

# Vastuullisuus ja kestävyys maaseutumatkailussa

*tammikuu 2025*



Rositsa Röntynen

[rositsa.rontynen@jamk.fi](mailto:rositsa.rontynen@jamk.fi)

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

**RURAL  
FINLAND  
TOURISM HUB**  
2024 ————— 2026

# Kehittäjien näkökulma

Lähteet: kehittäjäkysely, n=86; 4 työpajaa, 69 osallistujaa

- **Osaamistarpeet:** ¼ tarvitsee osaamista matkailun ympäristövaikutuksista ja niiden vähentämisestä, 1/3 paikallisyhteisön hyvinvoinnin parantamisesta, ½ toivoo osaamisen vahvistamista sidosryhmien osallistamisesta matkailun kehittämiseen, verkostoitumisesta, yhteistyöstä ja taloudellisesti kannattavasta matkailutoiminnasta, yli ½ ei osaa riittävästi ennakointia, tutkimusta tai muita tulevaisuustaitoja, 40% ei tunne Suomen matkailustrategiaa.
- **Työn luonne:** Maaseutumatkailun kehittäjä tekee paljon muutakin – aluekehityksestä maaviljelyyn. Keskimäärin 25% työajasta on varattu maaseutumatkailun kehittämiseen. Vain 7,6% kehittäjien työnimikkeistä sisältää ”matkailu”-sanana. Keskimäärin 70% maaseutumatkailun kehittämistä on hanketyötä (=epävakautta).
- **Alueorganisaatiot** eivät miellä itseään maaseutumatkailun kehittäjiksi (vain muutama vastaus kyselyyn).
- **Neoendogeeninen kehittäminen:** yhdistelmää paikallisia ja ulkopuolisia resursseja ja osaamisia mukana.
- **Kehittämisen ajankohtaiset aiheet:** työvoimapula, sukupolvenvaihdos, paikallisyhteisön ja yrittäjien hyvinvointi, yhteistyö yli kunta- ja maakuntarajoja.
- **Hyödyntämätön potentiaali:** pimeys ja kylmyys, saunat, bleisure, etätyö, kolmannen sektorin osallistaminen.
- **Kilpailuetu:** hellepakolaisuus.
- **Haasteet kehittämisen eteen:** projektityön jatkuvuuden puute, yleiset ja kohdistamattomat toimenpiteet ja työkalut konkreettisiin haasteisiin, maaseutumatkailun edunvalvonnan puute valtakunnallisesti, maaseutumatkailun liiketoiminnan selviytymiskeskeisyys kehittämisen sijaan.



Euroopan unionin  
osarahoittama

# Matkailijoiden näkökulma

Lähteet: kuluttajakysely, n=953; innovointikurssin selvitys, 65 opiskelijaa, 389 haastattelua

## KOTIMAISET

- **Sesongit:** Yli 80% matkustaa maaseudulle kesälomalla, kun muiden vuodenaikojen potentiaali ei ole vielä täysin hyödynnetty.
- **Taloudellinen vaikutus:** Toteutuneista maaseutuaktiviteeteista suuri osa on omatoimisia, eikä se tuota kohteelle matkailutuloja. 2/3 ei ole ikinä käyttänyt ohjelmapalveluita tai välinevuokrausta matkoillaan.
- **Palvelutaso:** Kokemissa palveluissa positiivisimpina vaikutelmina ovat aitous ja ystävällisyys. Negatiivisimpina ovat aukioloajat, löydettävyyden, hinta, ylläpitämättömyys, esteellisyys.
- **Saavutettavuus:** Yli 80% matkustaa maaseudulle omalla autolla.
- **Koronapandemian vaikutukset:** Matkustetaan yhtä usein ja käytetään saman verran rahaa kuin ennen, mutta valitaan useammin kotimaisia matkailukohteita, joka on mahdollistanut myös useammat vierailut maaseudulla. Lentäminen on vähentynyt, pyöräily on lisääntynyt. Luontokohteet ja kansallispuistot ovat suosittuimpia. Useammin valitaan itsenäisiä aktiviteetteja, toisaalta halutaan tukea kotimaisia palveluita. Ruoalla hemmotellaan. Maaseutumatkailun palvelut ovat huonontuneet: joukkoliikenne on karsittu ja aukioloajat ovat lyhentyneet. Joidenkin mielestä maaseutukohteissa on jo ”ahdasta”, kun matkustajat ovat lisääntyneet. Enemmän huomiota hyvinvointiin, turvallisuuteen, lemmikkiystävällisyyteen. Kotimaisuus ja paikallisuus sekä matkailun yleinen kestävyys kiinnostavat entistä enemmän. Tietoisuus vastuullisuudesta ja kestävydestä on lisääntynyt: ”Kestävämpi elämä ei ole yksi vaihtoehtoista, vaan niistä ainut.” Osa puhuu ”plandemiasta”.

## KANSAINVÄLISET

- **Kiinnostus:** paikallisista kulttuurista ja perinteisistä aktiviteeteista luonnossa, ruoasta ja tapahtumista.
- **Ympäristötietoisia,** tarkastelevat omaa toimintaa jatkuvasti.
- **Hyvinvointi:** Saunaa, hiljaisuutta, puhdasta ilmaa arki- ja urbaanielämän stressin vastakohtaksi.
- **Aidot ja osallistavat elämykset** ja kohtaamiset paikallisyhteisön kanssa kiinnostavat. Haetaan win-win kulttuurivaihtoa ja ympäristöystävällistä toimintaa. (vapaaehtoismatkailu & uudistava matkailu)
- **Hyödyntämätön potentiaali:** kv-porukka, joka on jo Suomessa (v. 2023 Suomessa on ollut 100 000 kv-opiskelijaa). Osa heistä ”ei tiedä Suomen maaseudun olemassaolosta” tai pitää sitä ”tyhjänä tilana”. Kv-työntekijät, bisnesvierailijat ja diginomadit voisivat täydentää matkailua sesonkien ulkopuolellakin, mm. etätyöllä ja bleisure -konseptilla.
- **Paradoksi:** Suurin osa Suomesta on elävää, viehättävää maaseutua, mutta Suomea markkinoidaan kaupunkivetoisesti. Maaseudun viesti ei ole selkeää.
- **Saavutettavuus,** fyysinen ja kielellinen, tulee parantaa. Erityisesti lapsiperheille tulee kehittää maaseudulla palveluita, jotka ovat logistisesti helppoja ja turvallisia.



Euroopan unionin  
osarahoittama