

Matkamuistojen monet merkitykset

3.11.2026

Matkailuun kuuluvat olennaisesti matkamuistot, jotka muodostavat yhteyden kohdemaahan tai johonkin pienempään kohteeseen. Matkamuisto on nimensä mukaisesti muisto kokemuksesta tai elämyksestä, joka on koettu matkan aikana ja joka on tavalla tai toisella tuottanut jonkinlaista arvoa ostajalleen (Kaitila, 2015, s. 3–7). Matkoilta ostetaan myös tuotteita, joilla ei ole suoraa yhteyttä kohteeseen. Tällöin ostamisen takana voivat olla esimerkiksi niiden tarpeellisuuteen, käytännöllisyyteen tai uutuusarvoon liittyvät tekijät. Matkamuistoilla voi olla myös statusarvoa, jolla halutaan viestittää muille ihmisille matkasta ja matkailijan omasta identiteetistä.

Vuoden 2024 Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvityksessä matkailijoilta kysyttiin, millaisia asioita he pitivät tärkeinä matkaillessaan (Järvinen ym., 2025, s. 44–46). Vastaajille oli annettu erilaisia vastuullisuuteen liittyviä vaihtoehtoja. Vastaajien eniten arvostamat tekijät liittyivät paikallisuuteen ja sen huomioimiseen. Paikallisten työllistäminen, mahdollisuus syödä paikallista ruokaa, mahdollisuus päästä näkemään paikallista kulttuuria ja perinnemaisia koettiin tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi suurella osalla vastaajista. Noin joka kolmas vastaaja koki mahdollisuuden ostaa paikallisia matkamuistoja myös tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi.

Matkamuistoja voi olla monenlaisia uniikeista ja arvokkaista käsitöistä aina halpaan massatuotettuun bulkkitavaraan. Lähes mistä tahansa voi ostaa itselleen matkamuiston tai muille tuliaisia. Mitä suuremmassa roolissa matkailu on, sitä enemmän tarjolla on ostettavaa. Varsinaisten matkailukohteiden lisäksi matkamuistoja ja tuliaisia on saatavilla matkustamisen solmukohdista kuten lentoasemilta ja satamista.

Kolme matkailijaa, kolme tarinaa

matkamuistojen ja tuliaisten hankinnasta

Seuraavassa on kerrottuna kolmen matkailijan haastattelut siitä, mitä matkamuistot ja tuliaiset heille tarkoittavat. Haastattelut tehtiin lokakuussa 2026 Suomessa Helsinki-Vantaan lentoasemalla ja Liettuassa Vilnan lentoasemalla.

Ensimmäinen haastateltava oli portugalilainen mies, joka oli ollut noin viikon kestävällä työmatkalla Vilnassa. Vierailunsa aikana haastateltava oli ehtinyt tutustua kaupunkiin ja kulttuuriin. Haastateltava kertoi matkustavansa ulkomaille joitakin kertoja vuosittain ja matkat ovat pääasiassa työmatkoja. Hän kertoi myös ostavansa matkoiltaan matkamuistoja ja tuliaisia. Hänellä on tapana muistaa kollegoitaan, joille hän ostaa edullisia ja kooltaan pieniä tuliaisia, kuten magneetteja tai muistikirjoja. Tuliaisista on nähtävissä maa tai paikkakunta, jossa hän on vieraillut. Perheelleen ja läheisilleen ostamansa tuliaiset hän luokittelee paremmiksi. Haastateltava toteaa, että tuliaiset symboloivat hänelle sitä, että lahjan saajat ovat hänelle merkityksellisiä ihmisiä ja hän on muistanut heitä matkansa aikana.

Itselleen haastateltava ostaa joskus matkamuistoja, mutta ei aina. Jos hän ostaa itselleen, silloin matkamuisto on normaalia laadukkaampi ja sillä on usein jokin käyttötarkoitus. Tuliaisia ja matkamuistoja hän kertoo ostavansa vierailukohteen kaupoista ja lentoasemilta ja käyttävänsä rahaa niihin kohtuullisesti. Joskus budjetti ylittyy. Tällöin tuotteella on usein jokin käytännöllinen tarkoitus, kuten vaatteet ja taide, tai tuote on jollain tavalla erikoinen. Haastateltava kertoi ostaneensa kerran arvokkaan kynän, joka toimi samalla vatupassina.

Haastateltavan mukaan tuotteen alkuperällä ei ole hänelle merkitystä edullisten, teollisesti sarjatuotantona valmistettujen tuotteiden osalta. Sen sijaan arvokkaampien ja laadukkaampien tuotteiden osalta alkuperällä on merkitystä. Silloin tuotteen tulee olla valmistettu kohdemaassa tai jopa sillä alueella, jolla hän on vieraillut. Matkamuiston tai tuliaisen valintaan vaikuttavat matkalla nähdyt kohteet ja maisemat, koetut elämykset sekä nautitut ruuat ja juomat.

Toinen haastateltava oli suomalainen nainen, joka oli lähdössä ulkomaan työmatkalle. Haastateltava kertoi ostavansa matkamuistoja ja tuliaisia, mutta se ei ole välttämätöntä. Usein tuote on syötävää tai juotavaa, sillä hän ei halua niiden jäävän ”nurkkiin pyörimään”. Hän ostaa mieluummin tarpeeseen ja miettii tarkasti mitä ostaa. Haastateltava kertoo, että hinnalla on merkitystä ja matkoilta hankitaan tuotteita, joiden hintataso on kotimaata edullisempi. Hän kertoo, ettei osta tuliaisiksi muille ihmisille käyttöön jääviä tuotteita, joihin on merkitty esimerkiksi maan tai kaupungin nimi. Sellaisia tuotteita hän ostaa korkeintaan itselleen. Poikkeuksena tästä voi olla tuotteet, joiden taustalla on jokin olemassa oleva tarve, kuten lasten vaatteet. Tällöin tuotteessa voi lukea maan tai kaupungin nimi tai olla maata tai aluetta kuvaava symboli.

Hän kertoo, että matkan aikana koetuilla kokemuksilla on merkitystä matkamuiston ja tuliaisen valintaan. Kokemusten kautta löytyy tuotteita, joita suosia tai välttää. Haastateltava kertoo, että tuotteen alkuperällä on jonkin verran väliä, enemmän läheisille ihmisille annettavien tuliaisten kohdalla. Tuliaisten kautta osoitetaan, että ihmiset ovat tärkeitä ja heidän kanssaan halutaan jakaa kokemus, johon esimerkiksi he eivät päässeet mukaan. Haastateltava kertoi kiinnittäneensä huomiota lentoasemalla olevaan tarjontaan. Hän kertoo, että suomalaisena häntä häiritsee tuotteiden niin sanottu suomalaisuus. Myynnissä on Suomeen viittaavia

tuotteita, joissa esimerkiksi poron sijaan on saksanhirvi, tai puutuotteen materiaalina ei ole käytetty suomalaisia puulajikkeita, mutta niitä myydään suomalaisina. Hän pohtikin, miksi jotkin tuotteet valikoituvat myyntiin. Lopuksi haastateltava nosti esille matkamuistojen laajan skaalan. Tarjolla on kaikkea pilke silmäkulmassa tehdyistä, lähinnä huumoriarvoa sisältävistä tuotteista aina uniikkeihin, käsityönä valmistettuihin arvokkaisiin artesaanituotteisiin.



Matkamuistovalikoimiin kuuluu usein elintarvikkeita sekä koriste- ja käyttöesineitä. Yhdistyvätkö ne parhaalla mahdollisella tavalla kohteeseensa, ei aina ole itsestään selvää (kuva: Elina Järvinen).

Kolmas haastateltava oli suomalainen nainen, joka oli lähdössä työmatkalle ulkomaille. Hän kertoi ostavansa matkoiltaan matkamuistoja itselleen ja tuliaisia lähinnä puolisolleen, harvemmin muille. Työmatkojen osalta kollegoita muistetaan lähinnä makeisilla. Haastateltava kertoo, että nykyisin matkamuistot ovat enemmän käyttöön ostettavia tuotteita, mutta perinteisemmillä matkamuistoilla on edelleen paikkansa, jos niihin liittyy jokin erityinen kokemus. Yhä useammin haastateltava kertoo ostavansa makumuistoja, eli syötäviä tai juotavia tuotteita alueelta, jossa on vieraillut. Teollisesti tuotettuja bulkkituotteita hän sanoo välttävänsä. Sen sijaan hän suosii tuotteita, joiden paikallisuusaste on korkea, pois lukien vaatteet ja kengät. Tällöin ostamiseen vaikuttavat erilainen tarjonta kotimaahan verrattuna tai hintataso.

Haastateltava kertoo etsivänsä lentoasemien tarjonnasta esimerkiksi uutuuksia, joita ei vielä ole kauppojen valikoimissa. Haastateltava kertoo kiinnittävänsä huomioita myös tuotteiden esillepanoon. Se ohjaa häntä hakeutumaan esimerkiksi paikallisten tuotteiden tai uutuuksien äärelle. Helsingissä haastateltava kertoi erityisesti varanneensa aikaa Relove-kaupassa vierailemiseen. Hänen mielestään se poikkeaa raikkaalla tavalla perinteisistä lentoasemien kaupoista second hand -ideallaan. Hän kertoi ilahtuneena seuranneensa putiikissa samaan aikaan vierailleita nuoria naisia, jotka olivat olleet aivan ihastuksissaan valikoimasta.

Kaikki haastatellut hankkivat matkamuistoja, usein syötäviä tai juotavia. Jo lyhyissä haastatteluissa oli kuitenkin nähtävissä, että matkailijat painottivat eri asioita, vierailupaikkakunnan esille tuomista,

käytännöllisyyttä, edullisia hankintoja, makumaailmaa ja uudenlaisia tuotteita. Matkan aikana koetut elämykset ja kuullut tarinat vaikuttavat valintoihin. Usein tuliaisten hankkimiseen liittyy halu muistaa läheisiä ja jakaa matkalla saatuja kokemuksia heidän kanssaan.

Elina Järvinen
Asiantuntija TKI
SEAMK

Salla Kettunen
Senior Project Manager
SEAMK

Kirjoittajat työskentelevät SEAMKin Yrittäjyys ja kasvu -tiimissä. Kirjoittajat ovat olleet mukana toteuttamassa useita alueellisia matkailu- sekä yrittäjyys- ja kasvuteemaisia kehittämishankkeita.

Lähteet

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

Kaitila, J. (2015). *Matkamuisto – osa matkaa. (*AMK-opinnäytetyö, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Theseus. https://www.theseus.fi/bitstream/10024/95101/1/Kaitila_Jenni.pdf