässä kysymyssarjassa tosin myös tutkista Iloantista oli kiinnostunut vain 10 vastaajaa. Kahden selkeästi erottuvan kohteen

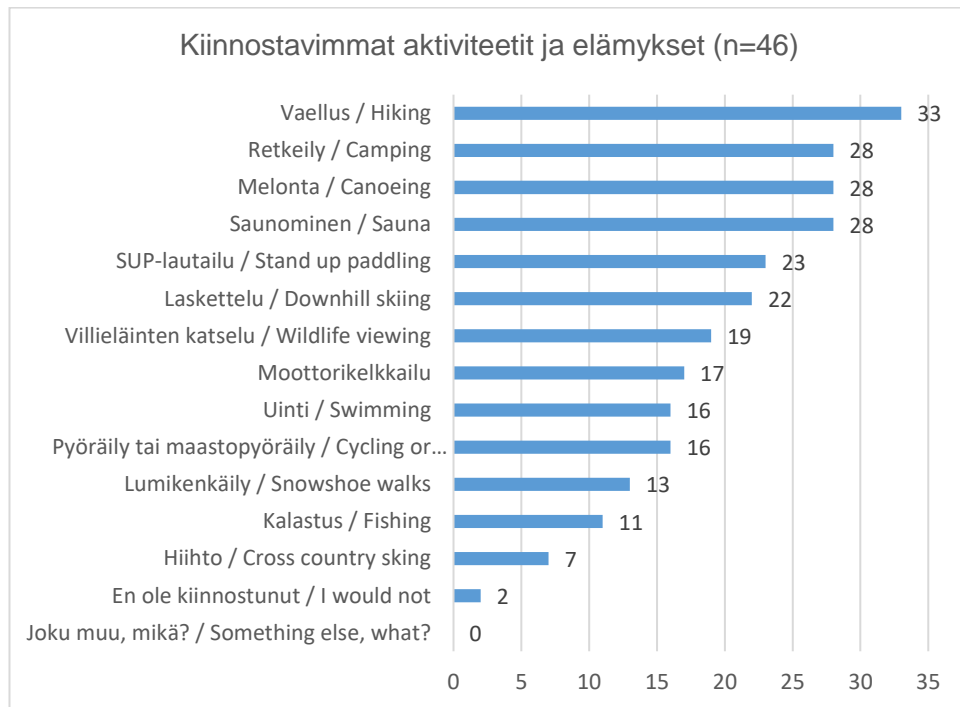
lisäksi vastaajista erityisen moni ei ollut kiinnostunut muista kohteista. Tämä saattaa johtua siitä, että suurin osa Pohjois-Karjalan muista kohteista on vastaajille melko tuntemattomia. Yksi erikoisuus on Heinäveden vastausmäärä, vain 6 vastausta. Heinävesi oli käyneiden osalta suosittu kohde ja siellä sijaitsee Valamon luostari. Voi olla, että vastaajat eivät ole yhdistäneet näitä kahta. Avoimia vastauksia kertyi tässä kysymyssarjassa 4 kappaletta. Näistä vastauksista yksikään ei ollut tietty kohde, eikä vastauksista saatu muodostettua käyttökelpoista tietoa valmiiden vaihtoehtojen rinnalle.



Kuva 16. Kiinnostavimmat nähtävyydet.

Pohjois-Karjalassa käymisestä kiinnostuneiden osalta Kolin kansallispuisto ja Luontokeskus Ukko jatkavat aiemmin todettua suosiotaan. ”Kolin kansallispuisto” on suosituin 35 vastauksella ja ”Luontokeskus Ukko” kolmantena 18 vastauksella. Esitelty ”Pielisen lautta” on tässä hieman suosittu 9 vastauksella. Joensuun nähtävyyksien osalta voidaan taas nähdä paljonkin laskua kiinnostuksessa. Käyneiden osalta suosituin eli ”Joensuun kauppatori” ei herätä käymisestä kiinnostuneiden kiinnostusta. Kuten ei myöskään esitelty ”Taitokortteli” vain 4 vastauksella. Voi olla, että moni Joensuun nähtävyys ei juuri itsessään ole suuri vetovoimatekijä, mutta saa kuitenkin osakseen monta kävijää heidän kävellessään kaupungilla. ”Valamon luostari” on toiseksi suosituin vaihtoehto 21 vastauksella, samalla

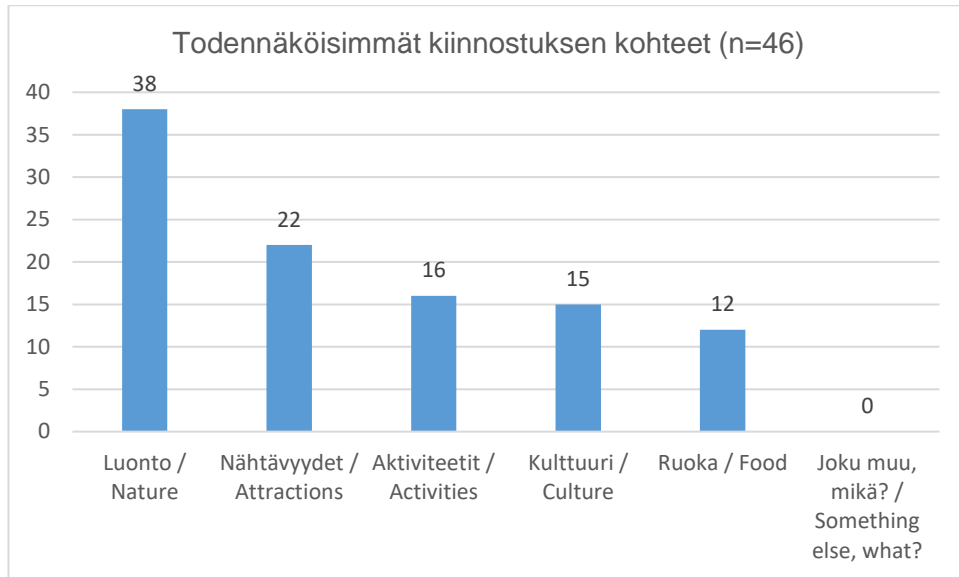
vahvistaen aiemmin mainittua oletusta, että vastaajat eivät välttämättä osanneet yhdistää sitä Heinäveteen. Ilomantsin esitellyistä nähtävyyksistä ”Hermannin viinitila ja torni” näytetään kiinnostavana 17 vastauksella kun taas ”Profeetta Elian ortodoksikirkko” keräsi vain 3 vastausta. Avoimia vastauksia saatiin 4 kappaletta. Näistä vastauksista mikään ei ollut tietty nähtävyys. Yksi vastaaja mainitsi alueen pesäpallostadionit ja toinen vastaaja mainitsi yleisesti tapahtumien kiinnostavan.



Kuva 17. Kiinnostavimmat aktiviteetit ja elämykset.

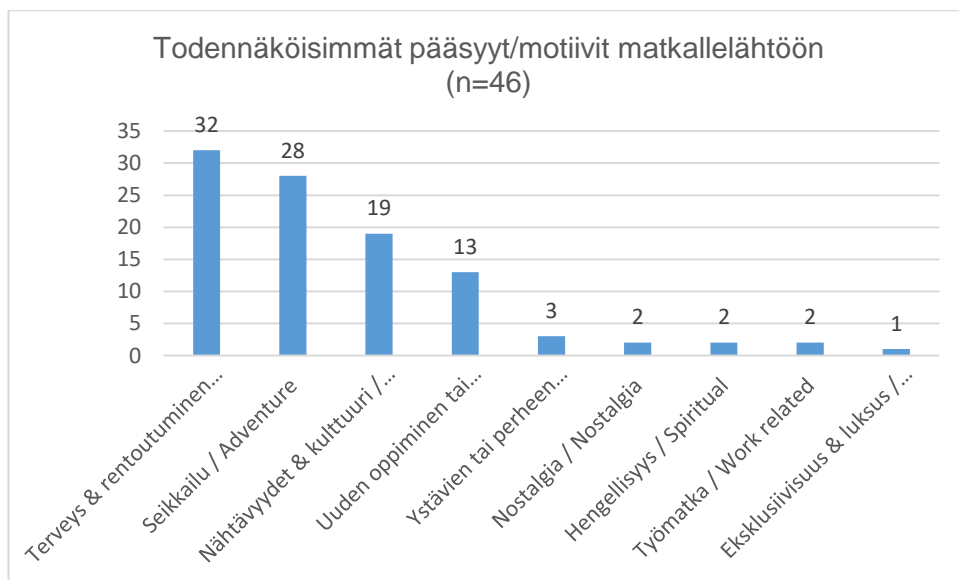
Pohjois-Karjalassa käymisestä kiinnostuneista vain 2 vastasi että ei olisi kiinnostunut aktiviteetti- ja elämyspalveluista. Tämä on iso ero siihen, että alueella käyneistä taas lähes puolet ei ollut päättänyt käyttämään vastaavia palveluita. Loput 44 vastaajaa taas olivat kiinnostuneet kokeilemaan keskimäärin peräti noin kuutta eri aktiviteettia ja elämystä mahdollisella matkallaan. Kysymyksenasettelun takia ei voida kuitenkaan olla täysin varmoja, kokeiltaisinko joitain näistä omatoimisesti vai matkailualan yritykseltä tai yrittäjältä ostettuna. Kiinnostavimpia ovat tässä kysymyssarjassa olleet ”Vaellus”, ”Retkeily” ja ”Sauna”, 33, 28 ja 28 vastauksella. Aiemmin kahdesta vähiten vastauksia saaneesta vaihtoehdosta eli ”Melonta” ja ”SUP-lautailu” oli tässä kiinnostunut peräti 28 ja 23 vastaajaa. Aiemmin esitelly ja vähän vastauksia saanut ”Lumikenkäily” nostaa hieman profiiliaan tässä osiossa 13 vastauksellaan. ”Kalastus” ja ”Hiihto” kiinnostivat Pohjois-Karjalassa käymisestä kiinnostuneita kaikista vähiten vastausmäärien ollessa 11 ja 7 vastausta. Tässä avoimia vastauksia ei saatu lainkaan.

## 7.2.2 Kiinnostuksenkohteet ja motiivit



Kuva 18. Todennäköisimmät kiinnostuksen kohteet.

Tässäkin yleisistä teemoista todennäköisinä kiinnostuksenkohteina kysyttäessä vastaajien ehdoton suosikki Pohjois-Karjalasta olisi ”Luonto” 38 vastauksella. Tämän jälkeen toiseksi suosituin olisi ”Nähtävyydet” 22 vastauksella ja kolmannella sijalla ”Aktiviteetit” 16 vastauksella. Alueella käyneiden toiseksi kiinnostavin vaihtoehto ”Ruoka” päättyi tässä viiden-  
nelle sijalle 12 vastauksella. Avoimia vastauksia ei kertynyt lainkaan.

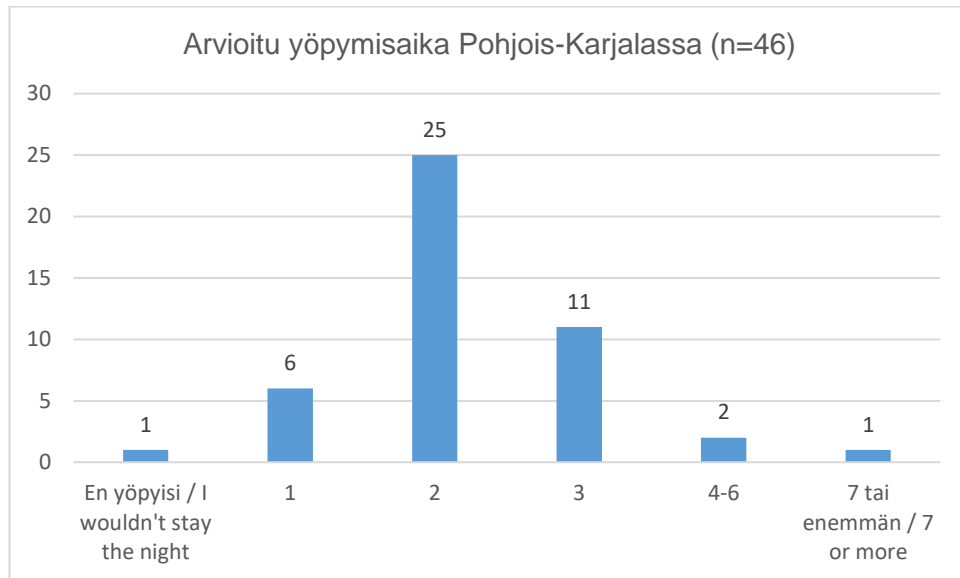


Kuva 19. Todennäköisimmät pääsyyt/motiivit matkallelähtöön.

Vastaajien suosituimmaksi todennäköiseksi pääsyyksi muodostui fyysinen motiivi eli ”Terveys & rentoutuminen” 32 vastauksella. Toisena ja kolmantena olivat tunneperäiset ja

kulttuurilliset motiivit, ”Seikkailu” 28 vastauksella ja ”Nähtävyydet & kulttuuri” 19 vastauksella. Aiemmin Pohjois-Karjalassa käyneiden yleisin motiivi, inhimillinen ”Ystävien tai perheen luona vierailu”, sai vain 3 vastausta. Henkilökohtaista kasvua kuvaava ”Uuden oppiminen tai tiedonkeruu”-vaihtoehto oli neljänneksi suosituin pääsyy 13 vastauksella, sen aiemmin ollessa kolmanneksi vähiten vastattu vaihtoehto. Loput pääsyyistä eivät keränneet merkittäviä vastausmääriä.

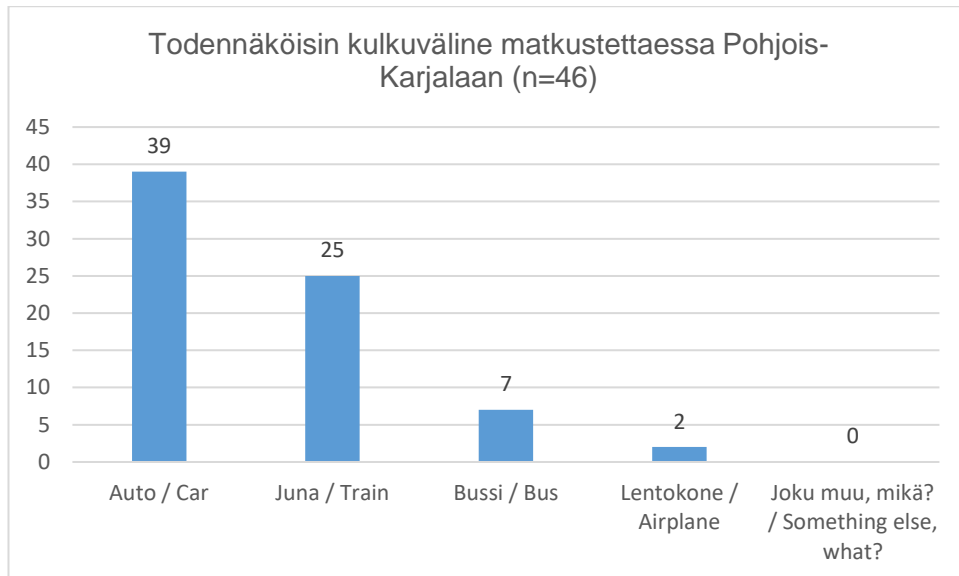
### 7.2.3 Yöpyminen ja kulkuvälineet



Kuva 20. Arvioitu yöpymisaika Pohjois-Karjalassa.

Vastaajista suurin osa yöpyisi Pohjois-Karjalassa. Vain yksi vastaaja ei yöpyisi ollenkaan. Yleisin vastaus oli ”2 yötä”, 25 vastauksella. Toiseksi eniten vastauksia saatiin kohtiin ”3 yötä” ja ”1 yö”, joihin saatiin 11 ja 6 vastausta. Tällä kertaa vaihtoehtoon ”7 tai enemmän” saatiin vain yksi vastaus sen viimeksi ollessa suosituin. Alueella käymisestä kiinnostuneiden yöpymisten keskimääräiseksi kestoksi saatiin 2,3 yötä, mikä on hieman aiemmin mainittua yleistä keskimääräistä kestoa pidempi aika.



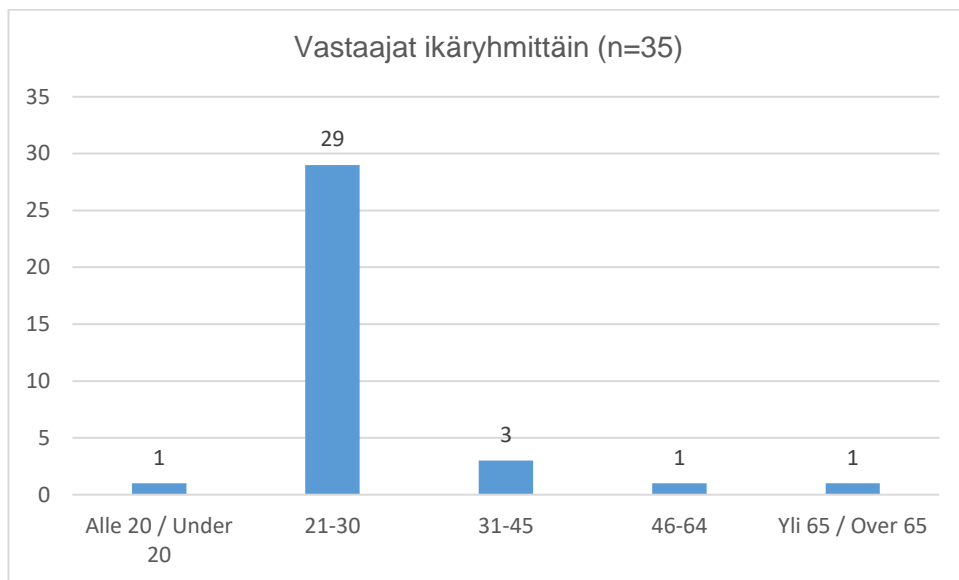


Kuva 21. Todennäköisin kulkuväline matkustettaessa Pohjois-Karjalaan.

Tässäkin auto oli kulkuvälineenä Pohjois-Karjalaan mahdollisesti matkustettaessa suosituin vaihtoehto 39 vastauksella, junan tullessa toisena 25 vastauksella. Tosin tällä kertaa näiden kahden vaihtoehdon ero on paljon pienempi. Moni alueella kiinnostunut kävijä siis pitää junaa potentiaalisempaa vaihtoehtona kuin alueella käyneet. Matkustusvaihtoehtoina bussi ja lentokone jäivät jälleen hännille 7 ja 2 vastauksella. Kohtaan ”Joku muu, mikä?” ei saatu lainkaan vastauksia.

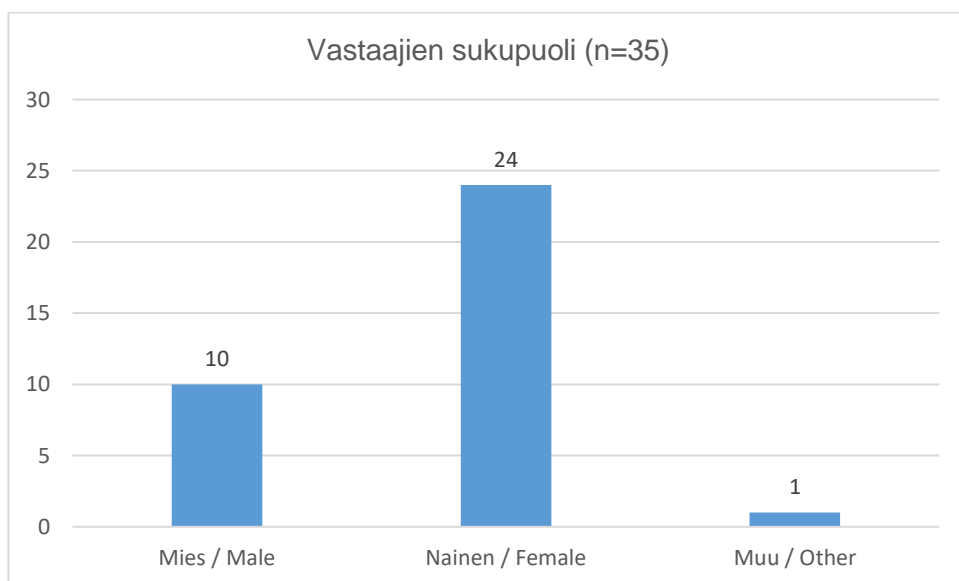
### 7.3 Pohjois-Karjala ei ole tuttu eikä kiinnostusta käydä ole

Tässä kappaleessa käsitellään rajaavien kysymysten perusteella vastaajien tuloksia heiltä, joille Pohjois-Karjala ei ollut entuudestaan tuttu tai kiinnostusta käydä ei ollut. Tästä ryhmästä vastauksia kertyi 35.



Kuva 22. Vastaajat ikäryhmittäin.

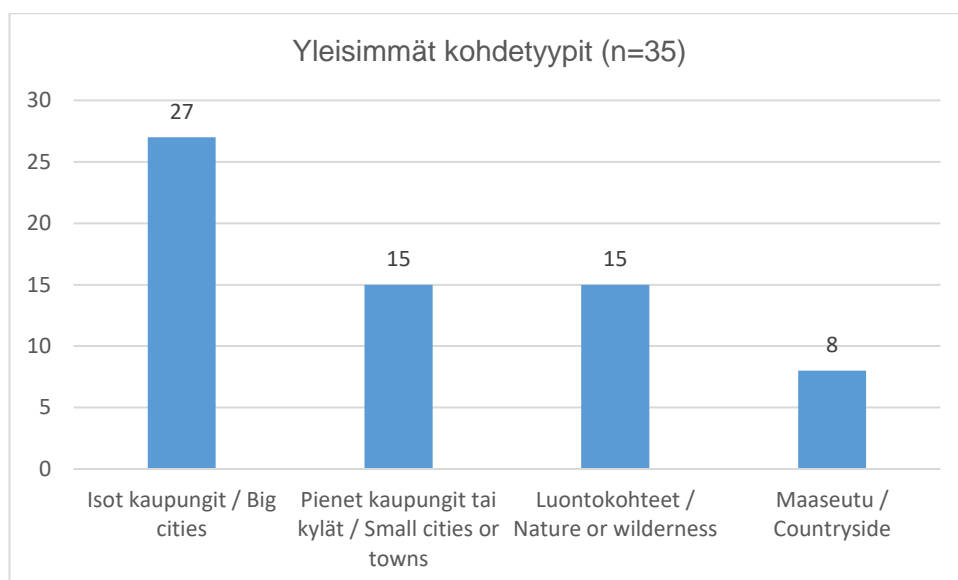
Tämän viimeisen kysymyssarjan ikäryhmän selkeimmäksi enemmistöksi muodostui jälleen 21–30-vuotiaat vastaajat 29 vastauksella. Toiseksi eniten vastauksia tuli 31–45-vuotiaiden ryhmästä vain 3 vastauksella. Muista ryhmistä saatiin jokaisesta vain yksi vastaus.



Kuva 23. Vastaajien sukupuoli.

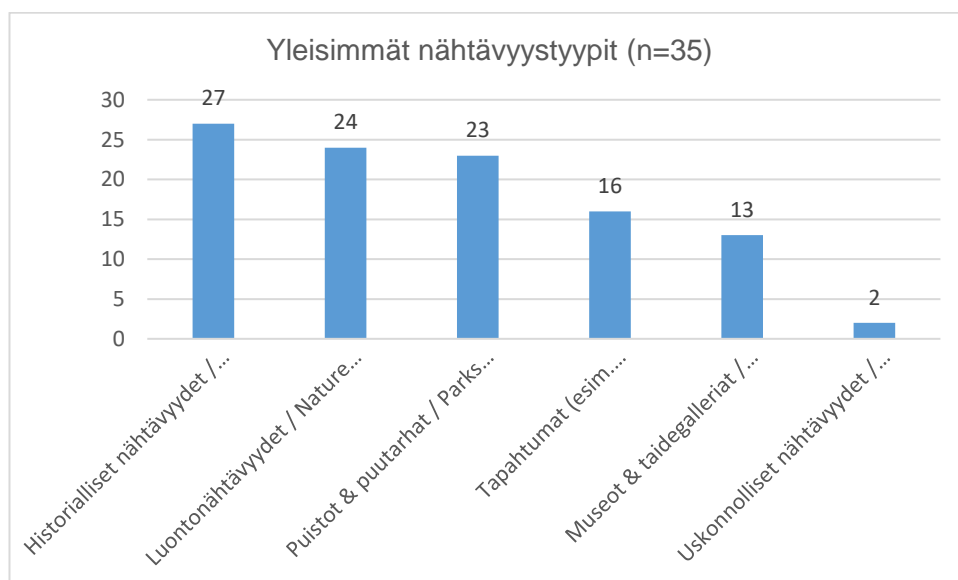
Myös tässä kysymyssarjassa kyselyyn vastanneista suurempi osa vastaajista oli naisia 24 vastauksella. Miesten vastauksia saatiin 10. Tähän kysymysosioon saatiin aiempia osioita hieman enemmän ulkomaisia vastaajia. 35 vastaajasta 5 oli ulkomaisia vastaajia. Tässäkään ei kuitenkaan ole eritelty kansalaisuuksia sen vähäisen merkityksen vuoksi.

### 7.3.1 Kohteet, nähtävyydet ja aktiviteetit



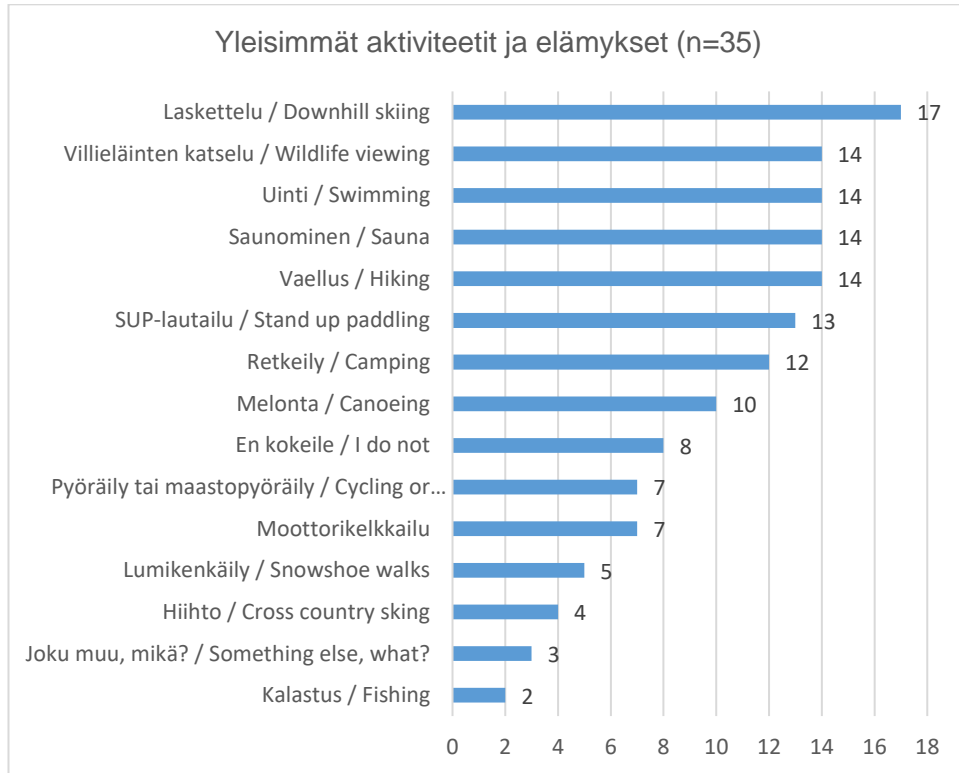
Kuva 24. Yleisimmät kohdetyypit.

Tämän kysymyssarjan vastaajien tyypillisin kohdetyyppi on "Isot kaupungit" 27 vastauksella. Vain 8 vastaajista ei ole siis kiinnostunut isoista kaupungeista lainkaan. Jaetulla toisella sijalla on "Pienet kaupungit tai kylät" ja "Luontokohteet" 15 vastauksella. Vähiten saatiin vaihtoehtoon "Maaseutu", vain 8 vastausta.



Kuva 25. Yleisimmät nähtävyydytyypit.

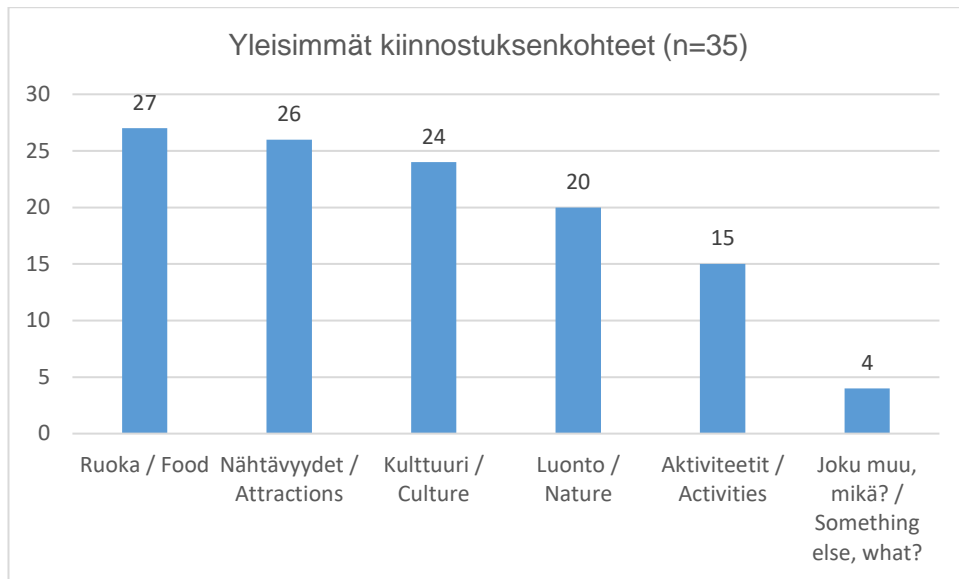
Tyypillisimpiä nähtävyyksiä vastaajille olivat ”Historialliset nähtävyydet” 27 vastauksella sekä ”Luontonähtävyydet” ja ”Puistot & puutarhat” 24 ja 23 vastauksella. ”Museot & taidegalleriat” ja ”Tapahtumat” olivat yleisiä nähtävyystyyppejä hieman alle puolelle vastaajista 13 ja 16 vastauksella. ”Uskonnolliset nähtävyydet” kiinnosti vain 2 vastaajaa.



Kuva 26. Yleisimmät aktiviteetit ja elämykset.

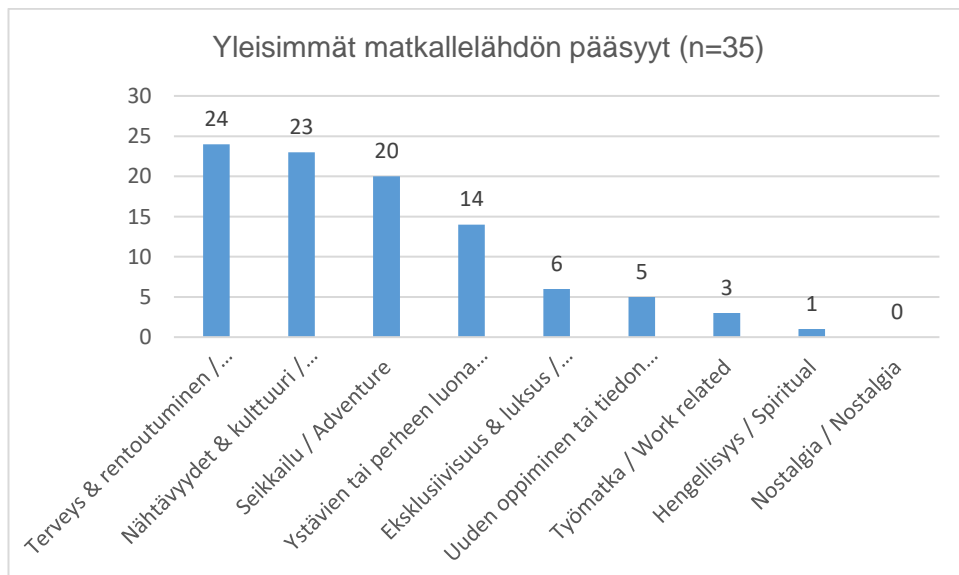
Vastaajista 8 ei kokeile matkoillaan aktiviteetti- tai elämyspalveluita. Loput 28 vastaajaa kokeilisivat keskimäärin noin viittä yllä olevista aktiviteetti- ja elämyspalveluista. Yleisimmäksi aktiviteetiksi ja elämykseksi liki puolelle vastaajista osoittautui ”Laskettelu” 17 vastauksella. Jaetulla toisella sijalla oli neljä vaihtoehtoa 14 vastauksella, ”Villieläinten katselu”, ”Uinti”, ”Saunominen” ja ”Vaellus”. Aiemmin mainittua ja esiteltyä ”SUP-lautailua” ja ”Melontaa” kokeilisi vastaajista 13 ja 10. Avoimia vastauksia saatiin 3 kappaletta. Näissä vastauksissa mainittiin purjehdus, laskuvarjohyppy, revontulien katselu sekä e-maastopyöräily. Mitään näistä ei aiemmin kappaleessa ”3.5 Aktiviteetit Pohjois-Karjalassa” käsitellyn aktiviteettitaulukon mukaan löydy Pohjois-Karjalasta.

### 7.3.2 Kiinnostuksenkohteet ja motiivit



Kuva 27. Yleisimmät kiinnostuksenkohteet.

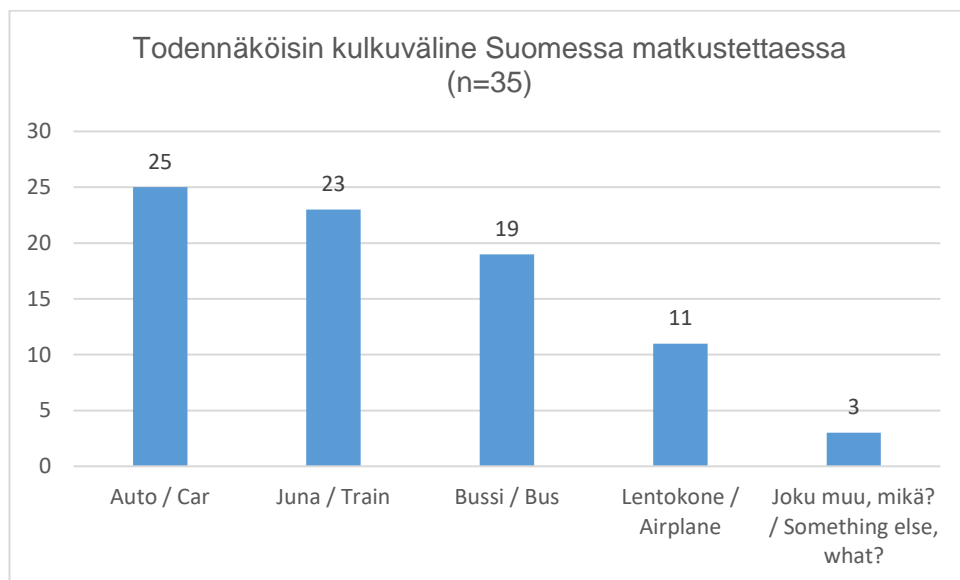
Tyypillisimpiä tämän vastaajaryhmän kiinnostuksenkohteita on "Ruoka" 27 vastauksella sekä "Nähtävyydet" ja "Kulttuuri" 26 ja 24 vastauksella. "Luonto" ja "Aktiviteetit" kiinnostavat 20 ja 15 vastaajaa. Vaihtoehtojen vastausmäärät ovat melko tasaisia eikä tiettyä erottuvaa kiinnostuksen kohdetta ole havaittavissa, kuten vaikka Pohjois-Karjalassa käyneiden osalta oli. Avoimia vastauksia saatiin 4 kappaletta. Vastaukset ovat satunnaisia eivätkä erityisemmin tuo lisäarvoa tälle osiolle.



Kuva 28. Yleisimmät matkallelähdön pääsyyt.

Kysymyksellä matkalle lähdön yleisestä pääsyyistä pyrittiin selvittämään, tässä tapauksessa Pohjois-Karjalaa tuntemattomien ja siellä käymisestä kiinnostumattomien matkailijoiden yleisimpiä motiiveja matkallelähtöön. Vastausvaihtoehdot pohjautuvat kappaleessa ”2.1 Motiivit” esitettyyn Swarbrooken ja Hornerin taulukkoon matkallelähdön motiiveista ja siihen liittyvistä teemoista. Vastaajien yleisimmäksi pääsyyksi muodostui fyysinen motiivi eli ”Terveys & rentoutuminen” 24 vastauksella. Toisena ja kolmantena olivat kulttuurilliset ja tunneperäiset motiivit, ”Nähtävyydet & kulttuuri” 23 vastauksella ja ”Seikkailu” 20 vastauksella. Samat motiivit esiintyivät myös Pohjois-Karjalassa kiinnostuneiden kävijöiden osiossa. ”Ystävien & perheen luona vierailu” oli tässä osiossa, 14 vastauksella, noin kolmanneksella motiivina. Loput pääsyyistä eivät keränneet erityisen merkittäviä vastausmääriä.

### 7.3.3 Kulkuväline Suomessa



Kuva 29. Yleisimmät kulkuvälineet.

Kysyttäessä todennäköisimmästä kulkuvälineestä yleisesti Suomessa matkustettaessa oli auto kulkuvälineenä suosituin vaihtoehto tässäkin osiossa 25 vastauksella, junan tullessa jälleen toisena 23 vastauksella. Tässä näiden kahden vaihtoehdon ero oli kaikista pienin. Suomessa matkustettaessa vastaajille auto ja juna ovat melkein samalla viivalla. Matkustusvaihtoehtoina lentokone jäi jälleen hänille 11 vastauksella, bussin kiriessä saaden peräti 19 vastausta. Avoimia vastauksia saatiin 3 kappaletta. Vastaukset olivat satunnaisia.

## 8 Pohdinta

Kokonaisuudessaan kyselytutkimus tarjosi kattavan määrän dataa, erityisesti Pohjois-Karjalassa käyneiltä. Muihin kysymyssarjoihin ei saatu aivan yhtä tasaisesti vastauksia, mutta tästä huolimatta pystyttiin muodostamaan joitain päätelmiä saaduista tuloksista. Kyselytutkimuksen luominen edellytti paljon suunnittelua ja muokkausta, mutta mielestäni lopputulos oli hyvinkin onnistunut. Moni vastaajista myös kommentoi kyselytutkimusta todeten, että siihen oli helppo vastata ja kysymykset olivat hyvin muotoiltuja eikä kysely ollut liian pitkä.

Alun perin kyselytutkimus suunniteltiin niin kotimaisille kuin ulkomaalaisillekin vastaajille ja se toteutettiin niin suomeksi kuin englanniksi. Valitettavasti lopulta kyselyyn saatiin vain 8 ulkomaalaista vastaajaa, mikä oli liian vähän, jotta olisi voitu tarkastella ulkomaisten matkailijoiden vastauksia erillisinä osioina. Suurempi määrä ulkomaisia vastaajia olisi tarjonnut arvokasta kävijätietoa, josta olisi voinut olla hyötyä Pohjois-Karjalan matkailulle.

Saadut tulokset tarjosivat kuitenkin mielenkiintoista tietoa kotimaisten matkailijoiden liikkeistä, mielenkiinnon kohteista ja motiiveista Pohjois-Karjalassa matkailusta. Erityisesti kyselytutkimuksen avoimesta kehitysehdotus-vastausvaihtoehdosta saatiin paljon matkailijoiden omaa sanaa alueen matkailun kehityskohteista ja millainen mielikuva alueesta heillä on. Lisäksi standardisoidusta datasta saatiin paljon hyödyllistä kävijätietoa eri kohteiden ja nähtävyyksien osalta sekä preferenssejä aktiviteeteistä ja elämyksistä. Näistä avoimista vastauksista kummunneita aiheita ja tuloksista poimittuja havaintoja käsitellään alla olevissa kappaleissa lisää.

### 8.1 Havainnot

Tulokset-osiossa esitettiin jo muutamia pieniä havaintoja lyhyesti, mutta tuloksia läpi käydessä löytyi muutama muu mielenkiintoinen ilmiö, joita on tarkoitus tässä käydä tarkemmin läpi. Yksi mielenkiintoisimmista havainnoista oli muutama esiteltyyn aktiviteettiin liittyvät tulokset. Nämä aktiviteetit ovat melontaa ja SUP-lautailu. Kohteista kysyttäessä selvisi, että suurin osa Pohjois-Karjalassa käyneistä oli käynyt Joensuussa, eli 134 vastaajaa. Käymisestä kiinnostuneista Joensuu oli toisena, 24 vastauksella. Yleisluontoisesti kohdetyyppejä selvitettyä 27 vastaajaa vastasi käyvänsä isoissa kaupungeissa, joihin myös Joensuun voi Pohjois-Karjalan ainoana isona kaupunkina laskea. Kokonaisuutena siis tutkituista 134 kävijää ja 51 potentiaalista kävijää Joensuulle.

Aktiviteettejä selvittäessä kävi ilmi, että lähes puolet Pohjois-Karjalassa käyneistä ei ollut kokeillut mitään aktiviteetteja, kun taas kiinnostuneista ja potentiaalisista kävijöistä suurin osa kokeilisi ja kokeilee matkoillaan joitain aktiviteetteja. Herää siis kysymys, miksi Pohjois-Karjalaan lopulta päätyvät eivät enää kokeilekaan aktiviteetteja siellä ollessaan. Tästä erityisenä esimerkkinä päästään juuri aiemmin esitelttyihin melontaan ja SUP-lautailuun. Toinen näistä yrityksistä, SUP-lautailuun erikoistunut Arctic Trainers, tarjoaa palveluitaan juuri Joensuussa. Molemmat esitellyt yritykset vaikuttivat tarjoavan esimerkiksi laadukkaasti tuotteen ja palvelun, ja kiinnostuneista kävijöistä 69 prosenttia kokeilisi melontaa sekä 56 prosenttia kokeilisi SUP-lautailua. Lisäksi potentiaalisista kävijöistäkin 28 prosenttia kokeilisi melontaa ja 38 prosenttia SUP-lautailua. Tästä huolimatta Pohjois-Karjalassa käyneistä kuitenkin vain 3 prosenttia oli kokeillut melontaa ja 2 prosenttia SUP-lautailua.

Kaikkien kysymysosioiden ikäryhmien painottuessa 21–30-vuotiaisiin, erityisesti kiinnostuneiden ja potentiaalisten kävijöiden osalta, on se potentiaalisin kohderyhmä kehitysideoita mietittäessä. Tuloksia tutkittaessa on huomattavissa selkeää kysyntää melontaa ja SUP-lautailua kohtaan. Ei ole tiedossa mihin kohderyhmään näitä tarjoavat esimerkkiyritykset ovat oman markkinointinsa ja mainontansa kohdistaneet, vai onko niillä tällaista ollenkaan.

## **8.2 Johtopäätökset**

Saaduista tuloksista voidaan helposti huomata, että Pohjois-Karjalan matkailu on hyvin keskittynyt Joensuun ja Kolin kansallispuiston alueille. Muut pienemmät kaupungit kuten Lieksa, Nurmes, Heinävesi, Kitee ja Iloanta olivat saaneet pienen osan matkailijamäärästä, mutta silti huomattavasti vähemmän kahteen suosituimpaan vetovoimakohteeseen verrattuna. Muut kohteet jäivät selkeästi taka-alalle. Kiinnostusta kartoittaessa nämä kaksi vetovoimakohdetta erottuivat jälleen edukseen, muiden kohteiden jälkeen jäädessä taka-alalle. Yleisiä kohdetyppejä kartoitettaessa 35 vastaajasta 27 vastasi käyvänsä isoissa kaupungeissa. Pohjois-Karjalan mittakaavassa Joensuu on iso kaupunki, mutta ei voida olla varmoja mieltäisivätkö nämä 27 vastaajaa Joensuun sellaiseksi. Samassa osiossa pienet kaupungit & kylät sekä luontokohteet saivat molemmat 15 vastausta. Tämän kaltaisia kohteita Pohjois-Karjalasta taas löytyy varmuudella.

Teemoista ja kiinnostuksen kohteista Pohjois-Karjalassa käyneiden ehdoton suosikki oli ollut luonto ja sen voi tämän perusteella laskea alueen selkeäksi vetovoimatekijäksi. Myös kiinnostuneiden selkeäksi suosikiksi nousi luonto, kielien hieman myös Pohjois-Karjalaan liitettävästä mielikuvasta luontokohteena. Potentiaalisilta kävijöiltä kysyttäessä heille



luonto ei näyttäytynyt matkoilla selkeästi erottuvana teemana, mutta 20 vastauksella kuitenkin melko korkealla kaikkien muidenkin teemojen kanssa. Tutkitussa aineistossa ja materiaalissa esiintynyt karjalainen ruoka ja kulttuuri ei erityisemmin erottunut alueella käyneiden vastauksista verrattuna luontoon. Erityismainintoja saatiin tosin alueen ihmisten mukavuudesta ja voi olla, että tämä olisi ollut hyvä vastausvaihtoehto standardisoituihin vaihtoehtoihin. Myöskään kiinnostuneiden kävijöiden vastauksissa ruoka ja kulttuuri eivät nousseet erityisemmin esiin luontoon verrattuna.

Alueella käyneiden yleisimmäksi matkalle lähdön motiiviksi muodostui inhimillinen ystävien tai perheen luona vierailu. Monella vastaajalla voisi tämän perusteella siis olla sukujuuria tai esimerkiksi mökkejä alueella. Seuraavaksi yleisimmäksi muodostunut fyysinen motiivi eli terveys ja rentoutuminen osoittautui Pohjois-Karjalassa käymisestä kiinnostuneiden vastaajien yleisimmäksi motiiviksi kuten myös potentiaalisten kävijöiden kohdalla. Kiinnostuneiden kävijöiden kohdalla tämä saattaa kertoa siitä, että Pohjois-Karjala mielletään rauhalliseksi alueeksi, jossa olisi mahdollista rentoutua. Tätä tukisi myös alueella käyneiden ja kiinnostuneiden suuri kiinnostus luontoon teemana. Luonto usein mielletään rauhalliseksi ja rentouttavaksi ympäristöksi, jolla voisi jopa olla terveyttä edistäviä vaikutuksia.

Kolmannella kysymyssarjalla oli tarkoitus selvittää, voisiko Pohjois-Karjalalla olla jotain tarjottavaa myös heille, joille alue ei ole tuttu eikä alustavaa kiinnostusta käydä ole. Yleisiä kohdetyyppejä selvityksessä kävi ilmi, että suurin osa vastaajista arvosti matkoillaan suuria kaupunkeja. Näihin voisi Pohjois-Karjalasta laskea ainoastaan Joensuun, mutta on mahdollista, että vastaajat eivät mieltäisi Joensuuta vielä suureksi kaupungiksi. Tältä osin on siis vaikea pitää Pohjois-Karjalaa heille erityisen potentiaalisena. Hieman alle puolet vastaajista kävi matkoillaan myös pienissä kaupungeissa ja luontokohteissa, heille Pohjois-Karjalassa voisi ollakin tarjottavaa. Nähtävyyksien ja kiinnostuksenkohteiden osalta kaikkiin vastausvaihtoehtoihin tuli melko tasaisesti vastauksia ja mitään tiettyä trendiä ei erityisemmin löytynyt. Matkan pääsyiden osalta terveys ja rentoutuminen, seikkailu ja nähtävyydet ja kulttuuri eli fyysiset, tunneperäiset ja kulttuurilliset motiivit erottuivat selkeästi muista tässä ryhmässä. Näillä motiiveilla matkaileville Pohjois-Karjalasta löytyy tarjontaa.

Jos aiemmista vastauksista ei erityisen varmaksi voi sanoa Pohjois-Karjalan potentiaalia, niin aktiviteetteja kartoitettaessa saatiin kuitenkin paljon vastauksia kysymykseen ”Kokeiletko yleensä matkoillasi minkäänlaisia aktiviteetti- ja elämyspalveluita? Jos kyllä, kokeilitko jotain seuraavista vaihtoehtoista?”. Suuresta vastausmäärästä, noin viisi eri aktiviteettia vastaajaa kohden, voisi todeta, että mahdollisesti aktiviteetteja mainostamalla ja

markkinoimalla voisi luoda kiinnostusta myös heille, joille Pohjois-Karjalan tyyppinen matkailualue ei muuten ole ensisijainen vaihtoehto matkalle lähdeettäessä.

### 8.3 Kehittämisehdotukset

Kyselytutkimuksen ja siitä saatujen tulosten myötä muodostui yksi selkeä kehittämiskohde Pohjois-Karjalan matkailussa. Ensimmäisessä kysymyssarjassa alueella käyneiltä saatiin avoimeen kysymykseen ”Mitä kehitettävää keksisit Pohjois-Karjalan matkailun parantamiseksi omien kokemustesi perusteella?” 46 vastausta. Näistä 46 vastauksesta 22 käsiteli alueen heikkoa näkyvyyttä Suomen matkailukentässä sekä alueen vähäistä tai olematonta matkailun mainontaa ja markkinointia.

Jokaisella esitellyllä kohteella oli jonkinlaiset matkailu- ja markkinointisivut, Ilomantsilla Visit Ilomantsi, Kolilla Koli.fi ja Joensuulla oma sivu Visit Karelia verkkosivuilla. Myös kaikilla muilla kohteilla oli lisäksi näkyvyyttä Visit Karelian sivulla. Kaikki edellä mainitut matkailu- ja markkinointisivut olivat lisäksi laadukkaan oloisia ja kattavia tarjonnaltaan. Tämän osalta siis kohteet ovat ainakin hyvin edustettuina verkossa. Tästä huolimatta moni kuitenkin piti näkyvyyttä ja markkinointia vähäisenä. Kyselytutkimuksessa olisi voitu selvittää vastaajien tuntemusta kyseisistä verkkosivuista. Tämä selvittämättä voidaan kuitenkin olettaa, että sivut eivät välttämättä ole vastaajille tuttuja koska niin moni antoi palautetta näkyvyyden ja markkinoinnin puutteesta.

Kehitysehdotuksena Pohjois-Karjalan matkailulle siis on juuri näkyvyyden ja markkinoinnin lisääminen Suomen matkailukentässä. Tätä voisi tukea esimerkiksi parempi näkyvyys ja erottuvuus koko Suomen matkailu- ja markkinoinnin, Visit Finlandin, verkkosivuilla. Tällä hetkellä Pohjois-Karjala on Visit Finlandin verkkosivuilla osana isompaa matkailualueita nimeltä ”Lakeland” eikä näin ollen erotu omaksi matkailualueeksi samalla tavalla. Tämän lisäksi edes tästä suuremmasta ”Lakeland”-matkailualueesta ei löydy montaa kohdetta, nähtävyyttä tai aktiviteettia Pohjois-Karjalan alueelta vaan ne sijoittuvat muihin maakuntiin alueessa. Myös omien matkailu- ja markkinointisivujen tarjonta olisi hyvä saada tehokkaammin esille.

Yksi tapa alueen tunnettuuden lisäämiseksi voisi siis olla alueen tehokkaampi brändäys ja erottuvuus. Moni matkailija tuntee matkailualueena Lapin, ja Pohjois-Karjalalla voisi olla potentiaalia omaan brändiinsä, Kareliaan. Tämänkaltaiseen brändiin voitaisiin liittää alueen omintakeinen ruoka ja laaja luonto sekä mystinen suomalaisuus idässä. Visit Karelia ja muut matkailu- ja markkinointisivut toki hyödyntävät jo kaikkia näitä, mutta ei vielä vält-

tämättä riittä, että alueella on vain omat sivut. Tarvittaisiin vielä suurempi koneisto ja suunnitelma, jotta voitaisiin luoda suuri ja korkealentoinen mielikuva ja imago alueesta ja tuoda se suuren yleisön näkyviin ja tietouteen. Kyselytutkimuksessa tutkittujen motiivien osalta terveys ja rentoutuminen sekä seikkailu olivat erottuvia motiiveja. Aluetta brändätessä näitä teemoja voisi hyödyntää motiiveina markkinoinnissa tuleville matkailijoille.

Muita havaintoja avoimista vastauksista oli esimerkiksi alueen melko huono julkinen liikenne, mikä tekee erityisesti omatoimimatkailijoiden matkustamisesta hankalampaa. Varsinkin monet pienemmät ja tuntemattomammat kohteet ja nähtävyydet jäävät heti pois listalta niiden heikon saavutettavuuden takia. Alueella on siis turvauduttava omaan tai vuokra-autoon jos matkailija haluaa kattavammin tutustua Pohjois-Karjalaan. Julkisen liikenteen lisääminen alueella ei ole erityisen kehityskelpoinen idea, sillä matkailijamäärät ovat melko matalat ja nykyisellään kyselyn tulosten valossa moni matkustaakin tai matkustaisi alueelle omalla autolla. Tämän takia olisikin tehokkaampaa ennemminkin koettaa kehittää aiemmin mainittua näkyvyyttä ja markkinointia tai suurempaa brändiä, jotta alueella vierailevat olisivat paremmin tietoisia Pohjois-Karjalan tarjonnasta ja mahdollisesti tutustuisivat tarjontaan monipuolisemmin ja viipyisivät pidempään.

#### **8.4 Tutkimustulosten hyödynnettävyys**

Tätä opinnäytettä ei toteutettu toimeksiantona tietylle yritykselle tai organisaatiolle. Niissä tapauksissa saaduille tuloksille on yleensä suoraan löydettävissä jonkinlainen käyttö ja hyödynnettävyys, yleensä juuri toimeksiantajan tarpeeseen. Tässä opinnäytteessä ei suoraan niin ole, mutta siitä huolimatta saadut tulokset voivat osoittautua hyödyllisiksi joillekin Pohjois-Karjalan matkailualan yrityksille tai organisaatioille. Koska suoraa hyötyjä ei kuitenkaan ole, pitäisi varmistaa, että tämänkaltaiset tahot löytäisivät tämän opinnäytetyön, jotta ne pääsisivät hyödyntämään saatuja tuloksia. Tätä voisi edesauttaa omatoimisesti ottamalla yhteyttä alueen matkailuorganisaatioihin ja tarjoamalla niille työn tuloksia.

Tutkimustuloksista tehtyjen ja aiemmin läpikäytyjen havaintojen pohjalta muutama erityinen hyötyjä voisi olla Joensuun Arctic Trainers ja Ilomantsin Koihu Adventures. Näiden lisäksi tämän opinnäytteen lukemalla muut alueella toimivat matkailualan yrittäjät voisivat mahdollisesti saada laajemman näkemyksen Pohjois-Karjalaan matkailualueena ja sen tarjoamiin mahdollisuuksiin. Myös itse pelkästään kävijätieto on arvokasta minkä tahansa alueen matkailulle, ja tämän työn kyselystä saadusta tiedosta voi löytyä arvokkaita havaintoja alueen toimijoille. Saatujen tulosten pohjalta olisi myös helppoa lähteä jatkamaan tutkimusta keskittymällä tarkemmin tuloksista löytyneisiin eri havaintoihin ja ilmiöihin.

## 8.5 Tutkimuksen luotettavuus

Validiteetin osalta kyselytutkimus ja siitä saadut tulokset ovat päteviä. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli kerätä kävijätietoa alueella käyneiltä, käymisestä kiinnostuneilta ja myös heiltä, joilla kiinnostusta tai tietoa alueesta ei ole. Kysymykset pohjautuivat tietoperustassa käsiteltyihin ja esiteltyihin aiheisiin. Näillä kysymyksillä saatiin vastauksia, jotka vastasivat kyselytutkimuksen suunnittelussa käytettyihin ohjaaviin tutkimuskysymyksiin. Nämä vastaukset tarjosivat arvokasta tietoa alueesta ja sen vetovoimatekijöistä. Reliabiliteetin eli luotettavuuden osalta kvantitatiivisessa tutkimuksessa hyvänä vastausmääränä pidetään noin 100 vastausta. Näin kyselytutkimuksen luotettavimpana osiona voidaan siis pitää ensimmäistä kysymyssarjaa ja siitä Pohjois-Karjalassa käyneiltä saatuja 146 vastausta. Kun taas muihin kysymysosioihin saatiin vain 46 ja 32 vastausta, voidaan niitä pitää siis vähemmän luotettavina.

Suurin osa tutkimukseen vastanneista kuului ikäryhmään 21–30. 247 vastaajasta 173 kuului tähän ikäryhmään. Suurin osa muista ikäryhmistä vastasi ensimmäisen kysymyssarjan kysymyksiin ja näin ollen se on ainoa jotenkuten luotettavasti tietoa tarjoava kysymysosio useammalta ikäryhmältä. Kysymyssarjoihin kaksi ja kolme saatiin yhteensä vain 15 vastaajaa ikäryhmän 21–30 ulkopuolelta. Tuloksia tarkasteltiin tässä kokonaisuutena, mutta erityisesti kahden jälkimmäisen kysymyssarjan osalta kaikki tuloksista vedettävät johtopäätökset olisi hyvä rajata pätevän vain ikäryhmään 21–30.

Kyselytutkimuksen tuloksia tutkiessa todettiin saaneen paljon vastauksia Pohjois-Karjalassa käyneiltä yöpymisosion vastaukseen ”7 tai enemmän”. Vuosilta 2015–2019 kaikkien matkailijoiden keskimääräinen yöpyminen on ollut 1,8 yötä, kun taas saatujen tulosten keskiarvo on 3,7 yötä. Tämä ei selkeästi korreloi aiemmin esitettyjen tilastojen kanssa. Yksi pieni kohderyhmä jolle kyselytutkimus jaettiin, oli Pohjois-Karjalassa asuvat henkilöt. Tämän kohderyhmän vastaajat ovat saattaneet helposti vastata vaihtoehtoon ”7 tai enemmän”. Tämän eliminoimiseksi olisi voitu asettaa vaihtoehto ”Asun Pohjois-Karjalassa”. Alueella asuvien kohderyhmä oli kuitenkin sen verran pieni, että tämä mahdollisuus ei selitä kaikkia 45 vastausta. Toinen todennäköinen syy on ystävien ja perheen luona vierailleet. 98 vastaajaa oli ilmoittanut yhdeksi matkan pääsyyksi tämän vaihtoehtoon. On todennäköistä, että moni heistä on saattanut yöpyä pidempään tällä motiivilla. Jos vaihtoehto ”7 tai enemmän” jätettäisiin pois, saataisiin yöpymisten keskiarvoksi saaduista tuloksista 1,8 yötä.

## 8.6 Oman oppimisen arviointi

Suurimpana oppina tämän opinnäytetyön tekemisestä voi ehkä pitää yllättyneisyyttä siitä, kuinka mielikuva entuudestaankin tutusta alueesta voi muuttua, kun sitä alkaa tarkastella hieman tieteellisemmin ja laajempaan kokonaisuuteen. Pohjois-Karjala on siis ollut entuudestaan tuttu, mutta tätä opinnäytetyötä tehdessä opin sen ominaispiirteistä ja tarjonnasta enemmän kuin viimeisen yli 20 vuoden aikana kertyneistä vierailuista. Tarkastelemalla ja tutkimalla eri alueita uusin silmin voi siis laajentaa merkittävästi ymmärrystä kunkin alueen ominaisuuksista ja potentiaalista. Tässä tapauksessa itäisen Suomen tutusta maakunnasta Suomen matkailukentän potentiaalisesti omaksi erottuvaksi matkailualueeksi.

Tämän työn tekemisen ja sen aikatauluttamisen osalta opin selvästi hallitsevani ajankäytön ja projektinsuunnittelun. Kokonaisuudessaan työn valmistuminen vei noin kolme kuukautta ja tätä edesauttoi projektin suunnittelu ja sen etenemisen pilkkominen tiettyihin kokonaisuuksiin, joiden edistymistä seuraamalla pystyi monitoroimaan kokonaisuuden valmistumista. Aiemmin ehkä turvautuessani helppouden vuoksi enemmän internetlähteisiin, huomasin viimeistään tätä työtä tehdessäni kuitenkin kirjallisten lähteiden hyödyllisyyden. Alun vaikeuksien jälkeen löysin osuvia ja työtäni hyödyttäviä lähteitä, joita oli helppo hyödyntää ja niistä saatava tieto oli huomattavasti laajempaa ja monesti asiantuntevampaa kuin vastaavat internetlähteet.

## Lähteet

Arctic Trainers 2020. Luettavissa: <https://www.arctictrainers.fi/>. Luettu: 17.4.2020.

Edelheim, J. & Ilola, H. 2017. Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Lapland University Press. Rovaniemi.

Feel Koli 2020. Luontoretket. Luettavissa: <http://feelkoli.fi/luontoretket/>. Luettu: 17.4.2020.

Finavia Oyj 2020a. Matkustajat lentoasemittain 1998–2019. Luettavissa: [https://www.finavia.fi/sites/default/files/documents/Matkustajat%20lentoasemittain%201998-2019-fi-fi\\_0.pdf](https://www.finavia.fi/sites/default/files/documents/Matkustajat%20lentoasemittain%201998-2019-fi-fi_0.pdf). Luettu: 13.2.2020.

Finavia Oyj 2020b. Lentoliikenteen tilastot. Luettavissa: <https://www.finavia.fi/fi/tietoa-finavia/tietoa-lentoliikenteesta/liikennetilastot/liikennetilastot-vuosittain>. Luettu: 17.2.2020.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita. Helsinki.

Hermannin viinitila 2020. Luettavissa: <https://hermannin.fi/fi/etusivu/>. Luettu: 18.4.2020.

Holloway, J. & Humphreys, C. 2016. The Business of Tourism. Pearson Education Limited. United Kingdom.

Ideakeittiö 2013. Karjala tunnetaan paisteistaan ja piirakoistaan. Luettavissa: <https://www.ideakeittio.fi/artikkelit/karjala-tunnetaan-paisteistaan-ja-piirakoistaan>. Luettu: 5.3.2020.

Ilomantsin kunta 2018. Pogostan pitäjä. Luettavissa: <https://www.ilomantsi.fi/pogostan-pitaja>. Luettu: 10.2.2020.

Ilomantsin matkailuyhdistys 2020. Matkailijan opas 2020. Luettavissa: <https://www.lukusali.fi/index.html?p=Ilomantsin%20Matkailuyhdistys%20ry&i=68ead2be-3928-11ea-95b4-00155d64030a>. Luettu: 20.4.2020.

Joensuun kaupunki 2019. Joensuu lukuina. Luettavissa: <https://www.joensuu.fi/web/guest/joensuu-lukuina>. Luettu: 11.2.2020.

Jyväskylän Yliopisto 2015. Luettavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/maarallinen-analyysi>. Luettu: 19.5.2020.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Suomen Yliopistopaino – Juvenes Print. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Karelia Expert Matkailupalvelu Oy 2020. Tietoa meistä. Luettavissa: <http://www.kareliaexpert.fi/tietoa-meista/>. Luettu: 11.2.2020.

Koihu Adventures 2020. Aktiviteetit, melonta. Luettavissa: <https://koihu.com/fi/aktiviteetit/melonta/>. Luettu: 18.4.2020.

Kolin matkailu Oy 2020a. Kolin matkailuyhdistys. Luettavissa: <https://www.koli.fi/fi/koli/Kolin-matkailuyhdistys#>. Luettu 13.2.2020.

Kolin matkailu Oy 2020b. Autolautta MF Pielinen. Luettavissa: <https://www.koli.fi/fi/Harasta/Kesakausi/Risteilyt>. Luettu: 17.4.2020.

Kustannusyhtiö Ilias Oy 2020. Luettavissa: <http://www.ilias.fi/raami102.html>. Luettu: 13.2.2020.

Lampén, T. Wennström, C. & Putus, A. 2007. Suomen retkeilyopas. Edita. Helsinki.

Löytönen, M & Kolbe, L. 1999. Suomi – Maa, kansa, kulttuurit. Gummerus. Helsinki.

Manente, M. Lokakuu 2008. Destination management and economic background: defining and monitoring local tourist destinations. International Conference of Tourism. Malaga.

Metsähallitus 2019. Suomen kansallispuistot pinta-alan, perustamisvuoden ja käyntimäärän mukaan. Luettavissa: <https://www.metsa.fi/kansallispuistotaulukot>. Luettu: 13.4.2020.

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. 1999. The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage. Goods and Services are no longer enough. Harvard Business School Press. Boston.

Pohjois-Karjalan maakuntaliitto 2018. Brändikiteytys. Luettavissa: <https://www.pohjois-karjala.fi/web/guest/brandikiteytys>. Luettu: 19.2.2020.

Pohjois-Karjalan Vaellusreittiopas 2004a. Vaaroja ja järviä. Luettavissa: [http://www.vael-lus.info/vaaroja\\_ja\\_jarvia.php](http://www.vael-lus.info/vaaroja_ja_jarvia.php). Luettu: 8.4.2020.

Pohjois-Karjalan Vaellusreittiopas 2004b. Luminen talvi, lämmin kesä. Luettavissa: [http://www.vaellus.info/luminen\\_talvi\\_lammin\\_kesa.php](http://www.vaellus.info/luminen_talvi_lammin_kesa.php). Luettu: 8.4.2020.

Stenros, M. 2011. Finland A La Carte. A La Carte Kirjat. Helsinki.

Swarbrook, J. & Horner, S. 2007. Consumer Behavior in Tourism. Elsevier Ltd. Oxford.

Symington, A. & Parnell, F. 2012. Lonely Planet – Finland. Lonely Planet Publishing. Franklin, TN.

Taitokortteli 2020. Luettavissa: [https://taitokortteli.fi/w/?page\\_id=36&lang=fi](https://taitokortteli.fi/w/?page_id=36&lang=fi). Luettu: 17.4.2020.

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Rovaniemi.

Tilastokeskus 2015. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/maakunta/001-2015/index.html>. Luettu: 17.2.2020.

Tilastokeskus 2018. Luettavissa: [http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin\\_\\_vrm\\_\\_vaerak/statfin\\_vaerak\\_pxt\\_11ra.px/table/tableViewLayout1/](http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vrm__vaerak/statfin_vaerak_pxt_11ra.px/table/tableViewLayout1/). Luettu: 11.2.2020.

Tilastotietokanta Rudolf 2020. Luettavissa: [http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland\\_\\_Majoitustilastot/visitfinland\\_matk\\_pxt\\_116t.px/table/tableViewLayout1/](http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/visitfinland_matk_pxt_116t.px/table/tableViewLayout1/). Luettu: 3.4.2020.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut - Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. WSOY. Porvoo.

Visit Ilomantsi 2019a. Ilomantsin Matkailuyhdistys. Luettavissa: <https://visitilomantsi.fi/imy>. Luettu: 10.2.2020.

Visit Ilomantsi 2019b. Luettavissa: <https://visitilomantsi.fi/>. Luettu: 11.2.2020.



Visit Karelia 2020a. Kohteet. Luettavissa: <https://www.visitkarelia.fi/fi/Kohteet>. Luettu: 16.02.2020.

Visit Karelia 2020b. Tietoa Pohjois-Karjalasta. Luettavissa: <https://www.visitkarelia.fi/fi/Info/Tietoa-Pohjois-Karjalasta>. Luettu: 13.2.2020.

Visit Karelia 2020c. Joensuu. Luettavissa: <https://www.visitkarelia.fi/fi/Kohteet/Joensuu>. Luettu: 11.2.2020.

Visit Karelia 2020d. Koli. Luettavissa: <https://www.visitkarelia.fi/fi/Kohteet/Koli>. Luettu: 13.2.2020.

Visit Karelia 2020e. Ilomantsi. Luettavissa: <https://www.visitkarelia.fi/fi/Kohteet/Ilomantsi#>. Luettu: 10.2.2020.

VR Group 2016. VR laskee junalippujen hintoja pysyvästi. Luettavissa: [https://www.vrgroup.fi/fi/vrgroup/uutishuone/uutiset-ja-tiedotteet/vr-laskee-junalippujen-hintoja-pysyvasti-160220160905/?year=2016](https://www.vrgroup.fi/fi/vrgroup/ uutishuone/uutiset-ja-tiedotteet/vr-laskee-junalippujen-hintoja-pysyvasti-160220160905/?year=2016). Luettu: 17.2.2020.

VR Group 2019. Helsingistä Joensuuhun. Luettavissa: <https://www.vr.fi/cs/vr/fi/helsinki-joensuu>. Luettu: 18.2.2020.

## Liitteet

### Liite 1. Kyselylomakkeen kysymykset

1. Mikä on ikäsi? / What is your age? \*

- Alle 20 / Under 20
- 21–30
- 31–45
- 46–64
- Yli 65 / Over 65

2. Sukupuoli? / Gender? \*

- Mies / Male
- Nainen / Female
- Muu / Other

3. Kansalaisuus / Nationality \*

- Suomi / Finland
- Joku muu, mikä? / Other, what?

4. Oletko kuullut Pohjois-Karjalan alueesta? / Have you heard of the Karelian region in Finland? \*

- Kyllä / Yes
- Ei / No (Hyppäys kysymykseen 23.)

5. Oletko koskaan matkustanut Pohjois-Karjalassa? / Have you ever traveled in the Karelian region in Finland? \*

- Kyllä / Yes (Hyppäys kysymykseen 7.)
- En / No

6. Kiinnostaako sinua käydä Pohjois-Karjalassa? / Are you interested in visiting the Karelian region? \*

- Kyllä / Yes (Hyppäys kysymykseen 16.)
- Ei / No (Hyppäys kysymykseen 23.)

7. Missä kohteissa vierailit? / What destinations did you visit? \*

- Joensuu
- Koli
- Ilomantsi
- Lieksa
- Nurmes
- Kitee
- Heinävesi
- Valtimo
- Juuka
- Kontiolahti
- Outokumpu
- Tohmajärvi
- Rääkkylä
- Joku muu, mikä? / Something else, what?

8. Missä eri nähtävyyksissä vierailit? / What different attractions did you visit? \*

- Valamon luostari / Valamo monastery

- Lintulan luostari / Lintula monastery
- Parppeinvaaran runokylä, Ilomantsi / Parppeinvaara heritage village, Ilomantsi
- Heinäveden kirkko / Heinävesi church
- Kolin kansallispuisto / Koli National Park
- Hermannin viinitila ja torni, Ilomantsi / Hermann vineyards and tower, Ilomantsi
- Petkeljärven kansallispuisto / Petkeljärvi National Park
- Profeetta Elia ortodoksi kirkko, Ilomantsi / Prophet Elia Orthodox Church, Ilomantsi
- Joensuun kaupungintalo / Joensuu City Hall
- Pielisen sillat, Joensuu / Bridges over river Pielinen, Joensuu
- Joensuun kauppatori / Joensuu Market Square
- Taitokortteli, Joensuu / Taitokortteli handcrafts quarter, Joensuu
- Kauppaneuvoksen kahvila, Joensuu / Kauppaneuvos Cafe, Joensuu
- Kiteen eläinpuisto / Kitee Zoo
- Aquapark vesipuisto / Kitee Aquapark
- Pielisen lautta, Koli / Ferry over Lake Pielinen, Koli
- Luontokeskus Ukko, Koli / Ukko Nature Center, Koli
- Bomban karjalaiskylä, Nurmes / Bomba Heritage Village, Nurmes
- Matkailukeskus Vanha Kaivos, Outokumpu / Old Mine Visitor Center, Outokumpu
- Keretin torni, Outokumpu / Keretti Quarry Tower, Outokumpu
- Murtovaaran talomuseo, Valtimo / Murtovaara house museum, Valtimo
- Myllymuseo, Juuka / Mill Museum, Juuka
- Juuan kirkko / Juuka Church
- Jakokosken museokanava, Kontiolahti / Jakokoski museum canal, Kontiolahti
- Joku muu, mikä? Something else, what?

9. Kokeilitko minkäänlaisia aktiviteetti- ja elämyspalveluita? Jos kyllä, mitä? / Did you try out any activity and experience services? If yes, what? \*

- En kokeillut / I did not
- Hiihto / Cross country skiing
- Vaellus / Hiking
- Saunominen / Sauna
- Melonta / Canoeing
- Retkeily / Camping
- Laskettelu / Downhill skiing
- Kalastus / Fishing
- Lumikenkäily / Snowshoe walks
- Moottorikelkkailu
- Pyöräily tai maastopyöräily / Cycling or offroad cycling
- Uinti / Swimming
- Villieläinten katselu / Wildlife viewing
- SUP-lautailu / Stand up paddling
- Joku muu, mikä? / Something else, what?

10. Mikä seuraavista teki suurimman vaikutuksen matkallasi Pohjois-Karjalassa? / Which of the following made the greatest impression on your trip in Karelia? \*

- Ruoka / Food
- Luonto / Nature
- Kulttuuri / Culture
- Nähtävyydet / Attractions
- Aktiviteetit / Activities
- Joku muu, mikä? / Something else, what?

11. Mikä oli matkallelähdön pääsyy? Valitse vaihtoehtoista sopivimmat. / What was the main reason for your trip? Choose the most appropriate options. \*

- Terveys & rentoutuminen / Health & relaxation
- Seikkailu / Adventure
- Nähtävyydet & kulttuuri / Attractions & culture
- Ystävien tai perheen luona vierailu / Visiting friends or family
- Eksklusiivisuus & luksus / Exclusivity & luxury
- Uuden oppiminen tai tiedon keruu / Learning or gathering information
- Nostalgia / Nostalgia
- Hengellisyys / Spiritual
- Työmatka / Work related

12. Yövyitkö Pohjois-Karjalassa? Jos kyllä, monta yötä yövyit? / Did you stay overnight in Karelia? If yes, how many nights did you stay? \*

- En yöpynyt / I didn't stay the night
- 1
- 2
- 3
- 4-6
- 7 tai enemmän / 7 or more

13. Millä kulkuvälineellä saavuit Pohjois-Karjalaan? / What type of transport did you use to arrive in Karelia? \*

- Auto / Car
- Juna / Train
- Bussi / Bus
- Lentokone / Airplane
- Joku muu, mikä? / Something else, what?

14. Matkustaisitko uudestaan Pohjois-Karjalaan? / Would you travel to Karelia again? \*

- Kyllä / Yes
- En / No

15. Mitä kehitettävää keksisit Pohjois-Karjalan matkailun parantamiseksi omien kokemustesi perusteella? (Vapaavalintainen) / Based on your experiences what would you improve to make travel experiences in Karelia better? (Optional)

16. Missä kohteissa sinua kiinnostaisi vierailla? / What destinations would you like to visit? \*

- Joensuu
- Koli
- Ilomantsi
- Lieksa
- Nurmes
- Kitee
- Heinävesi
- Valtimo
- Juuka
- Kontiolahti
- Outokumpu
- Tohmajärvi
- Rääkkylä
- Joku muu, mikä? / Something else, what?

17. Missä eri nähtävyyksissä sinua kiinnostaisi vierailla? / What different attractions would you like to visit? \*

- Valamon luostari / Valamo monastery
- Lintulan luostari / Lintula monastey
- Parppeinvaaran runokylä, Ilomantsi / Parppeinvaara heritage village, Ilomantsi
- Heinäveden kirkko / Heinävesi church
- Kolin kansallispuisto / Koli National Park
- Hermannin viinitila ja torni, Ilomantsi / Hermann vineyards and tower, Ilomantsi
- Petkeljärven kansallispuisto / Petkeljärvi National Park
- Profeetta Elia ortodoksi kirkko, Ilomantsi / Prophet Elia Orthodox Church, Ilo-mantsi
- Joensuun kaupungintalo / Joensuu City Hall
- Pielisen sillat, Joensuu / Bridges over river Pielinen, Joensuu
- Joensuun kauppatori / Joensuu Market Square
- Taitokortteli, Joensuu / Taitokortteli handcrafts quarter, Joensuu
- Kauppaneuvoksen kahvila, Joensuu / Kauppaneuvos Cafe, Joensuu
- Kiteen eläinpuisto / Kitee Zoo
- Aquapark vesipuisto / Kitee Aquapark
- Pielisen lautta, Koli / Ferry over Lake Pielinen, Koli
- Luontokeskus Ukko, Koli / Ukko Nature Center, Koli
- Bomban karjalaiskylä, Nurmes / Bomba Heritage Village, Nurmes
- Matkailukeskus Vanha Kaivos, Outokumpu / Old Mine Visitor Center, Outokumpu
- Keretin torni, Outokumpu / Keretti Quarry Tower, Outokumpu
- Murtovaaran talomuseo, Valtimo / Murtovaara house museum, Valtimo
- Myllymuseo, Juuka / Mill Museum, Juuka
- Juuan kirkko / Juuka Church
- Jakokosken museokanava, Kontiolahti / Jakokoski museum canal, Kontiolahti
- Joku muu, mikä? Something else, what?

18. Kiinnostaisiko sinua kokeilla minkäänlaisia aktiviteetti- ja elämyspalveluita? Jos kyllä, mitä? / Would you like to try out any activity and experience services? If yes, what? \*

- En ole kiinnostunut / I would not
- Hiihto / Cross country sking
- Vaellus / Hiking
- Saunominen / Sauna
- Melonta / Canoeing
- Retkeily / Camping
- Laskettelu / Downhill skiing
- Kalastus / Fishing
- Lumikenkäily / Snowshoe walks
- Moottorikelkkailu
- Pyöräily tai maastopyöräily / Cycling or offroad cycling
- Uinti / Swimming
- Villieläinten katselu / Wildlife viewing
- SUP-lautailu / Stand up paddling
- Joku muu, mikä? / Something else, what?

19. Mikä seuraavista todennäköisesti kiinnostaisi eniten, jos matkustaisit Pohjois-Karja-lassa? / Which would most likely interest you the most if you travelled to Karelia? \*

- Ruoka / Food
- Luonto / Nature
- Kulttuuri / Culture
- Nähtävyydet / Attractions
- Aktiviteetit / Activities

- Joku muu, mikä? / Something else, what?

20. Mikä olisi todennäköisesti matkallelähdön pääsyy? Valitse vaihtoehtoista sopivimmat. / What would most likely be the main reason for your trip? Choose the most appropriate options. \*

- Terveys & rentoutuminen / Health & relaxation
- Seikkailu / Adventure
- Nähtävyydet & kulttuuri / Attractions & culture
- Ystävien tai perheen luona vierailu / Visiting friends or family
- Eksklusiivisuus & luksus / Exclusivity & luxury
- Uuden oppiminen tai tiedon keruu / Learning or gathering information
- Nostalgia / Nostalgia
- Hengellisyys / Spiritual
- Työmatka / Work related

21. Yöpyisitkö matkallasi Pohjois-Karjalassa? Jos kyllä, monta yötä arvioisit yöpyväsi? / Would you stay overnight on your trip in Karelia? If yes, how many nights you think you would stay? \*

- En yöpyisi / I wouldn't stay the night
- 1
- 2
- 3
- 4–6
- 7 tai enemmän / 7 or more

22. Millä kulkuvälineellä todennäköisesti matkustaisit Pohjois-Karjalaan? / What type of transportation would you most likely use to travel to Karelia? \*

- Auto / Car
- Juna / Train
- Bussi / Bus
- Lentokone / Airplane
- Joku muu, mikä? / Something else, what?

23. Minkälaisissa kohteissa yleensä matkustat? / What type of destinations do you usually travel to? \*

- Isot kaupungit / Big cities
- Pienet kaupungit tai kylät / Small cities or towns
- Maaseutu / Countryside
- Luontokohteet / Nature or wilderness

24. Minkälaisissa nähtävyyksissä yleensä vieraillet matkoillasi? / What types of attractions you usually visit when travelling? \*

- Historialliset nähtävyydet / Historic attractions
- Museot & taidegalleriat / Museums & art galleries
- Puistot & puutarhat / Parks & gardens
- Tapahtumat (esim. konsertit) / Events (e.g. concerts)
- Uskonnolliset nähtävyydet / Religious attractions
- Luontonähtävyydet / Nature attractions

25. Kokeiletko yleensä matkoillasi minkäänlaisia aktiviteetti- ja elämyspalveluita? Jos kyllä, kokeilisitko jotain seuraavista vaihtoehtoista? / Do you usually try out any activity and experience services when travelling? If yes, would you try any of the following options? \*

- En kokeile / I do not

- Hiihto / Cross country skiing
- Vaellus / Hiking
- Saunominen / Sauna
- Melonta / Canoeing
- Retkeily / Camping
- Laskettelu / Downhill skiing
- Kalastus / Fishing
- Lumikenkäily / Snowshoe walks
- Moottorikelkkailu
- Pyöräily tai maastopyöräily / Cycling or offroad cycling
- Uinti / Swimming
- Villieläinten katselu / Wildlife viewing
- SUP-lautailu / Stand up paddling
- Joku muu, mikä? / Something else, what?

26. Mikä yleensä kiinnostaa sinua eniten matkustaessasi? / Which usually interests you the most when travelling? \*

- Ruoka / Food
- Luonto / Nature
- Kulttuuri / Culture
- Nähtävyydet / Attractions
- Aktiviteetit / Activities
- Joku muu, mikä? / Something else, what?

27. Mikä on yleensä matkalle lähtösi pääsyy? Valitse vaihtoehtoista sopivimmat. / What usually is the main reason for your travels? Choose the most appropriate options. \*

- Terveys & rentoutuminen / Health & relaxation
- Seikkailu / Adventure
- Nähtävyydet & kulttuuri / Attractions & culture
- Ystävien tai perheen luona vierailu / Visiting friends or family
- Eksklusiivisuus & luksus / Exclusivity & luxury
- Uuden oppiminen tai tiedon keruu / Learning or gathering information
- Nostalgia / Nostalgia
- Hengellisyys / Spiritual
- Työmatka / Work related

28. Millä kulkuvälineellä yleensä matkustat Suomessa? / What type of transport you usually use when travelling in Finland? \*

- Auto / Car
- Juna / Train
- Bussi / Bus
- Lentokone / Airplane
- Joku muu, mikä? / Something else, what?