

Matkailijakokemus ruokamatkailun kehittämisen tukena

7.3.2025

Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvitys 2024 (Järvinen ym., 2025) toteutettiin haastattelemalla matkailijoita, jotka vierailivat Etelä-Pohjanmaalla vuoden 2024 talvilomaviikkojen ja kesäkuukausien aikana. Selvitys antaa tietoa muun muassa millaisia matkailijoita alueella vieraili, kuinka he alueelle matkustivat, mikä oli motivoinut heitä tulemaan alueelle ja mistä matkailijat olivat hakeneet tietoa matkaansa varten. Lisäksi selvitys kertoo siitä, millaisia lomakokemuksia matkailijoilla oli ollut sekä mitä palveluita he olivat käyttäneet ja millaisia tarpeita matkailijoilla oli ollut sekä kuinka kauan he olivat alueella viipyneet. Tulokset kertovat myös kuinka paljon rahaa oli käytetty ja mihin sitä oli käytetty. Selvitys antaa lisäksi tietoa vastuullisuuden tärkeydestä matkailijoille ja kuinka todennäköisesti he suosittelisivat Etelä-Pohjanmaata muille matkailijoille. Matkailijaselvityksen tiedonkeruu toteutettiin kaksiosaisena, jossa matkailijat vastasivat ensin niin sanottuun esikyselyyn matkansa aikana, johon saatiin 1966 vastausta (mts. 18). Jatkokyselyyn vastasi 935 matkailijaa matkan jälkeen.

Matkailutoimialan kehittämisessä keskitytään ensisijaisesti matkailijaan, mutta on hyvä huomioida myös paikallisten asukkaiden vaikutus. Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvitys 2024 (Järvinen ym., 2025, s. 24, 28–29, 33–36, 43) antaa ymmärtää, että sukulaisilla ja tuttavilla on vaikutusta siihen, keitä alueella vierailee ja mitä tietoa he välittävät eteenpäin matkailijoille. Selvityksen mukaan toiseksi tärkein tietolähde matkakohdetta valittaessa oli juuri sukulaiset ja tuttavat (mts. 43). Tulosten valossa voidaan todeta, että matkailija ei suinkaan välttämättä ole itse se, joka päättää esimerkiksi missä ruokaillaan tai missä vierailukohteissa käydään, jolla on taas puolestaan vaikutusta siihen mitä ruoka- ja juomatuotteita ostetaan mukaan kotiin viemisinä ja tuliaisina.

Selvitysten tuloksia tarkastellessa huomio kiinnittyy usein siihen mitkä asiat ovat saaneet eniten huomioita

vastaajilta. On myös hyvä pohtia miksi jotkin asiat eivät nouse tuloksissa korkealle. Esimerkiksi Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvityksen 2024 tulosten mukaan vain neljä prosenttia kesämatkailijoista ja yhdeksän prosenttia talvimatkailijoista kertoivat matkan päätarkoitukseksi ruokamatkailun (Järvinen ym., 2025, s. 36). Vaikka vastausprosentit ovat varsin alhaisia, voidaan kuitenkin todeta, että joillekin matkailijoille muun muassa ruokailut ravintolassa, luonnossa ja kulttuuriympäristössä, sekä vierailut toreilla, erikoismyymälöissä, pienpanimoilla ovat olleet tärkeitä matkan motiiveja. Toisaalta pieni vastausmäärä voi kertoa myös siitä, että tälle kohderyhmälle suunnattua palvelutarjontaa on vielä varaa lisätä.

Paikallisuus vetovoimatekijäksi

Yleisesti voidaan sanoa, että tapahtumissa ja isoissa matkailukohteissa viivytään ajallisesti kauan ja ruokailut tapahtuvat niin sanotusti aitojen sisäpuolella. Usein tapahtumien ja isojen kohteiden ruokailulta odotetaan, ja ehkä myös oletetaan, että ruokailun on oltava nopeaa ja että ruoka on täyttävää ja edullista. Mutta näin ei välttämättä ole, sillä matkailijaselvityksen vastaukset antavat osviittaa myös siihen, että paikallisia vaihtoehtoja kaivataan pizzojen ja burgereiden rinnalle (Järvinen ym., 2025, s. 54–55). Ei siis korvaamaan niitä kokonaan, vaan niiden rinnalle. Tämä käy ilmi myös vastauksista, joissa matkailijoita pyydettiin arvioimaan vastuullisuuden tärkeyttä eri vastuullisuuden osa-alueet huomioiden (mts. 44–46). Sekä talvi- että kesämatkailijat arvostivat eniten paikallisuutta ja sen huomioimista eri tavoin. Yli puolet vastaajista nosti toiseksi tärkeimmäksi vastuullisuusasiaksi mahdollisuuden syödä paikallista ruokaa, tämä oli heille joko merkittävä tai erittäin merkittävä asia.

Matkailijaselvityksen mukaan myös sillä, että matkakohteessa pääsee näkemään paikallista kulttuuria ja perinnemaisemia oli matkailijoille merkitystä (Järvinen ym. 2025, s. 44–45). Tärkeäksi koettiin myös se, että matkailijoille kerrotaan luonnosta ja paikallisesta kulttuurista. Noin kolmannes vastaajista piti tärkeänä, että matkakohteessa on mahdollisuus ostaa paikallisia matkamuistoja, joihin voidaan lukea myös ruoka- ja juomatuotteet. Ruoka ja juoma ovat luonnollinen tapa kokea paikallisuutta, mutta paikallisuus voidaan ulottaa myös varsinaisen ruuasta ja juomasta saatavan makukokemuksen lisäksi myös palveluympäristöön. Eli myös se miltä kohteessa näyttää tai miten tuotteet ovat esillä, kuinka asiakasta palvellaan tai millaisia elämyksellisiä elementtejä palveluun on saatu yhdistettyä, on merkitystä. Paikallisuutta voidaan hyödyntää monin tavoin asiakaspolun eri vaiheissa. Paikallisuus tarjoaa tärkeitä erottautumistekijöitä ja se voi muodostua jopa kilpailutekijäksi. Selvityksen tuloksista voidaan päätellä, että matkailijoiden odotukset paikallisuuden kokemisen suhteen ovat korkealla ja siksi on tärkeää huolehtia, että paikalliskulttuuria ja alueellista matkailutarjontaa tunnetaan myös yrityksen oman toimintaympäristön lisäksi.

Selvityksen mukaan matkailijat käyttivät rahaa keskimäärin talvella 154 € per henkilö ja kesällä 222 per henkilö (Järvinen ym., 2025, s. 47–48). Eniten eli noin kolmannes käytetystä rahasta meni majoituskuluihin ja toiseksi eniten ravintoloihin ja kahviloihin eli noin viidennes käytetystä rahasta (mts. 48–49). Melkein saman verran rahaa meni myös ruoka-, päivittäistavara- ja erikoistavaraostoksiin. Matkailijat kertoivat, että päivämatkailijat nauttivat keskimäärin yhden ravintola-aterian ja yöpyneet matkailijat kaksi ravintola-ateriaa (mts. 50). Eteläpohjalaisten matkailuyritysten mukaan kesällä 2024 matkailijat eivät niinkään käyttäneet matkailupalveluita, vaikka matkailijoita oli alueella vieraillut hyvin (Järvinen ym., 2024, s. 24). Niukempi palveluiden käyttö heijastuu myös ravintolapalveluihin. Sen sijaan, että esimerkiksi ruokailtaisiin ravintoloissa

ja kahviloissa, valmistavat matkailijat herkemmin itse ruokansa majoituskohteissa, jos käytettävissä on vähemmän rahaa. On hyvä muistaa, että kun matkailijan paikallisuuden kokemisen tarve ei sinällään häviä, odottaa matkailija löytävänsä paikallisia ruoka- ja juomatuotteita sekä raaka-aineita marketeista tai matkakohteista. Näitä tuotteita he hyödyntävät valmistaessaan itse ateriansa tai nauttivat paikallisen leivän tai leivonnaisen itse keittämänsä kahvin kera joko kotonaan, majoituskohteessa tai sukulaisten ja tuttavien luona.

Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvitykseen 2024 vastanneilla matkailijoilla oli mahdollisuus myös antaa avointa, omin sanoin kerrottavaa palautetta. Jopa 572 matkailijaa kommentoi vähintään yhtä positiivista asiaa vierailultaan (Järvinen ym., 2025, s. 52–53). Eniten positiivisia mainintoja sai ystävällinen asiakaspalvelu ja ystävälliset ihmiset. Myös luonto ja maisemat nousivat positiivisten asioiden kärkeen. Eteläpohjalaista maisemaa, kuten perinne-, pelto- ja järvimaisemaa pidettiin kauniina. Myös ruoka sai positiivisia mainintoja, mutta siihen liittyen nousi esille myös toiveita. Erityisesti toiveita esitettiin paikallisen ruuan ja kasvisruuan saatavuuteen (mts. 54–55).



Kuva 1. Ruoka on osa matkaa. Matkailijoiden somepäivityksissä kuvataan usein ruokia ja ruokailuhetkiä (kuva: Elina Järvinen).

Ruoka on merkittävä osa matkailijakokemusta; me kaikki syömme ja juomme matkan aikana. Makukokemukset ja saatu asiakaspalvelu usein muokkaavat kokemustamme siitä oliko matka onnistunut vai ei. On tärkeää huomioida eri lähteistä saatavaa tietoa ja hyödyntää sitä asiakasymmärryksen lisäämisessä, matkailutuotteiden ja -palveluiden kehittämisessä, tuotteistuksessa sekä viestinnän suunnittelussa ja toteutuksessa.

Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvitys 2024 tehtiin osana Matkailun kestävä siirtymä -hankkeen toimenpiteitä. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama. Tutustu hankkeeseen hankkeen verkkosivuilla https://projektit.app-staging.seamk.hion.dev/yrittajyys-ja-kasvu/matkailun-kestava-siirtyma/**Elina Järvinen**
SeAMK

Kirjoittaja toimii Seinäjoen ammattikorkeakoulussa matkailun asiantuntijana.

Lisätietoja Elina Järvinen, elina.jarvinen@app-staging.seamk.hion.dev, p. 040 868 0610

Lähteet

Järvinen, E., Tuuri, H., Katajavirta, M., & Jyllilä, S. (2024). *Taloussuhdanteiden vaikutus Etelä-Pohjanmaan matkailuun.* Teoksessa A. Viljamaa, S. Joensuu-Salo, & M. Karvonen (toim.), Yrittäjyyttä, opetusta, innovointia tekoälyn aikana: SeAMK Liiketalouden kokoomateos 2024 (s.15-27). (Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 191). Seinäjoen ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2024120298969

Järvinen, E., Tuuri, H., Rossinen-Kaihlamäki, M., & Jyllilä, S. (2025). *Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvitys 2024.* (Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä192.) Seinäjoen ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202501164008