

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Hotelli- ja ravintola-ala Imatra  
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Riina Rautio

## **Kestävän kehityksen vaikutukset kuluttajakäyt- täytymiseen Lapissa**

Opinnäytetyö 2019

## Tiivistelmä

Riina Rautio

Kestävän kehityksen vaikutukset kuluttajakäyttäytymiseen Lapissa, 41 sivua, 1 liite

Saimaan ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-ala Imatra

Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutus

Opinnäytetyö 2019

Ohjaaja: lehtori Jukka Moilanen, Saimaan ammattikorkeakoulu

Tämän opinnäytetyön aiheena oli tutkia kestävästä kehitystä sekä kuluttajakäyttäytymistä Suomen Lappiin matkustavien kotimaisten matkailijoiden kannalta. Tutkimusongelmana halutaan tietää, millä tavalla kestävä kehitys vaikuttaa kuluttajakäyttäytymiseen Lapin alueella.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää. Kyselylomake luotiin Microsoft Forms-ohjelmalla, ja kyselyn linkki jaettiin Lapinkävijät ryhmiin. Kyselyyn oli mahdollista vastata aikavälillä 4.2. - 18.2.2019.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään kestävästä kehitystä, ekologisesta, sosiokulttuurisesta, ja taloudellisesta näkökulmasta. Työssä perehdytään myös kestäväan matkailuun ja vastuullisen matkailijan tekemisiin valintoihin ennen matkaa ja sen jälkeen. Kuluttajakäyttäytymisen osa-alueella käsitellään ostopäätöksen vaikuttavat tekijät sekä kuluttajan tarpeet ja motiivit osana ostokäyttäytymistä. Lapin matkailussa perehdytään sen historiaan, matkailumuotoihin ja alueisiin. Lisäksi pohditaan matkailun merkitystä Lapin alueella kaikista kolmesta näkökulmasta.

Tutkimuksen tulosten mukaan kestäväan kehityksen periaatteet ohjaavat vahvasti Lappiin matkustavien matkailijoiden päätöksentekoa. Pääsääntöisesti valinnat olivat vastuullisia, lukuun ottamatta auton ylivoimasta suosiota matkustuskäytteenä. Sosiokulttuurisuuteen vaikuttavat valinnat vastaajat kokivat hieman tärkeimmiksi, kuin ympäristöön liittyvät valinnat.

Asiasanat: kestävä kehitys, kuluttajakäyttäytyminen, Lappi

## **Abstract**

Riina Rautio

The Impacts of Sustainable Development to Consumer Behaviour in Lapland,

41 Pages, 1 Appendix

Saimaa University of Applied Sciences

Tourism and Hospitality, Imatra

Degree Programme in Tourism and Hospitality Management

Bachelor's Thesis 2019

Instructor: Mr Jukka Moilanen, Senior Lecturer, Saimaa University of Applied Sciences

The aim of this study is to study sustainable development and consumer behaviour among Finnish people who travel to Lapland. The aim of this study is to find out how sustainable development affects consumer behaviour in Finnish Lapland.

The data for this thesis were collected by making a survey with Office Forms. The link for this survey was shared to Imatra's and Helsinki's Lapinkävijät Facebook group. The survey was open from 4 February 2019 to 18 February 2019. The theory of this study was gathered from literature, internet and from earlier studies. The theory part of this study consists of sustainable development, responsible tourist and the impacts of tourism. Consumer behaviour part contains the reasons which impact purchase decision making and the motivators and needs of the consumer. Lapland part consists of Lapland's tourism history, the most important tourism areas and the meaning of tourism to Lapland.

The results of this thesis show that the principles of sustainable development guide significantly the decision making of those who travel often to Finnish Lapland. Principally choices made before and after holiday were responsible apart from the use of car as a means of transport. The target group experience sociocultural decisions slightly more essential than ecological part.

Keywords: sustainable development, consumer behaviour, Lapland

## Sisällys

|       |                                                   |    |
|-------|---------------------------------------------------|----|
| 1     | Johdanto .....                                    | 5  |
| 2     | Kestävä kehitys.....                              | 6  |
| 2.1.1 | Ekologinen vastuullisuus .....                    | 7  |
| 2.1.2 | Taloudellinen vastuullisuus .....                 | 7  |
| 2.1.3 | Sosiokulttuurinen vastuullisuus .....             | 8  |
| 2.2   | Kestävä kehitys matkailussa.....                  | 8  |
| 2.3   | Vastuullinen matkailija .....                     | 9  |
| 2.3.1 | Valinnat ennen matkaa.....                        | 9  |
| 2.3.2 | Valinnat matkan aikana .....                      | 10 |
| 2.4   | Matkailun vaikutukset.....                        | 10 |
| 3     | Lapin alueen matkailu .....                       | 11 |
| 3.1   | Lappi lukuina.....                                | 12 |
| 3.2   | Historia.....                                     | 13 |
| 3.3   | Matkailun muodot ja majoitustyytit .....          | 14 |
| 3.4   | Matkailualueet.....                               | 15 |
| 3.5   | Matkailuelinkeinon vaikutus Lappiin.....          | 16 |
| 3.6   | Kestävä kehitys Levillä.....                      | 18 |
| 4     | Kuluttajakäyttäytyminen .....                     | 19 |
| 4.1   | Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät .....          | 20 |
| 4.2   | Tarpeet .....                                     | 20 |
| 4.3   | Motiivit.....                                     | 21 |
| 5     | Tutkimuksen toteuttaminen.....                    | 22 |
| 5.1   | Perusjoukko ja otos .....                         | 23 |
| 5.2   | Tutkimuksen luotettavuus .....                    | 23 |
| 6     | Tutkimuksen tulokset .....                        | 24 |
| 6.1   | Taustatiedot .....                                | 24 |
| 6.2   | Matkustaminen .....                               | 26 |
| 6.3   | Ympäristöön vaikuttavat valinnat .....            | 30 |
| 6.4   | Sosiokulttuuriset valinnat .....                  | 32 |
| 6.5   | Vastaajien tärkeimmät vastuulliset valinnat ..... | 34 |
| 7     | Johtopäätökset ja pohdinta.....                   | 36 |
|       | Kuvat.....                                        | 38 |
|       | Kuviot.....                                       | 39 |
|       | Lähteet.....                                      | 40 |

## Liitteet

### Liite 1 Kyselylomake

# 1 Johdanto

Lapissa matkailu elinkeinona on yksi kantavista voimista ja suurimpana matkailuvalttina on Lapin puhdas ja lumoava luonto, kulttuuri ja perinteet. On kuitenkin valitettavaa, että matkailulla on haittavaikutuksensa niin ekologisesta näkökulmasta kuin muistakin. Jotta luonnon tila pysyisi samanlaisena, on jokaisen matkailijan tehtävä valintoja, jotka eivät vie tulevaisuutta tulevilta sukupolvilta, on oltava siis vastuullinen matkailija.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää kestävän kehityksen vaikutuksia kuluttajakäyttäytymiseen Lapissa. Tutkimuskysymyksinä tahdotaan tietää miten kestävän kehityksen periaatteet vaikuttavat kohteen valintaan ja miten se vaikuttaa matkailijan valintoihin paikan päällä. Aiheena kestävä kehitys on ajankohtainen ja merkittävä monellakin tapaa. Matkailussa vastuullinen toiminta on yrityksen kannalta merkittävä kilpailutekijä, ellei jopa velvollisuus, sillä nykypäivänä asiakkaat ovat yhä tietoisempia ja osaavat vaatia kannattamiaan arvoja myös matkaillessaan.

Tutkimus rajataan koskemaan vain kotimaisia matkailijoita, sillä ulkomaalaisten tavoittaminen ilman toimeksiantajaa on suhteellisen haastavaa. Tutkimukseen kohderyhmä valitaan koskemaan sellaisia, jotka ovat jo valmiiksi käyneet Lapissa, jolloin tutkimuksen luotettavuus kasvaa. Lisäksi rajoituksia tehdään alueen suhteen, tässä opinnäytetyössä Lappia käsitellään Lapin maakuntana, joka käsittää yhteensä 21 kuntaa.

Tutkimus toteutetaan kvantitatiivisena eli määrällisenä ja sen empiirinen osa suoritetaan kyselytutkimuksena internetin välityksellä. Kysely luodaan Microsoft Forms ohjelmalla välillä 4.2. - 18.2.2019 ja analysoidaan heti vastausajan päätyttyä.

Opinnäytetyön teoreettisessa osassa käsitellään kestävästä kehityksestä, sen kaikkia kolmea osa-aluetta sekä matkailun vaikutuksia. Lisäksi käsitellään kestävästä kehityksestä matkailussa ja sen myötä vastuullista matkailijaa ja hänen tekemiään valintoja matkailun suhteen. Kuluttajakäyttäytymistä käydään läpi, jotta

ymmärretään millä perustein kuluttaja tekee valintojaan, ja Lappia käsitellään matkailukohteena.

## **2 Kestävä kehitys**

Kalmarin ja Kelolan (2009, 10) mukaan ympäristöongelmat ovat olleet jo kauan aikaa ihmisten tiedossa, ja näin ollen tiettyä aikaa ympäristötietoisuuden alkamiselle on vaikea ajoittaa. Erästä käännettä voidaan kuitenkin pitää merkittävänä virstanpylväänä kestävän kehityksen alkutaipaleella. Vuonna 1987 Brundtlandin komission julkaisussa, Yhteinen tulevaisuutemme, pohdittiin, kuinka luonnon tuhoutuminen ja sen vaikutukset inhimilliseen kehitykseen saataisiin kuriin. Komission raportin mukaan kestävällä kehityksellä pyritään toimimaan niin, ettei viedä tulevilta sukupolvilta mahdollisuutta selviytyä. Tämä raportti käsitteli ensimmäistä kertaa käsitettä kestävä kehitys, ja tässä määritelmässä erityistä oli se, että ihmisten sosiaaliset ja taloudelliset tarpeet huomioitiin luonnon kantokyvyn rinnalla eikä erillisinä.

Kestävän kehityksen päämääränä on luoda tämänhetkisille ja seuraaville sukupolville mahdollisimman hyvät mahdollisuudet elämiseen, niin maailmanlaajuisesti, alueellisesti kuin paikallisestikin (Ympäristöministeriö, 2013). Verhelä (2014, 144) puolestaan toteaa kestävän kehityksen alkuaikoina painotuksen olleen ympäristöpainotteista, mutta ajan kuluessa on ymmärretty vastuullisuuden sisältävän muitakin ulottuvuuksia. Yhteiskunnallisen kestävyys ymmärrettiin sisältävän ekologisen, taloudellisen sekä sosiokulttuurisen osa-alueen. Kaikkien kolmen ulottuvuuden tulee toteutua, jotta kestävän kehityksen idea onnistuu. Yhdenkin osa-alueen ollessa puutteellinen kokonaisuus on epätasapainossa.

Vuonna 2016 YK asetti astuvaksi voimaan kestävän kehityksen toimintaohjelman, Agenda 2030:n, jonka tavoitteena on ohjata jäsenmaita kestävän kehityksen ponnisteluissa. Ohjelma sisältää seitsemäntoista kohtaa ja 169 alatavoitetta, joiden selkein osa-alueina ovat ihmisten hyvinvoinnin takaaminen, tasa-arvoisuuden lisääminen koulutuksen suhteen ja sukupuolien välille, maapallon saastumisen vähentäminen, hyvinvoinnin ja rauhan takaaminen sekä yhteistyön ja kumppanuuden tukeminen. (YK 2015.)

### **2.1.1 Ekologinen vastuullisuus**

Edelheimin ja Ilolan (2017,229) mukaan matkailun kannalta ekologisella vastuullisuudella tarkoitetaan luonnon huomioimista matkailutoiminnassa. Se perustuu haitallisten ympäristövaikutuksien vähentämiseen ja siihen, että matkailu tapahtuu luonnon kantokykyä kunnioittaen. Hemmi (2005, 77) puolestaan painottaa ympäristön kestävyys takaamisen olevan sidoksissa päätöksentekoon, jokaisen maan, yksilön ja yrityksen tulisi kantaa vastuunsa. Ekologisesta näkökulmasta vastuullisuus perustuukin siis luontoon.

Legradin, Sloanin ja Chenin (2017, 28) mukaan yrityksen tulisi ottaa huomioon, että toimet vaikuttavat ympäristöön koko sen elinkaaren ajan. Siksi sen tulisi huomioida luonto aina suunnittelu- ja rakennusvaiheesta, huonekaluihin ja materiaaleihin, veden käyttöön, jätteiden lajitteluun, energian kulutukseen sekä asiakkaiden ja työntekijöiden kulkemiseen alueella. Tätä ympäristövaikutusten vaikutusten tutkimista ennen ja jälkeen majoitus alan yrityksen toimintaa kutsutaankin elinkaaren arvioimiseksi.

### **2.1.2 Taloudellinen vastuullisuus**

Verhelä (2014, 146) painottaa taloudellisen vastuun olevan pohjana sosiaaliselle ja ekologiselle vastuulle, sillä se on myös yhteiskunnan keskeisten toimien perusedellytys. Lisäksi taloudellisesti kestävä toiminta mahdollistaa kannattavan talouskehityksen sekä seuraavien sukupolvien hyvinvoinnin. Edelheimin ja Ilolan (2017, 230) mukaan taloudellisesti vastuulliselle yritykselle keskeistä on tuottaa mahdollisimman paljon työpaikkoja ja tuloja alueelle sekä lisätä taloudellista tasa-arvoa kyseiselle alueelle.

Vaikkakin yrityksen perusideana on tehdä voittoa, ja ympäristöä säästävät ponnistukset voivat tuntua vain rahaa vieviltä voi ympäristövaikutuksiin huomion kiinnittäminen tuottaa lyhyt- ja pitkäaikaista hyötyä yritykselle. Esimerkiksi energia- ja vesitehokkaiden järjestelmien asentaminen yhdistettynä ekotehokkaaseen toimintatapaan alentaa kuluja lämmityksen ja vedenkäytön suhteen, eli kustannukset maksavat itsensä takaisin. (Legrad, Sloan ja Chen 2017, 28 - 29.)

### **2.1.3 Sosiokulttuurinen vastuullisuus**

Kulttuurisella vastuulla viitataan siihen, ettei matkailu vahingoita paikallista kulttuuria ja monimuotoisuutta. Sosiaalinen vastuullisuus puolestaan viittaa matkailun aiheuttamien hyötyjen tasaiseen jakautumiseen eri sidosryhmien välillä ja siihen, ettei matkailu vaikuta haitallisesti paikallisten yhteisöjen elämään. (Edelheim & Ilola 2017, 229 - 230.)

Verhelä (2014, 146) puolestaan painottaa sosiaalisen kestävyysperustuvan siihen, että paikallinen toiminta ja ulkopuolinen toiminta ovat mahdollisimman hyvin tasapainossa ja että ne molemmat osapuolet hyötyisivät siitä yhtä paljon, eikä kumpikaan osapuoli aiheuttaisi harmia toiselle.

## **2.2 Kestävä kehitys matkailussa**

Alun perin ekoturismi-käsite syntyi tutkijoiden huomatessa massamatkailun vaikutukset ympäristössä, jäteongelmissa ja yhteisössä. Tämä sai tutkijat ja järjestöt vaatimaan kestävän kehityksen toteuttamista myös matkailualalla. Nykypäivänä nimityksiä on monia: vastuullinen, reilu, kestävä, kaikilla on pohjimmiltaan sama perusidea, painotuksista huolimatta. Osa keskittyy luonnon kantokykyyn, osa taloudelliseen kantokykyyn ja osa sosiokulttuuriseen kantokykyyn. (Kalmari & Kelola 2009, 11 - 13.)

UNWTO (2005) määrittelee kestävän matkailun matkailuksi, jossa otetaan huomioon nykyiset ja tulevat taloudelliset, ekologiset ja sosiaaliset vaikutukset ottaen huomioon matkailijoiden, matkailuyritysten, kohdealueen sekä paikallisten yhteisöjen tarpeet. Kestävän matkailun kehittämisohjeet ovat sovellettavissa kaiken kokoisille kohteille ja onnistuakseen se vaatii kaikkien sidosryhmien kokonaisvaltaista osallistumista. (UNWTO 2005.)

Kestävästä matkailusta puhuessa on kolme näkökulmaa, joita sen täytyy tutkia. Hotellin täytyy miettiä, mitkä sen käyttämisestä resursseista vaikuttavat milläkin tavalla talouteen, yhteisöön ja luontoon. Lisäksi tulisi miettiä, kuinka kestävän kehityksen periaatteet voitaisiin sisällyttää osaksi hotellin päätöksen tekoa. Kolmas näkökulma laittaa hotellin miettimään, mitä heille merkitsee nykyisten

sukupolvien tarpeiden ja tulevien sukupolvien mahdollisuuksien säilyttäminen. (Legrand, Sloan ja Chen 2017, 26.)

Kestävän matkailun toteuttaminen voi olla hankalaa, sillä ala on todella monimuotoinen ja tavoitteet osittain käsitteellisiä. Kestävää matkailua suunnitellessa on kuitenkin havaittu viisi osa-aluetta, jotka ovat merkityksellisiä kestävän matkailun suunnittelussa: hyvin toimiva matkailun ohjausjärjestelmä, koordinointi, matkailupalveluiden tuottajien tietoisuuden lisääminen sekä strateginen suunnittelu. (Järviluoma & Saarinen 2002, 140 - 141.)

Suomessa ja monissa muissakin maissa lainsäädäntö ohjaa matkailualan yrityksiä toiminaan kestävän kehityksen periaatteiden, varsinkin ekologisen osa-alueen kannalta. Nykypäivänä vastuullinen toiminta on yritykselle kilpailuetu, ja sen näkyminen asiakkaalle on tärkeää, sillä on tutkittu, että vastuullisesti toimivilla yrityksillä on tyytyväisemmät asiakkaat. Yritykset säästävät myös energia kustannuksissa. (Verhelä 2014, 155; Visit Finland 2017.)

### **2.3 Vastuullinen matkailija**

Kalmari ja Kelola (2009, 17) määrittelevät vastuulliselle matkailulle kaksi osa-aluetta: ekologinen ja eettinen. Ekologisella osa-alueella viitataan siihen, kuinka matkailija kuluttaa luontoa matkustaessaan ja eettisyydellä taas sitä, kuinka matkan aikana matkailija huomioi paikalliset ja tukee mahdollisuuksien mukaan paikallisia palvelun tarjoajia.

Oppaita vastuullisesta matkailusta kiinnostuneille on monia, mikä on hyvä asia, sillä monet kuvittelevat kestävän matkailun rajoittuvan vain ekologisteen osa-alueeseen, eivätkä välttämättä edes tajua voivansa toimia vastuullisesti, esimerkiksi matkustamalla sesongin ulkopuolella tai tukemalla paikallisia palveluita. Vastuullisen matkailijan käsikirja (Kalmari & Kelola 2009) on kattava tietopaketti vastuulliseen matkailuun, suppeampia vastaavia teoksia on tehnyt Aurinkomatkat, Maailman matkailujärjestö sekä WWF.

#### **2.3.1 Valinnat ennen matkaa**

Vastuullinen, eli toisin sanoen valistunut matkailija perehtyy matkakohteeseensa mahdollisimman paljon sekä ottaa selvää kohteen kulttuurista. Tällöin esimerkiksi

kohteen ympäristöongelmat eivät tule yllätyksenä, ja niiden mukaan osaa toimia. Mietittäessä haluaako tehdä omatoimi vai pakettimatkan, on omatoimimatka- lussa se etu, että matkailija pääsee itse vaikuttamaan enemmän matkan sisäl- töön ja näin reissusta tulee juuri niin ekologinen kuin matkailija itse päättää. Mat- kustusajankohtaa valitessa tulisi miettiä, onko mahdollista matkustaa sesongin ulkopuolella tai muuten hiljaisempina aikoina, sillä näin turismin aiheuttamat tulot paikallisille jakautuvat tasaisemmin. Matkustustapaa valitessa tulisi miettiä, pys- tyykö kohteeseen matkustamaan julkisilla, ja lentämistä olisi hyvä välttää, varsin- kin, jos matkan voi tehdä muuten. Itse kohteessa tulisi käyttää mahdollisimman paljon julkisia tai kävellä. (Kalmari ja Kelola 2009, 17 – 22. 54.)

### **2.3.2 Valinnat matkan aikana**

Kalmarin ja Kelolan (2009, 80 - 84) mukaan majoitusta varatessa on hyvä kiin- nittää huomiota reiluuteen ja vihreyteen. Varmin keino on majoittua ympäristö sertifioidussa hotellissa, sillä näissä hotelleissa on varmasti kiinnitetty huomiota ainakin perusasioihin eli veden- ja energian kulutukseen, jätteiden lajitteluun, ja hotellilla on ympäristöohjelma. Reilusti majoittuakseen on hyvä suosia pieniä ho- telleja, sillä ne ovat yleensä paikallisten omistamia perhehotelleja ja näin ollen rahojen päätyminen paikallisille on todennäköisempää kuin suurissa kansainvä- lisissä ketjuhotelleissa.

Matkan aikana vastuullisia valintoja on myös esimerkiksi lähi- ja luomuruuan suo- siminen, sillä lähiruoka on tuotettu lähellä, ja sen vuoksi sillä on pienemmät kas- vihuonepäästöt, ja se tukee samalla paikallisia tuottajia. Luomuruoka puolestaan on vastuullinen vaihtoehto, koska sitä valmistaessa on käytetty vähemmän luon- nonvaroja ja ihmisen vaikutukset ympäristöön ovat pienemmät. (Kalmari ja Kelola 2009, 114 - 120.)

## **2.4 Matkailun vaikutukset**

Matkailun vaikutukset voidaan jakaa muun muassa positiivisiin ja negatiivisiin. Tässä opinnäytetyössä on päätetty selkeyden takia jakaa vaikutukset positiivisiin ja negatiivisiin. Matkailu on suuri elinkeino ja näin ollen suuri työllistäjä monessa

maassa. Matkailu on hyödyllistä myös matkailun kohdealueelle, sillä matkailusta saatu taloudellinen hyöty kasvattaa erilaisten palveluiden kysyntää kohdealueella, sekä tätä kautta mahdollistaa uusien työpaikkojen synnyn. Lisäksi matkailu kannustaa paikallisia päättäjiä pitämään kaupungin infrastruktuurista huolta ja kiinnittämään huomiota myös ympäristön suojeluun. Nämä seikat puolestaan pitävät niin matkailijat kuin paikallisetkin tyytyväisinä ja lisäävät kohteen vetovoimaa. (Kestävän matkailun info paketti 2018, 5.)

Usein luullaan matkailun vaikuttavan negatiivisesti vain ympäristöön, vaikka sillä on monia vaikutuksia myös taloudelliseen kestävyyteen sekä sosiokulttuuriseen kestävyyteen. Negatiivisten vaikutusten ilmeneminen vaihtelee suuresti eri alueiden välillä. Negatiivisiin ympäristövaikutuksiin kuuluu uusiutumattomien luonnonvarojen väheneminen matkustamisen myötä, luonnon häiritseminen, eroosion aiheuttaminen liikkumalla herkillä alueilla liian paljon tai ajoneuvoilla, jotka kuluttavat luontoa. Mönkijäsafarit esimerkiksi ovat yksi tällainen luontoa kuluttava esimerkki. Lisäksi merkittäviä haittoja ympäristölle ovat ilmaston saastuminen, matkailijoiden aiheuttama roskaaminen sekä jäteveden määrä. Sosiokulttuurinen kestävyys voi heikentyä matkailun takia, ja yleisimpiä seurauksia tästä ovat oman kulttuurin kaupallistuminen, sosiaaliset jännitteet sekä matkailualan ikärasismi eli nuorien suosiminen rekrytoinnissa. Oman kulttuurin kaupallistuminen puolestaan voi johtaa siihen, että oma suhtautuminen kulttuuria kohtaan muuttuu, sosiaaliset jännitteet puolestaan johtuvat elintasoeroista turistien ja paikallisten välillä. Matkailun negatiivisiin vaikutuksiin lukeutuu myös suhteellisen huono palkka sekä sesonkiluontoisuus, joka johtaa kausityöttömyyteen. (Verhelelä 2014, 146 - 148.)

### **3 Lapin alueen matkailu**

Matkailu on Lapin alueella yksi merkittävimmistä elinkeinoista, koska se työllistää ihmisiä myös isojen keskusten ulkopuolella. Lisäksi matkailun ansiosta liikenneyhteydet pidetään hyvässä kunnossa sekä matkailu tuo maaseutualueille elinvoimaa. Lapin keskimääräinen matkailutulo on noin 630 miljoonaa euroa, ja sen työllistävä vaikutus on noin 5000 henkilötyövuotta, joka ei edes sisällä vuokratyövoimaa, jota sesonkiaikaan käytetään huomattavasti. (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018, 12.)

Lapin kansainvälisesti tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ovat sen arktinen luonto, vaihtelevat luonnonolosuhteet, luonnonilmiöt sekä lappilainen kulttuuri ja sen perinteet. Tämän takia Lapin matkailun kehittäminen pohjautuu arktisten olosuhteiden ja kulttuurin sekä vastuullisuuden hyödyksikäyttöön. Vaikka Lapin olosuhteissa kestävän kehityksen aatteiden noudattaminen on haastavaa, on se myös vaatimus menestykseen, sillä arktinen luonto ja sen säilyminen ovat reunaehtoja matkailulle. Onhan se syy, jonka takia matkailijat tulevat Lappiin. Ongelmana Lapin matkailussa on sen sesonkiluonteisuus. Matkailu keskittyy hyvin vahvasti talveen sekä ruskan aikaan, jolloin matkailusta aiheutuvat tulot jakautuvat hyvin epätasaisesti. Tasaisesti toimiva liiketoiminta olisi kannattavampaa, sillä tuloa tulisi ympäri vuoden. Matkailun kehittämisen haasteena onkin kesämatkailun kehittäminen. (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018, 24 - 28.)

### 3.1 Lappi lukuina

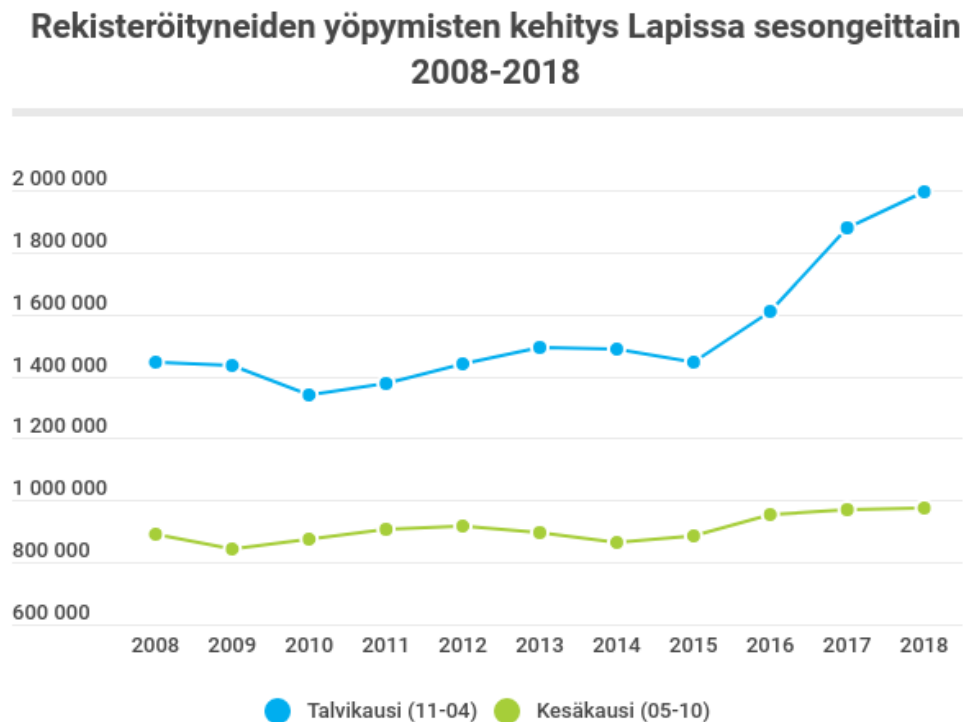
Matkailun kasvu näkyi vuonna 2018, sillä matkustajamäärät Lapin lentoasemilla kasvoivat jopa 8,6 % verrattuna edelliseen vuoteen. Kasvun myötä Lapin lentoasemille on asetettu Finavian toimesta 55 miljoonan arvoinen kehitysohjelma. Kehitysohjelman tarkoituksena on pyrkiä edistämään matkustajamäärien kasvua ja kehitystä. Kuvan 1 mukaan yhteensä laskeutuneita lentoja vuoden 2018 aikana oli 7474. (Finavia vuosikertomus 2018, 22.)

| Laskeutumiset 2018 | Kotimaa     | Kansainvälinen | Yhteensä    |
|--------------------|-------------|----------------|-------------|
| Enontekiö          | 7           | 84             | 91          |
| Ivalo              | 933         | 228            | 1161        |
| Kemi-Tornio        | 1017        | 14             | 1031        |
| Kittilä            | 1051        | 621            | 1672        |
| Kuusamo            | 578         | 151            | 729         |
| Rovaniemi          | 2262        | 528            | 2790        |
| <b>Yhteensä</b>    | <b>5848</b> | <b>1626</b>    | <b>7474</b> |

Kuva 1. Laskeutuneet lennot 2018 (Finavia)

Lapissa rekisteröityjä yöpymisiä vuonna 2018 kirjattiin yhteensä lähes 3 miljoonaa, joista ulkomaalaisia oli noin 1,6 miljoonaa ja kotimaisia 1,4 miljoonaa. Yöpymisien kehitys on vuosina 2008 - 2018 noussut eniten talvisesonkina. Kesäsesongissakin on havaittavissa pientä kasvua, mutta se on jäänyt selvästi talvea

jälkeen. Talvisesongin huima kasvu alkoi vuonna 2015. Majoitusmyynti tammikuussa oli Lapissa 22,9 miljoonaa euroa ja Helsingissä 21 miljoonaa euroa. (Lapin luotsi 2019; Business Finland 2019.)



Kuva 2. Yöpymiset sesongeittain (Lapin luotsi 2019)

Vuonna 2018 Lapin matkailutyöllisyys oli noin 7400, ja petipaikkoja oli yhteensä 100 000. Matkailijoista 52 % oli ulkomaalaisia, mikä oli suurin ulkomaalaisaste koko Suomen alueella. (Lappi luotsi 2019a.) Tammikuussa 2019 Lapissa yöpymisiä tehtiin 341 000 ja vastaava luku Helsingissä oli 290 000. Huonekäyttökäyttöaste puolestaan oli Lapissa 56,9% ja Helsingissä 65,5%. Lapissa yöpymiset lisääntyivät siis 4% edellisvuodesta ja Helsingissä 2%. (Visiittori 2019.)

### 3.2 Historia

Tuulentie (2009,12) lainaa Vahtolaa (1983), jonka mukaan Lapin matkailun perinteet alkavat muodostua jo 1500-luvulta alkaen, jolloin eurooppalaiset kirjailijat alkoivat kiinnostua Lapista, ja matkailusta alkoi muodostua yksi tärkeimmistä elinkeinoista. Nykyisessä merkityksessään matkailu on ollut jo 1960-luvulta saakka, jolloin tunturihiihto kasvatti suosiotaan.

Tuulentien (2009, 12) mukaan tärkeä osa Lapin matkailua on aina ollut retkeily ja murtomaahiihto, joka on suosittua etenkin suomalaisten matkailijoiden joukossa. Kyseinen ryhmä onkin kansallispuistojen ja erämaa-alueiden suurkuluttajia. Yksi merkittävä muutos Lapin matkailun kannalta oli matkailukeskusten syntyminen kylien ympärille, tämä puolestaan tarkoitti kaupallistumisen lisääntymistä ja kansainvälistyminen, joka puolestaan liittyi charterlentojen lisääntymiseen.

Tuli vaihe, jolloin murtomaahiihto ei enää tarjonnut nykyaikaisille asiakkaille tarpeeksi elämyksiä ja alettiin rakentaa ensimmäisiä laskettelukeskuksia ja niiden rakentaminen ja laajentaminen on jatkunut nykypäivään saakka. Näiden laskettelukeskusten ympärille on muodostunut lomakyliä, jotka sisältävät kaiken mahdollisen palvelun ravintoloista spa-hoitoloihin. (Neuvonen 2012, 61.)

### **3.3 Matkailun muodot ja majoitustyytit**

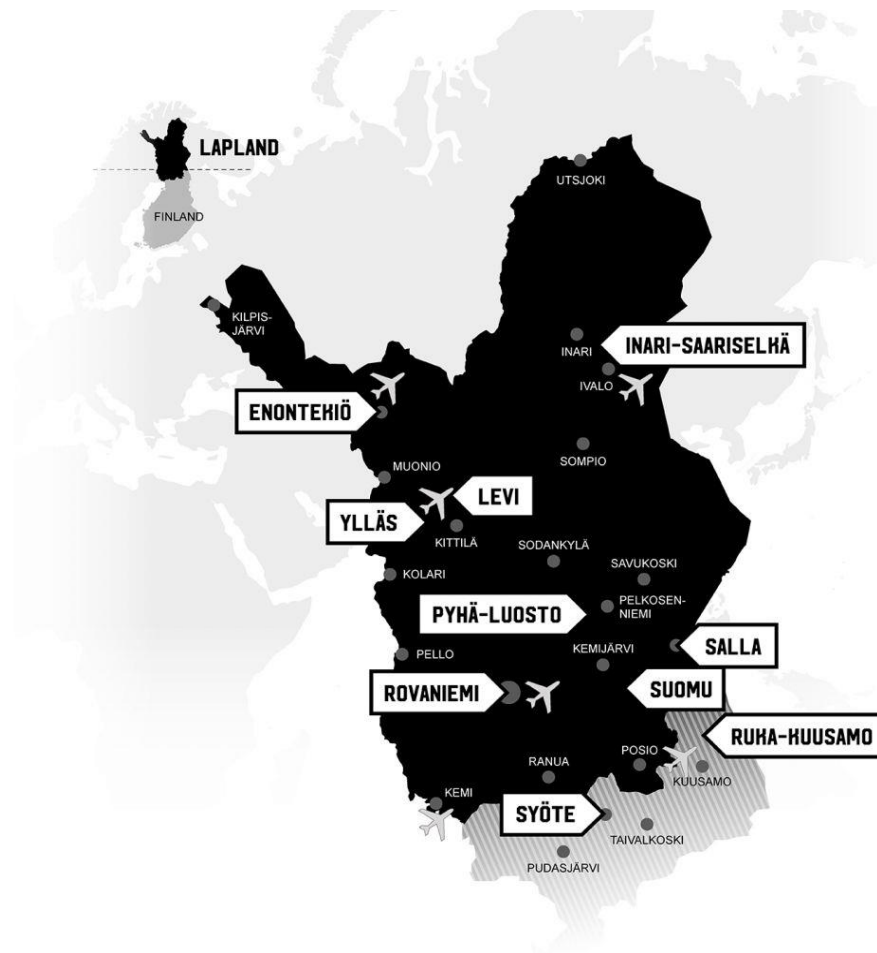
On tärkeää huomioida luonto matkailussa, sillä Lapissa matkailun muodot perustuvat luontoon ja sen hyödyntämiseen. Näistä hyviä esimerkkejä ovat hiihto, laskettelu, kalastus, retkeily sekä kanoottiretket ja koskenlasku. Hiihdon ja laskettelu ollessa vakaa pohja Lapin matkailussa, koneellisesti ajatut ladut ohjaavat urheilijat tehokkaasti liikkumaan samoilla alueilla. Laskettelukeskuksia on jo 20 ja ne ovat rakentuneet jo olemassa olevien kohteiden lisäpalveluiksi. (Linkola 1989, 196 - 198.)

Lapissa majoitusmahdollisuudet ovat monipuoliset, ja ne vaihtelevatkin perinteisestä mökkimajoituksesta aina tasokkaisiin hotellimajoituksiin. Lisäksi pienemällä budjetilla matkustavalle löytyy monen tasoisia hostelleja, kotimajoitusta sekä leirintäalueita. Leirintäalueiden suosia näkyy varsinkin kesäisin. (Lapland 2018.)

Erikoismajoituksiin kuuluvat muun muassa trendikkäät glamping-majoitukset eli glamour camping (luksus telttailu), lasi- tai lumi-iglut sekä eräänlaiset cabintyyppiset huoneistot, joissa on lämmitetty katto. Lasikattoisten majoitusten suosio on nousussa, sillä ne sopivat erinomaisesti revontulien katseluun. (Lapland 2018.)

### 3.4 Matkailualueet

Kuvasta 3 näkyy, että Lapin seutu jaetaan 12 matkailualueeseen, joista Tunturi-Lappiin luetaan Enontekiö-Kilpisjärvi, tunturit Pallas, Olos, Ylläs ja Levi. Pohjois-Lapin alueella on puolestaan Saariselkä. Itä-Lapin merkittäviin alueisiin kuuluu Pyhä-Luosto, Suomu, Kemijärvi, Salla ja Posio. Lapin eteläisimmät osat ovat Rovaniemi, Tornionlaakso ja Meri-Lappi. (Lappi.fi 2018.) Tuulentie (2009,16) listaa puolestaan Seitsemän suurinta keskusta Ruka, Levi, Ylläs, Saariselkä, Pyhä-Luosto, lisäksi Rovaniemi ja Meri-Lappi.



Kuva 3 Lapin matkailualueet (Lapland 2019)

### **3.5 Matkailuelinkeinon vaikutus Lappiin**

Matkailun ollessa yksi suurimmista elinkeinoista Lapissa, on sillä suuria vaikutuksia luontoon, talouteen ja sosiokulttuuriseen osa-alueeseen, jotka taas puolestaan voidaan jakaa pienempiin osa-alueisiin.

#### **Taloudellinen näkökulma**

Taloudellisesti matkailulla on suuri vaikutus Lapin alueeseen, sillä niin moni ihminen saa siitä tulonsa, ja se luo paljon uusia työllistymismahdollisuuksia ja mahdollisuuden pysyä omalla kotiseudullaan, jossa muita työllistymisvaihtoehtoja on huomattavasti vähemmän. Lisäksi matkailu luo alueelle uusia palveluita ja antaa mahdollisuuden paikallisille perustaa omia yrityksiä matkailun aiheuttaman kasvun myötä. Matkailusta aiheutuva suurin taloudellinen haittavaikutus on matkailun sesonkiluonteisuus, työsuhteet ovat usein määräaikaista, vuokratyövoimaa käytetään usein ja näin henkilöstö vaihtuu siis tiuhaan tahtiin. (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018, 54.)

#### **Sosiokulttuurinen näkökulma**

Matkailukeskuksien syntyessä uusille alueille ei niillä välttämättä ole perinteisiä yhteisöjä, ja tämän takia uusien yhteisöjen muodostuminen on ollut hidasta, eikä matkailun sesonkiluonteisuus helpota asiaa. Lisäksi vanhojen ja uusien yhteisö-rakenteiden liittyminen on ollut vaikeaa. Ristiriitoja voi syntyä myös matkailun ja muiden elinkeinojen välille, esimerkiksi maankäytön suhteen. Positiivisiin vaikutuksiin voidaan lukea elannon takaaminen ja erilaisten yhteyksien luominen. Matkailulla on myös koettu olevan positiivisia vaikutuksia lappilaisen kulttuurin vahvistumisen kannalta, ja siksi matkailua onkin rakennettu kulttuurisesti kestäväksi pohjautuen Lapin omiin kulttuurisiin vahvuuksiin ja aitoihin lappilaisiin asioihin. (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018, 53 - 54.)

#### **Ekologinen näkökulma**

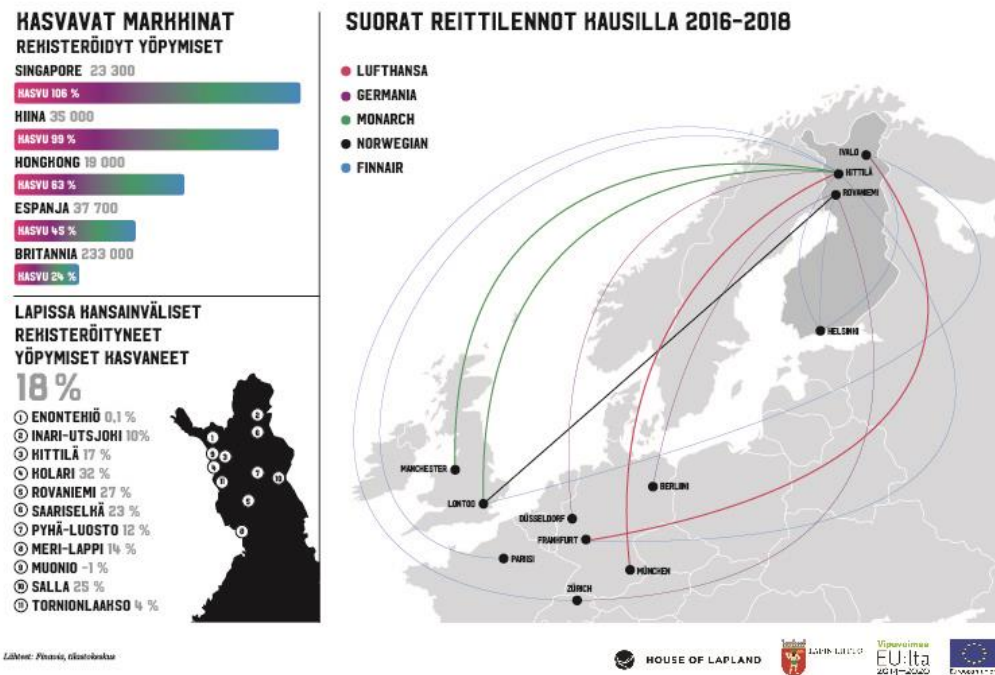
Useimmiten ekologinen näkökulma nähdään kaikista merkittävimpänä asiana puhuttaessa matkailun vaikutuksista, ainakin sellaisissa kohteissa, joissa matkailu perustuu luontoon ja sen kantokykyyn. Ekologiset vaikutukset voidaan pilkkoa, luontoon ja ympäristöön, liikenteeseen ja energiaan ja yhdyskuntasuunnitteluun.

Matkailu Lapissa vaikuttaa välillisesti luontoon esimerkiksi liikenteestä aiheutuvien päästöjen kautta ja välittömästi luonnon kulumisena, siellä tapahtuvan liikumisen kautta. Tällä hetkellä suurin osa erämaa- ja luonnonsuojelualueista on Metsähallituksen omistuksessa, ja nämä alueet kattava noin 30 % Lapin kokonais- pinta-alasta, josta aktiivisessa matkailukäytössä on 7 %. Suojelualueet ja niitä koskevat lait takaavat alueiden hoidon ja kunnon säilymisen. Nämä suojelualueet kuuluvat EU:n ylläpitämään Natura 2000 verkostoon, joka velvoittaa alueelle suunniteltavan hankkeen täyttämään tietyt kriteerit, ja se ei saa heikentää luonnon arvoja, jotka Natura 2000 verkosto vaatii. Luonnon säilymisen kannalta matkailun aiheuttama rasitus suunnataan jo olemassa oleville reiteille, näin suojelualueet säilyvät. (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018, 51 - 52.)

Suorien kansainvälisten lentojen lisääntyminen on avannut Lapin matkailun kasvua ja näin ollen kansainvälisten rekisteröityjen yöpymisten määräkin on kasvanut 18 % vuosina 2016 - 2018. (Kuva 4.) Liikenne aiheuttaa päästöjen kautta negatiivisia vaikutuksia ja suurimpana tekijänä kaikista matkustamismuodoista on lentoliikenne. Suurimpana kasvu markkinana oli Singapore, kasvua 106 % ja rekisteröityjä yöpymisiä 23 300. (Kuva 4.)

Lentoliikenteen käyttöön ulkomaalaisten kannalta ei voida oikeastaan vaikuttaa, vaan on tärkeää ylläpitää kotimaanmatkailijoille vähemmän luontoa vähemmän kuormittavia vaihtoehtoja, kuten junaliikennettä. Matkailukeskukset ovat suuria päästöjen aiheuttajia ja ilman kunnollista energia- ja yhdyskuntasuunnittelua ei päästöjä voida kontrolloida. Päästöjen hallitsemiseksi matkailukeskusten tulisi käyttää uusiutuvaa energiaa sekä luoda yhteiset käytännöt jätteiden ja kierrätyksen kannalta. (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018, 52 - 53.)

## SUORAT HANSAINVÄLISET LENNOT OVAT AVANNEET LAPIN MATKAILUN HASVUA



Kuva 4. Lapin lentoliikenne (Lapin materiaalipankki.)

### 3.6 Kestävä kehitys Levillä

Levi on edelläkävijä kestävän kehityksen saralla, ja sitä käytetään markkinoinnissa hyödyksi. Internetsivuille on koottu kattava Green days osio, johon on koottu ympäristöarvot, ympäristöpolitiikka sekä ympäristöstrategia. Arvot perustuvat kestävään kehityksen kehittämiseen, luonnon kunnioittamiseen, energiatehokkuuden tärkeyteen, ympäristörakentamiseen, hankintojen ja logistiikan tehokkuuteen sekä Lapin kulttuurin säilyttämiseen. Arvot pohjautuvat siis kestävän kehityksen periaatteisiin. Ympäristöpolitiikka perustuu puolestaan puhtaan luonnon kunnioittamiseen ja tapoihin, jolla luonto saadaan säilymään matkailuelinkeinon haitoista huolimatta. Strategiana on olla aina edellä ja etsiä aina uutta: *Edelläkävijät etsivät jatkuvasti uusia kilpailuetuja ja he ovat ennakkoluulottomia uusien asioiden edessä.* (Levi 2019.)

Energian säästöön on kiinnitetty huomiota niin lämmityksessä, lumetuksessa kuin myös valaistuksessa. Lämmitysmuodoista käytetyin on maalämpö ja

uusissa rakennuksissa on kiinnitetty huomiota esimerkiksi parempaan lämpöeristykseen. Levin Panorama hotellissa hyödynnetään maalämpöä lämmityksessä sekä ilmastoinnissa, lisäksi kesäaikaan osa hotellin huoneiden käyttövedestä lämmitetään aurinkovoimalla. Lumetuksen ollessa suuri energiankulutus kohde on tärkeää, että siihen on kiinnitetty huomiota. Levillä laskettelurinteiden lumetus tapahtuu automaattisesti, jolloin lunta tulee tasaisesti tarpeen mukaan ja energiaa kuluu vähemmän. Valaistuksessa käytetään energiatehokkaita led-valoja ja rinteiden aukioloaikana valaistusaikaa on lyhennetty aikaistamalla rinteiden avausaikaa. (Levi 2019.)

Kierrätyspisteitä on useita, ja niiden sijainneista on koottu matkailijoille selkeä kartta. Biojätteen keräämisen ollessa hankalaa pitkien välimatkojen takia ovat Levin yritykset solmineet jätehuoltoyrityksen kanssa sopimuksen biojätteen keräämisestä sekä kuljettamisesta. Alueen hotellit panostavat matkanjärjestäjien kanssa mahdollisimman luontoa säästäviin ratkaisuihin, ja esimerkiksi hotelleissa matkailijoita kannustetaan ympäristöystävällisyyteen muun muassa siivouskertojen ja, lakanoiden tai pyyhkeiden vaihtokertojen vähentämisellä. (Levi 2019.)

Liikkuminen Levillä on tehty ekologiseksi monellakin tapaa. Levin keskusta on rakennettu niin, että siellä on helppo liikkua jalan, sillä kaikki palvelut ovat lähellä sekä kevyenliikenteen väyliin on panostettu. Levin alueella liikennöi Ski Bus, joka mahdollistaa esimerkiksi mökeiltä liikkumisen rinteille ilman autoa. Levillä on myös mahdollista käyttää ilmaiseksi kyläpyöriä. Hotelli Hullu Poron yhteydessä, Poron Plugarilla on mahdollista ladata sähköautoja. (Levi 2019.)

## **4 Kuluttajakäyttäytyminen**

Hiltusen (2017, 21 - 22) mukaan kuluttajan tekemä päätös tulee yleensä koetun tarpeen pohjalta ja koettu tarve voi olla sisäinen tai ulkoinen. Sisäisiä ärsykeitä ovat esimerkiksi väsymys ja nälkä ja ulkoisia mainos tai sosiaalinen paine. Kuluttajan päätöksentekoon vaikuttavat monet tekijät, jotka liittyvät kuluttajaan yksilönä, yhteisön osana, toimintaympäristönä sekä markkinat ja hyödyke. Bergströmin & Leppäsen (2009, 100 - 101) mukaan yrityksen on tunnettava asiakkaansa, jos se haluaa menestyä markkinoilla. Täytyy tietää, miten he elävät, mitkä ovat asioita, joita he arvostavat, millaisia tuotteita he tarvitsevat ja kuinka usein ja

paljon he ostavat. Ostohalu puolestaan syntyy ihmisen erilaisten tarpeiden pohjalta, joita taas ohjaavat ihmisen motiivit eli syyt, miksi kuluttaja haluaa ostaa kyseisen palvelun tai tuotteen.

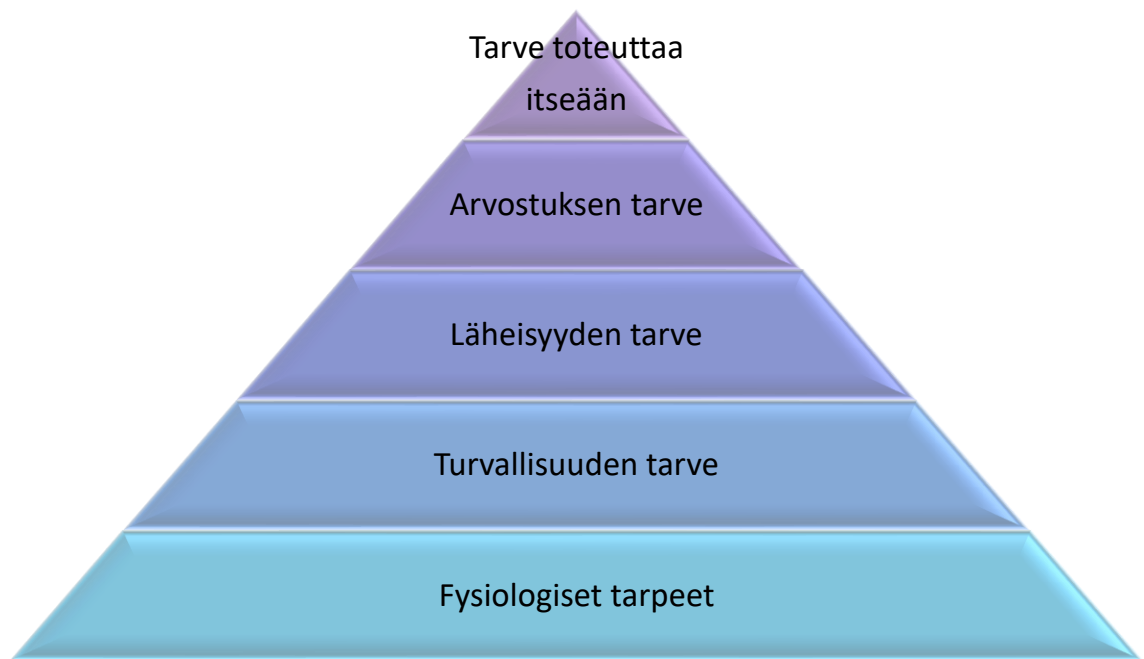
#### **4.1 Ostopäätökseen vaikuttavat tekijät**

Hiltusen (2017, 22 – 24) mukaan kuluttajan ostopäätökseen yksilönä vaikuttavat tekijät puolestaan voidaan jakaa henkilökohtaisiin, joihin kuuluu, ikä, ammatti, sukupuoli sekä psykologisiin tekijöihin eli arvoihin, asenteisiin ja mielipiteisiin. Kuluttajan päätökseen yhteisön osana kuuluvat tekijät voidaan jakaa sosiaalisiin (perhe, yhteisöt, status) sekä kulttuurisiin (kulttuuri, yhteiskuntaluokka.)

Lisäksi ostopäätökseen vaikuttaa toimintaympäristö ja sen erilaiset muutokset. Kriittisimpänä tekijänä ostopäätökseen vaikuttaa kuitenkin hyödyke/palvelu sekä sen markkinat. Hyödykkeen eri ominaisuudet puolestaan vaikuttavat kuluttajan ostopäätökseen. (Hiltunen 2017, 22 - 24.)

#### **4.2 Tarpeet**

Ihmisten ostokäyttäytymistä ohjaa heidän yksilölliset tarpeet, ja yrittäjien tehtävä on selvittää, millaisia tarpeita ihmisillä on, ja pystyykö heidän tuotteet tai palvelut tyydyttämään markkinoilla olevat tarpeet. Tarpeet puolestaan voidaan jakaa perustarpeisiin ja lisätarpeisiin. Perustarpeita on elämiseen liittyviä perusedellytyksiä, kuten syöminen ja juominen. Lisätarpeet puolestaan tekevät ihmisen elämisen miellyttävämmäksi, ihminen haluaa hemmotella itseään ja kokea virkistymistä ja seikkailua. Toinen tapa jakaa tarpeet on jakaa ne tiedostettuihin tarpeisiin sekä tiedostamattomiin tarpeisiin. Tiedostetut tarpeet huomataan, mutta tiedostamattomat eli piilevät tarpeet ovat sellaisia, joita markkinoijan täytyy kaivaa asiakkaista. (Bergström ja Leppänen 2009, 105 - 106.)



Kuvio 1. Maslow'n tarvehierarkia (Burton 2017)

Bergströmin ja Leppäsen (2009, 106) mukaan Maslow'n tarvehierarkia (Kuvio 1) perustuu siihen, että ihminen täyttää aina ensin itselleen välttämättömät tarpeet, ennen kuin keskittyy muiden tarpeiden täyttämiseen. Burtonin (2017) Maslowin hierarkian toiminta-ajatuksena on, että pyramidissa on viisi tasoa ja seuraavalle tasolle pääsee vasta, kun edellinen taso on saavutettu. Pyramidin pohjalla on fysiologiset tarpeet, joita ovat esimerkiksi nukkuminen ja syöminen. Seuraava taso sisältää turvallisuuden tarpeen, ihminen haluaa suojautua uhilta ja saada vakautta elämäänsä. Kolmas taso käsittelee läheisyyden tarvetta, johon kuuluu esimerkiksi rakkauden ja yhteenkuuluvuuden tunne. Arvostuksen tarve sisältää itsetunnon ja kunnioituksen saamisen. Pyramidin huipulla on tarve toteuttaa itseään, esimerkiksi koulutus ja luovuus. (Burton 2017.)

#### 4.3 Motiivit

Swarbrooken ja Hornerin (2007, 55) mukaan jokainen matkailija on erilainen, on siis otettava huomioon, että myös heitä motivoivat tekijät ovat erilaisia. Täytyy ottaa myös huomioon, että motivaatioita voi olla useita ja ne muuttuvat ajan ja henkilökohtaisten tilanteiden muuttuessa. Esimerkiksi perheenisäys, tulojen tai terveyden muuttuminen muuttavat olennaisesti motivaatioita.

Matkailijaa eniten motivoivat kuusi tekijää ovat Swarbrooken ja Hornerin (2007, 55) mukaan kuluttajan persoona, joka vaikuttaa monella tapaa ostopäätökseen, esimerkiksi seikkailunhaluinen ja varovainen ihminen tekevät mitä todennäköisimmin erilaisia päätöksiä, samalla tavalla kuin yksinään viihtyvä ja seurallinen ihminen. Kuluttajat, joiden elämässä on tärkeää esimerkiksi terveys ja itsestään huolehtiminen, motivoituvat eri asioista kuin sellaiset kuluttajat, jotka haluavat olla muodikkaita tai juhlia usein. Voidaankin siis sanoa, että elämäntyyli on merkittävä tekijä kuluttajan käyttäytymisessä.

Positiiviset kokemukset motivoivat käyttämään samoja palveluita uudestaan, kun taas negatiiviset eivät. Kokemukset voivat liittyä lomantyyppiin, majoitukseen, kuljetukseen tai pienempään osa-alueeseen. Ihmisen menneisyys, erityisesti nostalgian tunne on suorasti yhteydessä ihmisen tämän hetken valintoihin. Tällaisia tekijöitä ovat esimerkiksi kuluttajan ensimmäinen ulkomaanmatka tai häämatka. Lisäksi toisten ihmisten mielikuvat itsestä sekä omat heikkoudet ja vahvuudet vaikuttavat päätöksentekoon. (Swarbrooke & Horner 2007, 55.)

## **5 Tutkimuksen toteuttaminen**

Kanasen (2015, 73 - 74) mukaan määrällinen tutkimus vaatii vahvaa ymmärrystä tutkittavasta ilmiöstä, johon päästään perehtymällä ilmiötä käsittelevään teoriaan. Määrällinen tutkimus pyrkii yleistämään ja sen yleisin aineistonkeruumuoto on kysely, jonka vastausvaihtoehdot ovat useimmiten strukturoitu eli niissä on vastausvaihtoehdot. Vilkkä (2007, 13 - 17) puolestaan kiteyttää määrällisen tutkimuksen ominaispiirteiksi tiedon esittämisen numeroina, strukturointi, mittaaminen, objektiivisuus sekä vastaajien suuri lukumäärä. Tämän tyyppisen tutkimuksen tavoitteena on antaa vastauksia kysymyksiin: kuinka moni, kuinka paljon, ja kuinka usein.

Tutkimus on laadultaan määrällinen ja sen empiirinen osa toteutettiin kyselytutkimuksena. Kysely toteutettiin internetissä kyselylomakkeena ja laadittiin Microsoft forms-ohjelmalla. Kyseinen ohjelma valikoitui käytettäväksi sen helppokäyttöisyyden ja analysointimahdollisuuksien takia. Kysymykset ovat suurimmaksi osaksi strukturoituja, muutamaa avointa kysymystä luukuunottamalta. Määrällinen

tutkimusmenetelm valittiin siksi, että tutkimuksen kohderyhmä oli kohtuullisen suuri ja sen avulla pystyttiin yleistämään tuloksia.

Lomakkeen kysymykset pohjautuivat teoreettiseen viitekehykseen eli kestäväään kehitykseen, Lappiin ja kuluttajakäyttäytymiseen. Lomakkeen alussa kysyttiin helppoja demograafiasia kysymyksiä, kuten ikä, sukupuoli ja koulutus. Seuraavat kysymykset koskivat kohteen valintaa, matkan pituutta, matkustustapaa, kohteessa liikkumista sekä asteikkokysymyksiä koko aihepiiristä. Lopuksi jätettiin avoin kysymys. Kysely oli avoinna 4.2- 18.2.2019 ja sen linkkiä jaettiin Helsingin seudun ja Imatran seudun Lapinkävijöiden Facebook - yhteisöissä. Lapinkävijöiden yhteisö valikoitui kohderyhmäksi sillä perusteella, että perusjoukkoon kuuluvan tuli olla matkustanut aikaisemmin Lappiin.

### **5.1 Perusjoukko ja otos**

Perusjoukolla eli populaatiolla tarkoitetaan niitä, keistä tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita. Otoksella puolestaan viitataan niihin, jotka päätyvät vastaamaan kyselyyn. Otannan perusajatuksena on, että suuresta perusjoukosta saadaan otos ja siitä pystytään yleistämään tuloksia eli päättämään tilastollisesti. Otskoolla tarkoitetaan, sitä kuinka tarkasti otos kuvaa perusjoukkoa, mutta se ei varsinaisesti vaikuta tutkimuksen luotettavuuteen. (Vehkalahti 2008, 43.)

Tässä tutkimuksessa perusjoukkona toimii Helsingin ja Imatran Lapinkävijät ryhmien jäsenet. Otokseen päätyvät ovat niitä, jotka päätyvät vastaamaan kyselyyn. Otoksen tulokset yleistettiin siis koskemaan koko ryhmää. Tämän tutkimuksen otoskooksi saatiin 49.

### **5.2 Tutkimuksen luotettavuus**

Kanasen (2008, 79) mukaan yksi kvantitatiivisen opinnäytetyön arviointikriteereistä on sen luotettavuus. Tutkimuksen luotettavuuden arviointiin voidaan käyttää kahta eri käsitettä, reliabiliteetti ja valideetti, toisin sanoen toistettavuus ja pätevyys, jotka molemmat tarkoittavat luotettavuutta.

Vilkan (2007, 149-150) mukaan tutkimus on reliaabeli, kun sen on mahdollista antaa ei sattumanvaraisia tuloksia, eli se mahdollistaa tutkimuksen toistettavuuden. Luotettava tutkimus on sellainen, josta voidaan saada sama tulos tutkijasta

riippumatta. Reliabiliteetin arviointi tulisi aloittaa jo tutkimuksen alussa ja arvioita-  
viin kohteisiin kuuluu otoksen laatu, vastausprosentti ja mittausvirheet. Kanasen  
(2008, 83) mukaan opinnäytetyön reliabiliteetin takaamiseksi riittää eri vaiheiden  
tarkka dokumentointi ja ratkaisujen perustelu.

Vilkan (2007, 149 - 150) mukaan validiteetti kertoo sen, onko mitattu sitä mitä piti.  
Tämä arviointi käsittää esimerkiksi sen, onko tutkijan esittämät kysymykset ym-  
märretty oikein, käsitteiden muuntaminen arkikielelle ja mahdolliset epätarkkuu-  
det. Kanasen (2008, 83) mukaan validiteetin varmistamiseksi täytyy käsitteet  
määritellä tarkasti teoriaan perustuen.

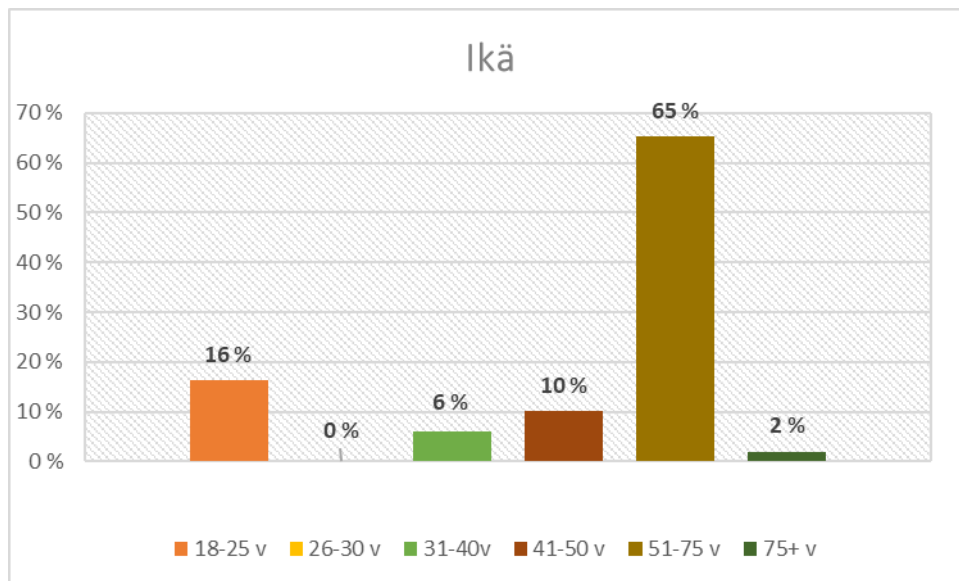
## **6 Tutkimuksen tulokset**

Kysely oli auki 4.02.-18.2.2019 eli kahden viikon ajan. Linkki jaettiin Imatran ja  
Helsingin Lapinkävijöiden Facebook-ryhmiin, ja vastauksia saatiin yhteensä 49  
kappaletta, joten tavoite otoskoosta jäi uupumaan yksi vastaus. Kyselyn markki-  
noimisesta huolimatta vastausprosenttia ei saatu nostettua korkeammalle, ja ai-  
kataulun puolesta kyselyn pituutta ei olisi voitu jatkaa.

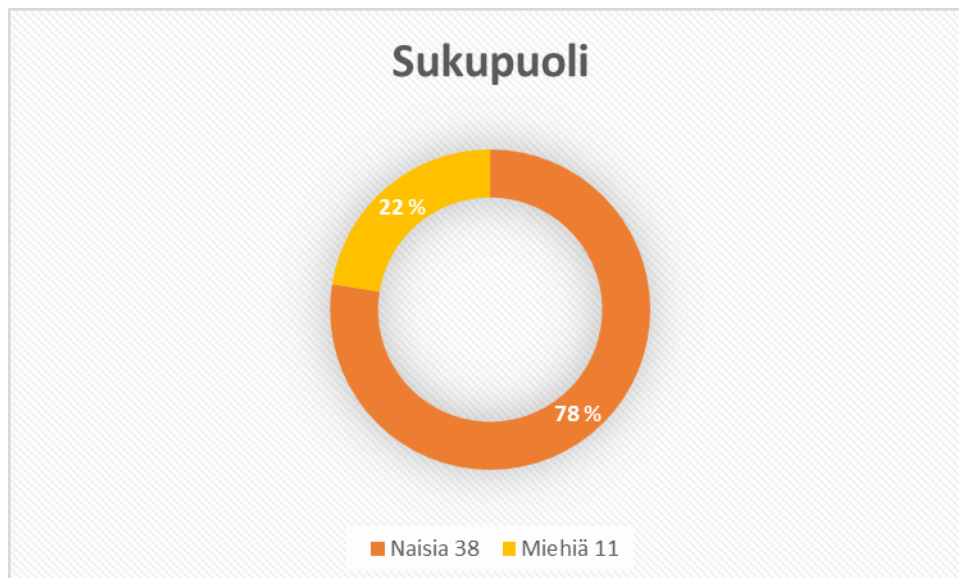
Kaikkiin kysymyksiin saatiin vastaus, sillä opinnäytetyön tekijä oli asettanut vaa-  
timuksen, että kyselyssä ei pääse eteenpäin, ellei edelliseen kysymykseen vas-  
taa. Kyselyn tuloksien analysoinnissa aloitetaan vastaajien taustatiedoista ja ku-  
kin kysymys käydään läpi. Viimeinen kysymys oli avoin, ja siihen vastaaminen oli  
vapaaehtoista. Avoimeen kysymykseen saatiin yhteensä 29 vastausta, eli 59 %  
koko otoksesta.

### **6.1 Taustatiedot**

Kyselyyn saatiin vastauksia laajalta ikäskaalalta, jopa 18-vuotiaasta yli 75-vuoti-  
aaseen, mikä puolestaan edesauttaa tutkimuksen luotettavuutta. Yli puolet vas-  
taajista (65 %) oli 51 - 75 vuotiaita, 16 % vastaajista puolestaan 18 - 25 vuotiaita.  
10% vastaajista edusti ikäluokkaa 41- 50-vuotias, 6% 31 - 40 vuotiaita ja loput 2  
% yli 75-vuotiaita. Jostain syystä kuitenkin 26 - 30 vuotiailta ei saatu yhtäkään  
vastausta, vaikka ryhmien ikähaarukka olikin kovin laaja. (Kuvio 2.)

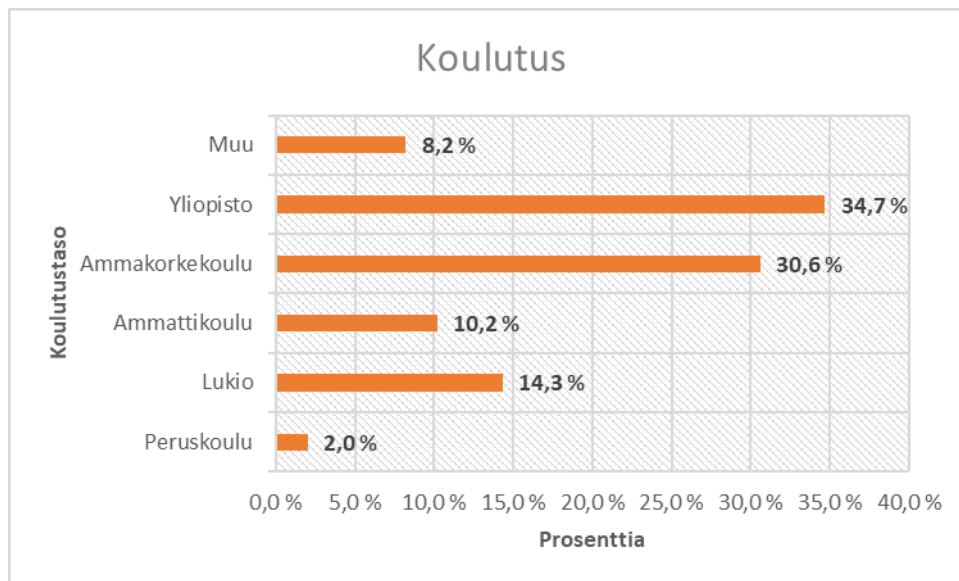


Kuvio 2. Kyselyyn osallistuneiden ikä



Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden sukupuoli

Niin kuin kuviosta 3 voidaan nähdä 38 vastaajista (78%) edustavat naisia ja 11 vastanneista (22%) puolestaan miehiä.



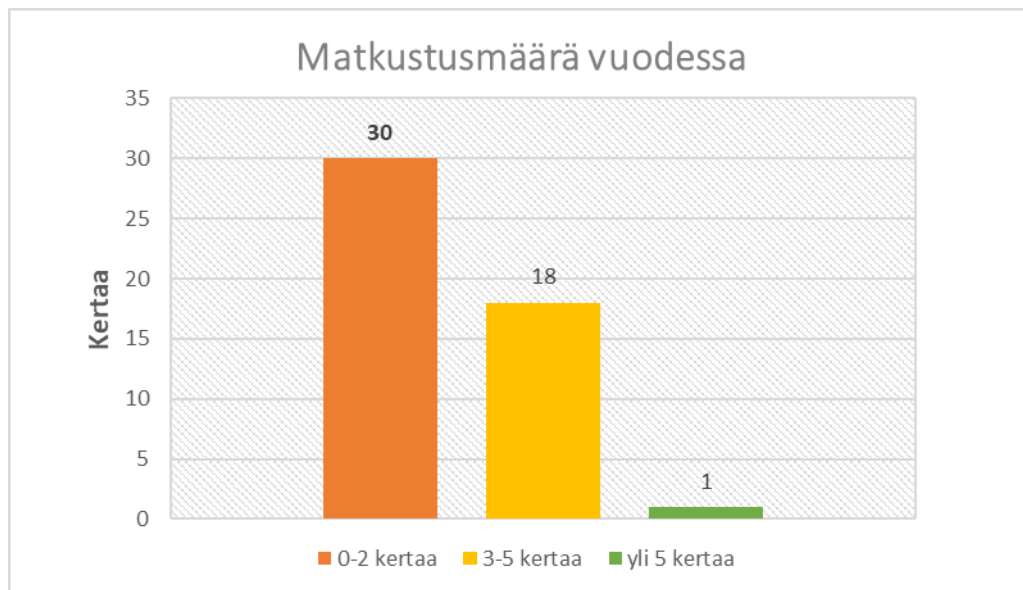
Kuvio 4. Kyselyyn vastanneiden koulutustaso

Kuvion 4 mukaan yli puolet vastaajista olivat joko yliopiston (34,7 %) tai ammatikorkeakoulun (30,6 %) käyneitä. Ammattikoulun (10,2 %) tai lukion (14,3 %) suorittaneita oli puolestaan neljänneksen verran vastaajamäärästä. Kaksi prosenttia vastaajista ilmoitti koulutukseensa peruskoulun. Loput 8,2 % koostui seuraavista joko yliopisto-opinnoista tai opistotasosta.

Voidaankin todeta, että kyselyyn vastanneista merkittävä osa oli hyvin koulutettuja, mikä puolestaan edesauttaa vastuullisten valintojen tekemistä ja vastuullisen matkailun periaatteiden noudattamista omassa elämässä, sillä koulutetut ihmiset ovat tietoisia kestävästä kehityksestä ja omien tekojen vaikutuksesta. Lisäksi koulutuksen ansiosta saatu parempi palkkataso ei varmasti ainakaan haittaa tehdessä vastuullisia valintoja.

## 6.2 Matkustaminen

Seuraavissa kysymyksissä haluttiin saada selville vastaajan matkustusmieltymyksiä, kuten matkustusmäärä vuodessa, matkan keskimääräinen kesto, matkustustapa sekä asiat, jotka hän kokee tärkeäksi majoitusta varatessa. Lisäksi haluttiin tietää myös vastaajan yleisin majoitusvaihtoehto.



Kuvio 5. Matkustusmäärä vuodessa

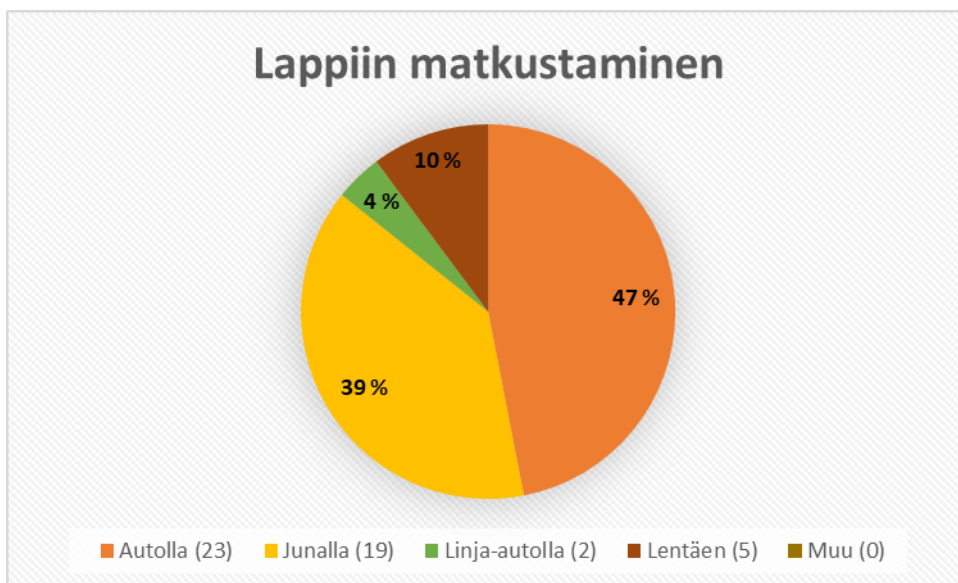
Kysymyksessä neljä haluttiin tietää vastaajien keskimääräisiä matkustus kertoja vuodessa. Kuviosta 5 käy ilmi, että 30 (60 %) vastaajista matkustaa Lappiin 0 - 2 kertaa vuodessa ja 18 vastaajaa (37 %) puolestaan 3 - 5 kertaa vuodessa. Vain yksi vastaajista matkustaa yli viisi kertaa vuodessa Lappiin.

Seuraava kysymys koski vastaajien matkan keskimääräistä kestoa eli kuinka pitkää vastaaja yleensä viipyy matkustaessaan Lappiin. Kysymys pohjautui teoriassa siihen, että Lappiin tulisi matkustaa pidemmäksi aikaa ja välttää lyhyitä lomia. Matkustaessa pidemmälle on ekologisempaa viipyä kohteessa pidempään ja viettää lyhyet lomat lähempänä kotia, näin ei synny turhia päästöjä.

Kyselyyn vastanneista 82 % kertoi keskimääräiseksi matkan kestokseen kuusi päivää tai enemmän ja 18 % vastaajista puolestaan ilmoitti matkan kestävän keskimäärin 3 - 5 päivää. Kuviosta 5 ja kuviosta 6 voidaankin siis päätellä, että suurin osa vastaajista valitsee ennemmin pidemmän matkan useamman kerran vuodessa, kuin monta lyhyempää matkaa. Yksikään kyselyyn osallistunut ei matkusta Lappiin 1 - 2 päiväksi, mikä kertoo ympäristötietoisuudesta ja luonnosta välittämisestä.



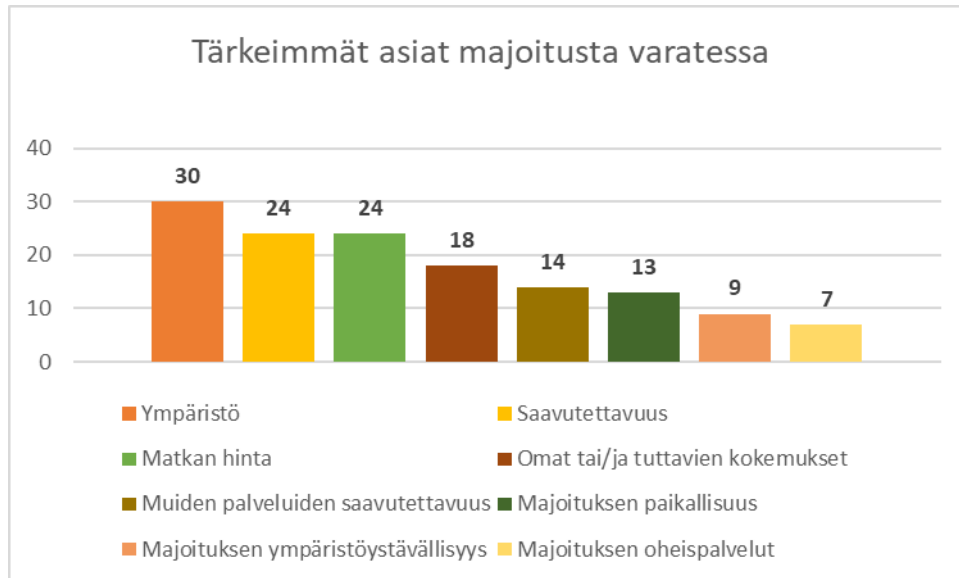
Kuvio 6. Matkan keskimääräinen kesto



Kuvio 7. Lappiin matkustaminen

Kysymyksessä kuusi haluttiin tietää vastaajien matkustustottumuksista ja kysyttiin millä kulkuneuvolla vastaaja useimmiten matkustaa Lappiin. Vastauksista näkee vastaajien olevan selvästi tietoisia autoilun aiheuttamista päästöistä, sillä 39 % vastasi käyttävänsä junaa, joka on matkustusmuodoista ekologisin, lisäksi 4 % ilmoitti käyttävänsä linja-autolla. Vaikka 47 % kulkee useimmiten autolla ja 10 % lentää kohteeseen, ei tätäkään voi täysin tuomita, sillä Lappiin matkustaminen julkisilla kulkuneuvoilla voi olla hankalaa. Pohjoisimmaksi junalla pääsee Kolariin,

josta esimerkiksi Leville on yli tunnin matka ja Rovaniemen asemalta Sallaan on kahden tunnin matka. Tästä syystä julkisia kulkuyhteyksiä tulisi kehittää, jotta ihmisten ei tarvitsisi turvautua luontoa saastuttaviin kulkuneuvoihin.



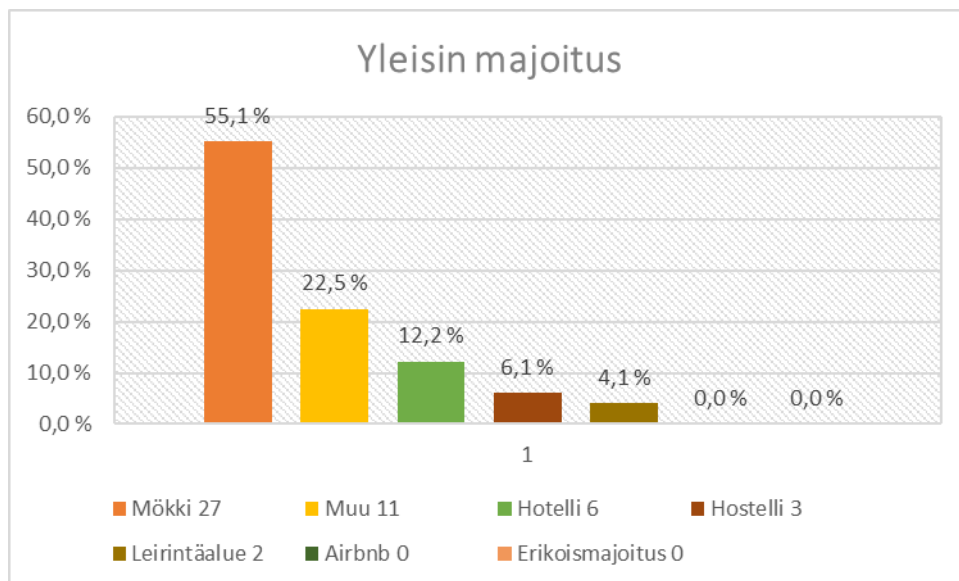
Kuvio 8. Tärkeimmät asiat majoitusta varatessa

Seuraavassa kysymyksessä haluttiin tietää, mitkä asiat vaikuttavat vastaajien majoituksen valintaan. Kysymykseen sai valita maksimissaan neljä vastausta, ja keskimäärin vastaajat antoivat kolme vastausta. Selvästi eniten vastauksia sai majoituksen ympäristö, joka sai 30 vastausta. Ympäristön saadessa eniten ääniä voidaanakin todeta vastaajien haluavan majoitukseltaan luonnon rauhaa ja arvostavan ympäristön säilymistä.

Seuraavaksi eniten ääniä saivat vastauksin 24 ja 24 majoituksen saavutettavuus ja matkan hinta. Vastaajat arvostavat selkeästi sitä, että kohteeseen pääsee mahdollisimman helposti, mikä puhuu kulkuyhteyksien kehittämisen puolesta. Matkan hinta puolestaan liittyy kuluttajien toimeentulon turvaamiseen ja elintason säilyttämiseen, joka on perustarve ihmiselle.

Muiden palveluiden saavutettavuus sai ääniä 14. Muiden palveluiden saavutettavuus viittaa muun muassa ihmisen perustarpeiden tyydyttämiseen, kuten syömiseen. Lisäksi on luonnollista, että ihminen haluaa lomalla palveluiden sijaitsevan suhteellisen lähellä toisiaan, sillä se takaa helppouden ja vaivattomuuden loman aikana. Majoituksen paikallisuus sai ääniä 13, mikä on vain 9 % koko

vastausmäärästä. Majoituksen ympäristöystävällisyys sai äänistä vain 9, joka tekee vain 6 %. Majoituksen oheispalvelut puolestaan saivat 7 ääntä (5 %).

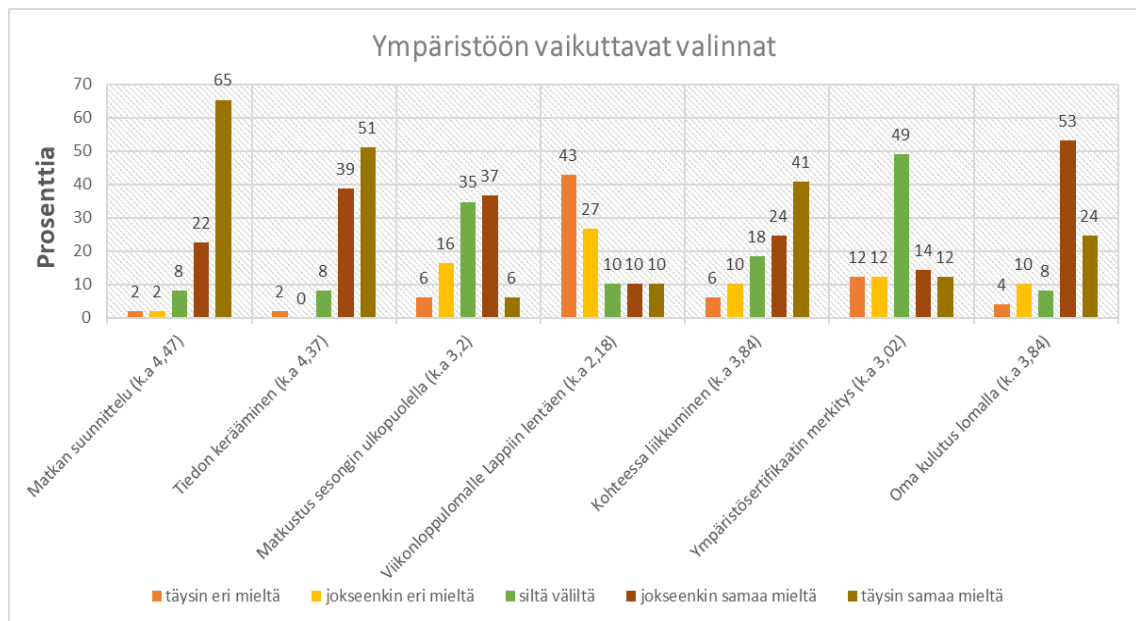


Kuvio 9. Yleisin majoitus

Kysymyksessä kahdeksan haluttiin tietää vastaajien mieltymyksiä majoitusta koskien. Yli puolet vastaajista (55,5 %) ilmoitti yleisimmäksi majoitukseksi mökin. Vain 12,2 % vastaajista yöpyy useimmiten hotellissa ja 6,1 % hostellissa. Leirintäalueella yöpyy 4,1 %. Kukaan vastaajista ei ilmoittanut yöpyvänsä Airbnb:ssä tai erikoismajoituksessa. Vaihtoehto ”muu” sai vastauksia 22,5 % (11), muihin vastauksiin lukeutui, autiotupa, telta, huoneisto, yhteismajoitus ja rivitalo.

### 6.3 Ympäristöön vaikuttavat valinnat

Seuraavissa kysymyksissä haluttiin saada tietää vastaajien valintoja koskien ympäristöä ja siihen kohdistuvia vaikutuksia. Kysymykset olivat asteikko kysymyksiä asteikolla 1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä. Yhdenkään kysymyksen keskiarvo ei saanut pienempää arvoa kuin 2,18.



Kuvio 10. Ympäristöön vaikuttavat valinnat

Ensimmäinen kysymys käsitteli vastaajan halua suunnitella matkansa itse, joka puolestaan perustui tietoon siitä, että itse suunniteltu matka voi usein olla paljon pakettimatkaa vastuullisempi. Vastauksista selkeästi eniten (25 vastausta) esiintyi vastausnumero 5 eli moodi on 5. Kuvion 10 mukaan vastauksien keskiarvoksi saadaan 4,47, eli suurin osa vastaajista haluaa itse suunnitella matkansa ja vaikuttaa näin ollen enemmän sen sisältöön.

Toinen ympäristöosion kysymyksistä koski tiedon hankkimista ennen matkaa, haluttiin tietää, haluavatko vastaajat panostaa tiedon etsimiseen, mikä viittaa siihen, että matkailija on tietoinen alueen kulttuurista ja toimintatavoista ja ympäristöongelmista osaten näin toimia oikealla tavalla kohteessa. Tämän kysymyksen moodi, eli useimmiten toistuva arvo on 5, ja keskiarvoksi saadaan 4,37. Vastaajat ovat siis hyvin kiinnostuneita hankkimaan tietoa kohteesta.

Kolmannessa kysymyksessä haluttiin tietää voiko vastaaja suunnitella matkansa Lappiin sesongin ulkopuolelle, mikä aiheuttaa muun muassa tulojen jakautumisen tasaisemmin sesonkien ulkopuolelle sekä tasaisempia matkustamisesta aiheutuvia päästöjä. Vastauksien perusteella voidaan todeta kyselyyn osallistuneista 37 % antaneen vastauksen 4 ja 35 % vastauksen 3. Tämän kysymyksen moodi on 4 (18 vastausta) ja keskiarvo 3,2 (Kuvio 10).

Neljäs kysymys käsitteli lentämistä Lappiin lyhyeksi ajaksi. Tällä kysymyksellä viitattiin ekologisen ajattelun pohjalta lyhyiden lomien viettämiseen lähikohteissa ja pitkien lomien viettämiseen puolestaan kauempana. 43 % vastaajista ilmoitti vastaukseksi numeron 5 ja 27 % numeron 4. Keskiarvoksi saadaan 2,18 ja moodi on 5 (25 vastausta). Vastaajat ovat tulosten perusteella tietoisia lentämisen aiheuttamista päästöistä ja näin yrittävät välttää sitä lyhyiden lomien aikana.

Viidennessä kysymyksessä kysyttiin vastaajien kohteessa liikkumista. Haluttiin tietää, pyritäänkö käyttämään julkisia kulkuneuvoja tai suosimaan kävelemistä paikasta toiseen. Kuvion 10 mukaan vastaajista 41 % on täysin samaa mieltä ja 24 % jokseenkin samaa mieltä. Keskiarvoksi saatiin 3,84 ja eniten esiintyvä arvo eli moodi on 5.

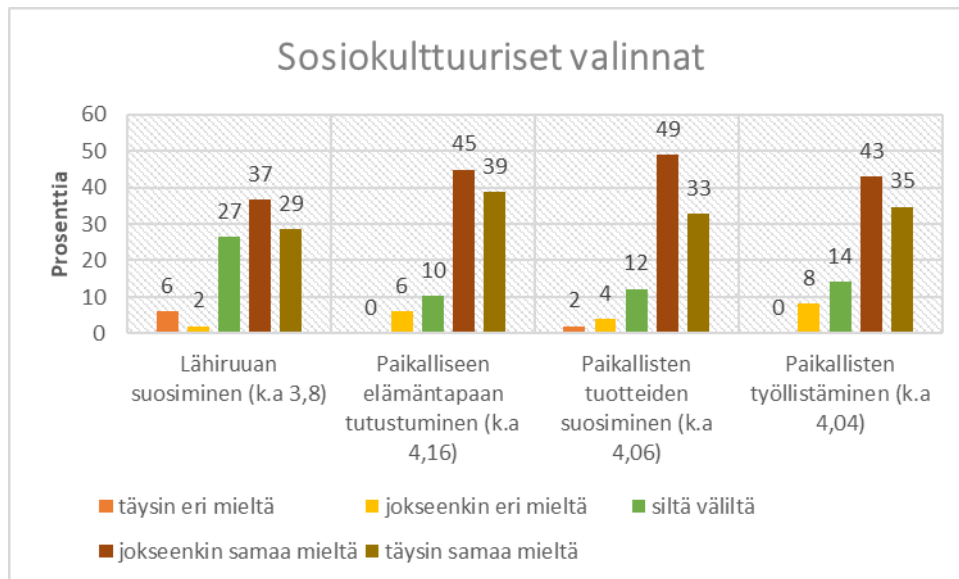
Kuudennella kysymyksellä haluttiin tietää valitsevatko vastaajat ympäristösertifikaatin omaavan hotellin, jos se on mahdollista. Kysymyksellä viitattiin sertifikaatin omaavien hotellien panostukseen ympäristövastuullisuuden kannalta, ja kyseisessä hotellissa perusasiat ovat kunnossa. Kuviosta 10 näkee, että vastaajat eivät olleet samaa, eikä eri mieltä eli siltä väliltä. Kysymyksen moodi on siis 3 ja vastauksien keskiarvo 3,02. Vastauksista päätellen vastaajat eivät joko tiedä, mitä kyseinen sertifikaatti merkitsee tai eivät osanneet sanoa, onko se heille tärkeä.

Tämän osion viimeinen kysymys liittyi vastaajien omaan kuluttamiseen loman aikana. Haluttiin tietää, lajitteleeko vastaaja roskat ja kiinnittääkö hän energian ja veden kulutukseen huomiota myös lomaillessa. Kuten kuviosta 10 pystyy näkemään, vastaajat ovat hyvin tietoisia kuluttamisestaan, sillä vastauksien keskiarvo on 3,84 ja moodi 4.

#### **6.4 Sosiokulttuuriset valinnat**

Viimeisessä kysymysosiossa käsiteltiin vastaajien sosiokulttuurisia valintoja. Kysymykset olivat asteikkokysymyksiä asteikolla 1-5 (1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa

mieltä). Kyseisen osion vastauksista yksikään ei saanut keskiarvoa, joka alittaisi 3,8.



Kuvio 11. Sosiokulttuuriset valinnat

Osion ensimmäisessä kysymyksessä haluttiin tietää, suosiiko vastaaja lähellä tuotettua ruokaa matkustaessaan Lapissa. Kysymys pohjautuu lähiruuan ekologisuteen ja tulojen aiheutumiselle lähialueen tuottajille. Vastauksien keskiarvoksi saadaan 3,8 ja moodiksi 4. Vastaajista 37 % oli ”jokseenkin samaa mieltä” ja 29 % ”täysin samaa mieltä” Vain 6% vastaajista ilmoitti vastaukseen ”täysin eri mieltä”. Tulosten perusteella suurin osa vastaajista arvostaa lähellä tuotettua ruokaa, jos sellaista on tarjolla.

Toinen kysymys käsitteli vastaajien halua tutustua paikalliseen elämäntapaan lomaillessaan. Paikalliseen elämäntapaan tutustuminen vahvistaa kulttuurin säilymistä samalla tukien paikallisten toimintaa. Vastauksien keskiarvo on 4,16 ja moodi 4. Vastaajat pyrkivät siis toiminnallaan vahvistamaan paikallista kulttuuriperintöä ja auttavat paikallisia pitämään sitä yllä.

Kolmannessa kysymyksessä haluttiin tietää pyrkivätkö vastaajat suosimaan paikallisia tuotteita, samalla tukien muitakin kuin ravintola-alalla toimivia yrittäjiä. Vastauksien keskiarvo on 4,06 (Kuvio 11) ja eniten esiintyvä vastaus on numero 4.

Osion viimeinen kysymys käsitteli sitä, kuinka paljon vastaajat arvostavat, että yritykset suosivat paikallisten käyttämistä työvoimanaan. Paikallisten palkkaamiselle tiedetään olevan paikkakunnalle positiivisia vaikutuksia, sillä se laskee työttömyysprosenttia ja antaa paikallisille mahdollisuuden jäädä omalle kotiseudulle. Keskiarvona tälle kysymykselle on 4,04 (Kuvio 11) ja moodi 4.

## 6.5 Vastaajien tärkeimmät vastuulliset valinnat

Viimeisessä kysymyksessä haluttiin antaa vastaajille vapaa sana. Haluttiin tietää mitkä ovat heidän mielestään tärkeimmät vastuulliset valinnat, joita matkailija itse voi Lapin matkan aikana tehdä omien valintojensa kautta.

| Tärkeimmät vastuulliset valinnat matkailun kannalta?                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Etelän asukkaana matka itsessään pohjoiseen ja toisaalta majoitus perillä.                                                                                                                                                            |
| matkustaminen                                                                                                                                                                                                                         |
| Välttää turhaa kulutusta.                                                                                                                                                                                                             |
| Oma kimppakämpä, jossa 6 osakasta                                                                                                                                                                                                     |
| Matkusta junalla bussilla sekä joskus ryhmätaksilla. Paikasta toiseen siirtyn suksilla tai jalan. Yöt vietän pääsääntöisesti, teltassa, rymämajoitusmökissä tai autiotuvassa. Hotellissa vain yön mennessä tullen, jos aina sitäkään. |
| Luonnon säästäminen. Käytetään valmiita reittejä ainakin massaturismissa.                                                                                                                                                             |
| Ympäristöystävällisyys. Roskien lajittelu mahdollisuudet (toki retkeilijänä säästän luontoa ja tuon pois sen minkä vien).                                                                                                             |
| Matkustustapa                                                                                                                                                                                                                         |
| paikallisten tukeminen, luonnon säästäminen                                                                                                                                                                                           |
| Paikallisen elämän - niin ihmisten kuin luonnon - kunnioittaminen.                                                                                                                                                                    |
| Kotimaan matkailun suosiminen ja halu viettää aikaa luonnossa luonnon ehdoilla.                                                                                                                                                       |
| Hyvät julkisen liikenteen yhteydet vaellusalueille ja roskien lajittelu                                                                                                                                                               |
| Ympäristön kannalta matkustustapa. Sosiaaliseen ja yhteiskunnalliseen vastuullisuuden kannalta se, että käytän myös paikallisia palveluita, työllistän paikallisia.                                                                   |
| Hiilijalanjälki (juna > lento), roskaamattomuus/leave no trace, paikallisten toimijoiden sponssaaminen                                                                                                                                |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kulkuneuvo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Paikallisen työvoiman käyttö on plussaa, mutta eihän siellä väki riitä. Matkustaminen kuormittaa varmaan eniten, joten julkiset paitsi lentäminen ovat tärkeitä. Veden käyttöä jokainen voisi säädellä itsekin. Jos tietäisin, että jossain huomioitaisiin ruokahävikki, niin menisin sinne. Biojätteiden keruukin olisi plussaa. |
| Matkustusväline,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ympäristöasioiden hoitaminen                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Ympäristöstä pidetään huoli, paikallisia tuotteita jos vain saatavilla, kunta järjestää jätehuollon kuntoon                                                                                                                                                                                                                       |
| Matkustustapa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Lentokoneen välttäminen, vegaanisten annosten suosiminen ravintoloissa                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Kimppakuljetukset, kertakäyttöpakkauksien välttäminen(shampoot yms) ja pienten paikallisten suosiminen                                                                                                                                                                                                                            |
| Maata pitkin matkaaminen                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Matkustustapa, paikallisten työllistäminen, lähiruoka                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Suosia paikallisia tuotteita ja yrityksiä                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Liikkuu luonnossa sitä vahingoittamatta ja roskaamatta.                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Työllistää paikallinen, energian säästäminen,jätteen lajittelu                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Paikalliset tuotteet .                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Ekologisuus, taloudellisuus, ympäristöystävällisyys yms                                                                                                                                                                                                                                                                           |

#### Kuva 5. Avoimen kysymyksen vastaukset

Viimeinen kysymys oli avoin ja siihen vastaaminen oli täysin vapaaehtoista. Vastauksia saatiin yhteensä 29. Kysymyksessä haluttiin tietää, mitkä tietyt asiat he kokevat tärkeimmiksi vastuullisen matkailun kannalta. Kuvasta 5 voi nähdä, että vastaukset tukevat monin osin kyselyn aiempia vastauksia. Vastaajista yli puolet (55 %) pitävät itselleen tärkeinä ekologisia valintoja, 38 % vastaajista mainitsi puolestaan ekologisuuteen ja sosiokulttuuriseen vastuullisuuteen liittyviä asioita. Loput 7 % vastasivat sosiokulttuuria valintoja.

## 7 Johtopäätökset ja pohdinta

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, millä tavoin kestävä kehitys vaikuttaa kohderyhmän kuluttajakäyttäytymiseen sen matkustaessa Lappiin. Haluttiin tietää, kuinka kestävä kehityksen arvot mukauttavat ryhmän valintoja ennen matkaa ja toisaalta myös matkan aikana. Haluttiin siis saada tietää, onko kestävä kehityksen mukaisilla arvoilla vaikutusta matkailijan tekemiin päätöksiin.

Kyselystä saatujen vastausten perusteella tyypillinen kyselyyn vastannut henkilö on 51 – 75-vuotias nainen, jolla on yliopistokoulutus. Hän matkustaa Lappiin keskimäärin 0 - 2 kertaa vuodessa ja tekee matkansa useimmiten autolla tai junalla. Tärkeimmiksi asioiksi majoitusta varatessa osoittautuu ympäristö, saavutettavuus, matkan hinta ja aiemmat kokemukset. Yleisimmäksi yöpymispaikaksi osoittautuu mökki. Kyselyn vastauksien perusteella suurin osa vastaajista on hyvin koulutettuja, ja näin ollen heillä on tietoa toimia kestävä kehityksen normien mukaan. Vaikka autolla matkustavia on suurin osa, hyvänä kakkosena tulee juna, joka on selvästi ekologisempi vaihtoehto. Autolla matkustaminen suurella todennäköisyydellä johtuu juurikin huonoista julkisista liikenneyhteyksistä.

Ympäristöön vaikuttavista valinnoista vastaajat pitivät tärkeimpänä matkan suunnittelemista itse, mikä kertoo vastaajien haluavan päättää matkan sisällöstä itse, jolloin heillä on mahdollisuus vaikuttaa vastuullisiin valintoihin enemmän kuin valmismatkoissa. Tiedon kerääminen ennen matkaa on suurelle osalle vastaajista tärkeää, halutaan tietää kohteesta ja sen toimintatavoista, kuten esimerkiksi jätteiden lajittelusta. Oma kulutus ja kohteessa liikkumien ovat vastaajille seuraavaksi tärkeimpiä. Halutaan siis säädellä omaa energian kulutusta myös lomalla ja pyrkiä kulkemaan kohteessa jalan tai julkisilla kulkuneuvoilla. Sesongin ulkopuolella matkustaminen sai selvästi huonomman keskiarvon, joka saattaisi kertoa siitä, että ihmiset eivät välttämättä ole tietoisia, kuinka sesongin ulkopuolella matkustamisen avulla tulot ja päästöt saataisiin jakautumaan tasaisemmin. Ympäristösertifikaatin omaavan hotellin valitseminen sai selkeästi huonoimman keskiarvon, kenties sertifikaattien merkitykseen ei luoteta tarpeeksi tai niitä ei ole esimerkiksi tuotu tarpeeksi julki.

Sosiokulttuuristen valintojen osalta voidaan todeta, että vastaajat ovat kiinnostuneita oman toimintansa vaikutuksista paikalliseen väestöön, osion vastauksien keskiverron vastauksen ollessa 4. Tärkeimpänä vastaajat pitivät paikalliseen elämäntapaan tutustumista ja paikallisten tuotteiden suosimista, jonka ansiosta paikallisten kulttuuri vahvistuu ja matkailijoista saatavat tulot puolestaan jäävät ainakin osittain paikallisille yrittäjille. Paikallisten työllistämisen vastaajat kokevat tärkeänä tapana tukea paikallista väestöä.

Tutkimuksen perusteella kestävä kehitys vaikuttaa siis kaikilla sen osa-alueilla vastaajien kuluttajakäyttäytymiseen. Vastaajat pyrkivät valitsemaan kohteen ympäristön perusteella, kiinnittävät huomiota omaan hiilijalanjälkeen mahdollisuuksien mukaan sekä paikan päällä haluavat tukea paikallista väestöä suosimalla heidän palveluitaan ja lähellä tuotettua ruokaa. Tutkimuksen tuloksiin vaikuttaa positiivisesti varmasti kohderyhmän kiinnostus ja kokemus luontoa sekä Lappia kohtaan.

Tämän opinnäytetyön tekeminen opetti minulle paljon ja oli kaiken kaikkiaan antoisia prosessi. Aihepiiri valikoitui melko helposti, mutta aiheen kypsyminen tutkimukseksi tuotti enemmän päänvaivaa. Tiesin heti alussa, että aiheeni käsittelee jollain tapaa kestävää kehitystä ja Lappia. Lappi päätyi osaksi työtä oman työkokemuksen kautta, ja kestävä kehitys taas on aiheena ajankohtainen. Mielestäni prosessin onnistumisen kannalta oli hyvä, että olin varannut teoriaosuuteen tarpeeksi aikaa. Kyselylomakkeen suunnittelu oli mielestäni haastavin osuus koko prosessissa, sillä sen täytyi onnistua, ja sitä ei voinut jälkikäteen muuttaa. Olikin siis hyvä, että lomake testattiin muutamalla henkilöllä etukäteen.

Kyselyyn saatiin kohtalaisesti vastauksia, mainostamisesta huolimatta. Otokooksi tuli 49, mikä on kohderyhmän kokoon nähden pieni, joten tämä vaikuttaa negatiivisesti tutkimuksen luotettavuuteen. Syynä vastausmäärän pienuuteen voisi olla Facebookin suosion lasku. Ikäskaala olisi tutkimuksen luotettavuuden kannalta voinut olla suurempi, sillä nuoria vastaajia oli melko vähän. Aikataulussa pysyttiin hyvin, oltiin jopa joissakin määrin etujassaan, mikä johtui taas hyvästä suunnittelutyöstä. Kyselyn voisi helposti toistaa koskemaan eri aluetta tai vaihtoehtoisesti sen voisi tehdä koskemaan myös ulkomaalaisia asiakkaita. Tämä tosin vaatisi kyselylomakkeen kääntämisen vähintään englanniksi.

## Kuvat

Kuva 1. Laskeutuneet lennot 2018, s.12

Kuva 2. Yöpymiset sesongeittain (Lapin luotsi.), s.13

Kuva 3 Lapin matkailualueet (Lapland, 2019), s.15

Kuva 4. Lapin lentoliikenne (Lapin materiaalipankki), s.18

Kuva 5. Avoimen kysymyksen vastaukset, s.35

## Kuviot

Kuvio 1. Maslowin tarvehierarkia (Burton 2017), s.21

Kuvio 2. Kyselyyn osallistuneiden ikä, s.25

Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden sukupuoli, s.25

Kuvio 4. Kyselyyn vastanneiden koulutus taso, s.26

Kuvio 5. Matkustusmäärä vuodessa, s.27

Kuvio 6. Matkan keskimääräinen kesto, s.28

Kuvio 7. Lappiin matkustaminen, s.28

Kuvio 8. Tärkeimmät asiat majoitusta varatessa, s.29

Kuvio 9. Yleisin majoitus, s.30

Kuvio 10. Ympäristöön vaikuttavat valinnat, s.31

Kuvio 11. Sosiokulttuuriset valinnat, s.33

## Lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Burton, N. 2017. Our Hierarchy of Needs, Psychology today. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/hide-and-seek/201205/our-hierarchy-needs>. Luettu 29.01.2019

Business Finland. 2018. Matkailuvuosi 2018. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/verkostot/matkailu/tutkimukset-ja-tilastot/matkailuvuosi/>. Luettu 18.03.2019.

Edelheim, J. & Ilola, H. 2017. Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Turenki: Hansaprint Oy.

Finavia. 2018. Vuosikertomus 2018. [https://www.finavia.fi/sites/default/files/2019-03/Finavia\\_vuosikertomus\\_2018.pdf](https://www.finavia.fi/sites/default/files/2019-03/Finavia_vuosikertomus_2018.pdf). Luettu. 20.03.2019.

Helsinki Declaration 2018. Vastuullisen matkailun infopaketti. <http://www.smal.fi/loader.aspx?id=2989a1e4-a78f-4e3a-981f-2663b4398e07>. Luettu 17.12.2018.

Hemmi, J. 2005. Matkailu, ympäristö, luonto – Osa 1. Jyväskylä: Gummerrus.

Hiltunen, E. 2017 Mitä tulevaisuuden asiakas haluaa. Trendit ja ilmiöt. Jyväskylä: Docendo.

Järvelä, J., & Saarinen, J. 2002. Luonto matkailukohteena: virkistystä ja elämyksiä luonnosta. Rovaniemi: Rovaniemen painatuskeskus Oy.

Kalmari, H. & Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Keuruu: Otava.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Juvenes Print.

Lapin liitto 2018. Lapin matkailustrategia 2015-2018. [http://www.lappi.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=2265071&name=DLFE-25498.pdf](http://www.lappi.fi/c/document_library/get_file?folderId=2265071&name=DLFE-25498.pdf). Luettu 30.12.2018.

Lapin luotsi 2019. Lappi lukuina 2019. [http://luotsi.lappi.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=931431&name=DLFE-34720.pdf](http://luotsi.lappi.fi/c/document_library/get_file?folderId=931431&name=DLFE-34720.pdf). Luettu 18.03.2019.

Lapland 2018. Majoitusta Lapissa. <https://www.lapland.fi/fi/matkailu/suunnittele-matkasi/majoitusta-lapissa/>. Luettu 10.01.2019.

Lappi.fi 2018. Matkailualueet. <http://www.lappi.fi/matkailualueet>. 10.01.2018.

Lappi.fi 2019. Lappi lukuina 2019. [http://www.lappi.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=931431&name=DLFE-34720.pdf](http://www.lappi.fi/c/document_library/get_file?folderId=931431&name=DLFE-34720.pdf). Luettu 18.03.2018.

Legrand, W., Sloan, P. & Chen S. J. Sustainability in the hospitality industry. Principles of sustainable operations. 3. painos. New York: Routledge.

Levi 2019. Green Days. <https://www.levi.fi/fi/yleista-levista/green-days.html>. Luettu 17.03.2019.

Linkola, M. 1983. Lappi 1. Suuri, kaunis, Pohjoinen maa. Kariston kirjapaino: Hämeenlinna.

Neuvonen, V. 2012. Suomen Lapin lumous. The lure of Finnish Lapland. Helsinki: Tammi.

Swarbrooke, J. & Horner, S. 2007. Consumer behaviour in tourism. 2. painos. Oxford: Elsevier.

Tuulentie, S. 2009. Turisti tulee kylään. Matkailukeskukset ja lappilainen arki. Jyväskylä: Gummerrus.

UNWTO 2005. Sustainable Development of Tourism. <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>. Luettu 30.11.2018.

Vahtola, J. 1983. Maailmanmatkaajia Lapissa. Lappi 1. Hämeenlinna: Karisto.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

Verhelä, P. 2014. Matkailun Perusteet. Kuopio: Kuopion liikekirjapaino Oy.

Vilka, H. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

Visiittori 2019. Matkailun tunnuslukuja. <https://visiittori.fi/>. Luettu 18.03.2019.

Visit Finland 2017. Kestävä kehitys matkailuyrityksessä. <http://www.visitfinland.fi/kestava-kehitys-matkailuyrityksessa/>. Luettu 30.11.2018.

Yhdistyneet kansakunnat 2015. Agenda 2030 – Kestävän kehityksen tavoitteet. <https://www.yk.fi/sdg>. Luettu 30.11.2018.

Ympäristöministeriö 2013. Kestävä kehitys. <https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys>. Luettu 29.11.2018. Luettu 30.11.2018.

## Kyselylomake

**SAIMAAN**  
ammattikorkeakoulu  
Saimaa University of Applied Sciences

# Kysely

Hei! Kiitos, kun päätit osallistua kyselyyn, tämä kysely käsittelee kestävän kehityksen vaikutuksia kuluttajakäyttäytymiseen Suomen Lapissa ja se on osa opinnäytetyötäni Saimaan ammattikorkeakoulussa. Kyselyyn vastaamiseen kuluu aikaa maksimissaan 5 minuuttia.

\* Pakollinen

1. Ikä? \*

☐ 18-25

☐ 26-30

☐ 31-40

☐ 41-50

☐ 51-75

☐ 75+

2. Sukupuoli? \*

☐ Nainen

☐ Mies

3. Valitse ylin koulutuksesi \*

Valitse yksi vaihtoehtoista.

- ☐ Peruskoulu
- ☐ Lukio
- ☐ Ammattikoulu
- ☐ Ammattikorkeakoulu
- ☐ Yliopisto
- ☐

4. Kuinka usein matkustat keskimäärin Lappiin vuodessa? \*

Valitse yksi vaihtoehtoista.

- ☐ 0-2
- ☐ 3-5
- ☐ yli 5

5. Kuinka pitkään matkasi keskimäärin kestää? \*

Valitse yksi vaihtoehtoista.

- ☐ 1-2 päivää
- ☐ 3-5 päivää
- ☐ 6 päivää tai enemmän

6. Kuinka matkustat useimmiten Lappiin? \*

Valitse yksi vaihtoehtoista.

- ☐ Autolla
- ☒ Junalla
- ☐ Linja-autolla
- ☐ Lentäen
- ☐

7. Mihin asioihin kiinnität eniten huomiota majoitusta varatessasi? \*

Valitse neljä merkittävintä.

- ☐ Majoituksen ympäristöystävällisyys
- ☐ Ympäristö
- ☐ Saavutettavuus
- ☐ Matkan hinta
- ☐ Omat tai/ja tuttavien kokemukset
- ☐ Majoituksen paikallisuus
- ☐ Muiden palveluiden saavutettavuus
- ☐ Majoituksen oheispalvelut

8. Mikä on yleisin majoituksesi? \*

Valitse yksi vaihtoehtoista.

- ☐ Mökki
- ☐ Leirintäalue
- ☐ Airbnb
- ☐ Hotelli
- ☐ Hostelli
- ☐ Erikoismajoitus (lasi-iglu, jäähotelli, tms.)
- ☐

9. Haluan itse perehtyä matkan suunnitteluun. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

- 1 2 3 4 5
- ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

10. Minulle on tärkeä kerätä tietoa kohteesta ennen matkaa. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

- 1 2 3 4 5
- ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

11. Suunnittelen matkani sesongin ulkopuolelle. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

- 1 2 3 4 5
- ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

12. Voin lähteä viikonloppulomalle Lappiin lentäen. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

- 1 2 3 4 5
- ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

13. Kohteessa pyrin kävelemään tai käyttämään julkisia kulkuneuvoja. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

- 1 2 3 4 5
- ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

14. Valitsen ympäristösertifikaatin omaavan hotellin, jos mahdollista. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = jokseenkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = jokseenkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

- 1 2 3 4 5
- ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

15. Kiinnitän huomiota veden käyttöön, roskien lajitteluun ja energian kulutukseen lomalla.

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = joihinkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = joihinkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

16. Ravintolassa suosin lähellä tuotettua ruokaa. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = joihinkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = joihinkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

17. Haluan tutustua paikalliseen elämäntapaan. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = joihinkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = joihinkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

18. Palveluita ja tuotteita ostaessa paikallisuus on tärkeää. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = joihinkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = joihinkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

19. Minulle on tärkeää, että yritys työllistää paikallisia. \*

Valitse mielipidettäsi parhaiten kuvaava vaihtoehto asteikolla 1-5.

(1 = täysin eri mieltä, 2 = joihinkin eri mieltä, 3= siltä väliltä, 4 = joihinkin samaa mieltä, 5= täysin samaa mieltä)

|                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

20. Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät vastuulliset valinnat matkailun kannalta?

Kirjoita vastaus

Lähetä