

Leirintämatkailututkimus 2015

– laskusuhdanne ei vaikuta matkailijoiden rahankäyttöön

Jirka Lehtonen



Tekijä Jirka Lehtonen	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Leirintämatkailututkimus 2015 – laskusuhdanne ei vaikuta matkailijoiden rahankäyttöön	Sivu- ja liitesivumäärä 62 + 13
<p>Matkailu on kasvava toimiala Suomessa. Vuonna 2013 matkailun kokonaiskäyttö Suomessa oli 14,4 miljardia euroa, ja matkailutoimialat muodostivat 2,5 prosenttia bruttokansantuotteesta. Vientiin rinnastettavat matkailutulot ovat kaksinkertaistuneet 2000-luvulla.</p> <p>Leirintäalueella tarkoitetaan aluetta, joka tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden majoittua matkailuautolla tai -vaunulla, mökissä tai telttapaikalla. Leirintäalueet tarjoavat asiakkailleen perusmukavuudet, kuten suihkut ja wc-tilat. Suomessa toimii noin 240 leirintäaluetta. Leirintäalueiden osuus yöpymisistä Suomessa on noin 10 prosentin luokkaa. Käyttöaste leirintäalueilla on noin 32 prosenttia, mikä on majoitusliikkeiden keskiarvon alle. Suomen Leirintäalueyhdistys toimii leirintäalueiden näkyvimpänä markkinoijana ja edunvalvojana.</p> <p>Vuonna 2013 toteutettiin laaja leirintämatkailututkimus. Tutkimuksessa selvitettiin leirintämatkailijoiden rahankäyttöä sekä vaikutusta paikkakunnan taloudelle. Tutkimuksessa selvitettiin myös leirintämatkailijoiden näkemyksiä alasta. Mukana tutkimuksessa olivat myös matkailuajoneuvokauppiat. Tulosten perusteella leirintämatkailijat käyttivät noin 200 euroa vuorokaudessa rahaa matkoillaan, ja koko matkan aikana noin 780 euroa.</p> <p>Vuonna 2015 tehty tutkimus oli jatkoa vuoden 2013 tutkimukselle. Tutkimus toteutettiin survey-tutkimuksena 19:lla eri leirintäalueella kesä- ja heinäkuussa. Siihen osallistui yhteensä 804 vastaajaa. Vastaaajista 79 prosenttia oli suomalaisia ja 21 prosenttia ulkomaalaisia. Tutkimuksessa selvitettiin kuinka paljon rahaa leirintämatkailijat käyttivät eri tuotteisiin ja palveluihin leirintämatkoillaan. Lisäksi selvitettiin, millaisia ovat matkaseurueet sekä matkustajat.</p> <p>Tulokset olivat positiivisia. Leirintämatkailijoiden rahankäyttö on lisääntynyt sekä matka pitentyneet. Tyypillinen leirintämatkailija on hyvätuloinen 35–65-vuotias mies tai nainen, joka matkustaa matkailuautolla. Matkaseurueeseen kuuluu kaikkein useimmiten kaksi aikuista ja yksi lapsi. Matkan aikana matkaseurue kuluttaa keskimäärin 225 euroa päivässä ja 990 euroa koko matkansa aikana. Matkan kesto on keskimäärin yhdeksän päivää, ja matkoja tehdään tyypillisesti yksi tai kaksi vuodessa, erityisesti kesäkuukausina. Eri palveluja ja tuotteita kulutetaan enemmän kuin aiemmin. Ainoastaan itse leirintäalueella käytävä rahasumma on pienentynyt. Ulkomaalaiset kuluttavat enemmän kuin suomalaiset, keskimäärin noin 1890 euroa matkansa aikana.</p> <p>Taloudellinen taantuma ei ole vaikuttanut leirintämatkailuun. Leirintämatkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset ovat merkittäviä. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää leirintäalueilla kehitys- ja markkinointityössä.</p> <p>Tutkimuksessa ei tutkittu kulutuksen syitä, vaan ainoastaan rahankäytön määrää. Jatkotutkimuksella voidaan selvittää, mistä rahankäytön kasvu johtuu.</p>	
Asiasanat Leirintä, leirintäalueet, leirintämatkailu, rahankäyttö	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomen matkailun nykytila.....	3
2.1	Matkailun tunnusluvut	3
2.2	Matkailun tiekartta 2015–2025	4
3	Leirintämatkailu	5
3.1	Leirintäalueet Suomessa.....	5
3.2	Suomen Leirintäalueyhdistys ja SF-Caravan ry.....	7
3.3	Leirintämatkailu Euroopassa	8
3.4	Leirintämatkailun haasteita.....	9
4	Leirintämatkailututkimus 2013.....	11
4.1	Leirintämatkailijoiden rahankäyttö	11
4.2	Leirintäalueyrittäjien näkemyksiä	12
5	Tutkimuksen kuvaus	14
5.1	Kyselylomake ja otanta	14
5.2	Aineiston keruu ja analysointi.....	17
6	Tutkimuksen tulokset.....	19
6.1	Toteutus.....	19
6.2	Leirintäalueiden sijainnit.....	19
6.3	Taustatiedot	22
6.4	Matkan tiedot	29
6.5	Palvelut ja niiden kehittäminen.....	40
6.6	Leirintämatkailijoiden rahankäyttö matkalla	42
6.7	Millainen on leirintämatkailija?.....	54
7	Pohdinta.....	56
7.1	Rahankäyttö leirintämatkoilla	56
7.2	Leirintämatkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset.....	56
7.3	Tutkimuksen hyödynnettävyys	57
7.4	Kehitysehdotukset ja tutkimuksen luotettavuus	57
7.5	Oman oppimisen arviointi.....	61
	Lähteet	63
	Liitteet.....	67

1 Johdanto

Vuonna 2013 ilmestyneessä leirintämatkailututkimuksessa selvitettiin suomalaisen leirintämatkailun tilaa. Tutkimuksessa selvitettiin niin leirintämatkailijoiden matkojen luonnetta kuin myös rahankäyttöä. Lisäksi tutkimuksessa selvitettiin matkailuajoneuvokaupan tilanetta sekä leirintäalueyrittäjien näkemyksiä leirintämatkailusta. Tuolloin saadut tulokset osoittivat, että leirintämatkailijoilla on merkittävä vaikutus paikallisesti alueen yrityksille. Juuri tämä piirre on leirintämatkailun merkittävydessä keskeistä. Leirintämatkailijoiden rahankäytöstä valtaosa suuntautuu leirintäalueen ulkopuolisiin tuotteisiin ja palveluihin. (Hänninen H., Jaakonaho K., Moilanen T. & Salmi, J. 2013, 4–7.)

Vuonna 2015 tutkimus sai jatkoa, kun leirintämatkailijoiden rahankäyttöä päätettiin selvittää uudestaan. Tutkimuksen toimeksiantajat Suomen Leirintäalueyhdistys ja SF-Caravan ovat keskeisesti leirintämatkailuun liittyviä järjestöjä. Suomen Leirintäalueyhdistys on suurin leirintäalueiden markkinointi- ja edunvalvontajärjestö Suomessa, ja siihen kuuluu noin 75 prosenttia kaikista Suomen leirintäalueista (Suomen Leirintäalueyhdistys 2015a). SF-Caravan edustaa matkailuautoharrastajia, niin sanottuja karavaanareita (SF-Caravan 2015a.) Yhdistykset tekevät tiivistä yhteistyötä. Molemmilla toimeksiantajilla oli kiinnostusta tietää, kuinka leirintämatkailijoiden rahankäyttö olisi muuttunut kolmessa vuodessa. Tämä opinnäytetyö on jatkotutkimus vuonna 2013 julkaistulle leirintämatkailijoiden rahankäyttöä selvittäneelle tutkimukselle. Tutkimus julkistettiin vuonna 2013, mutta sen tiedonkeruu tehtiin vuonna 2012. Tässä opinnäytetyössä tuosta tutkimuksesta puhutaan sen julkaisuvuoden mukaan. Vuoden 2015 tutkimuksen tavoitteena oli vastata kysymykseen, kuinka paljon leirintämatkailijat kuluttava rahaa? Tarkemmin haluttiin selvittää, mihin eri palveluihin ja tuotteisiin rahankäyttö kohdistuu, ja kuinka rahankäyttö on muuttunut vuoteen 2013 verrattuna.

Vuoden 2015 tutkimusta varten Suomen leirintäalueista valittiin 28 toimeksiantajien kokeimuksen mukaan vilkkainta leirintäaluetta. Kahdeksalla leirintäalueella tutkija toteutti haastatteluja, ja 20:lle leirintäalueelle kyselylomakkeet postitettiin. Tutkimusta varten haastateltiin satoja vastaajia eri puolella Suomea. Tutkimukseen osallistuivat niin kotimaiset kuin ulkomaalaiset leirintämatkailijat. Tällä haluttiin selvittää, onko kotimaisten ja ulkomaalaisten leirintämatkailijoiden rahankäytössä eroja. Tutkimus toteutettiin survey-tutkimuksena, ja haastattelut tehtiin kesä- ja heinäkuun aikana. Toimeksiantajien mukaan leirintämatkailukausi on vilkkaimmillaan juhannuksen jälkeen. Kyselylomake on nähtävillä raportin lopussa (liite 1).

Opinnäytetyön alussa on teoreettinen osuus. Teoreettisessa osuudessa esitellään Suomen matkailun nykytila lyhyesti tärkeimpien tunnuslukujen kautta. Toisessa teoriaosion luvussa keskitytään leirintämatkailuun, ja sen määritelmiin, ilmiöihin ja tärkeimpiin alan toimijoihin Suomessa. Kolmannessa teoriaosion luvussa käydään läpi ydinkohdat vuoden 2013 rahankäyttötutkimuksen sekä yrittäjille tehdyn kyselytutkimuksen tuloksista.

Teoriaosuutta seuraa empiirinen osio. Empiirisessä osiossa kuvataan ensiksi, kuinka tutkimus valmisteltiin ja toteutettiin. Opinnäytetyön kuudennessa luvussa esitellään toteutetun tutkimuksen tulokset rinnakkain vuoden 2013 tutkimustulosten kanssa. Opinnäytetyön päättää seitsemäs luku, joka on pohdinta. Pohdinnassa on esitettyä tärkeimmät tuloksista tehdyt johtopäätökset ja kehitysehdotukset. Pohdinnan päättää opinnäytetyön arviointi oppimisprosessina. Opinnäytetyön lopussa ovat lähdeluettelo sekä liitteet.

2 Suomen matkailun nykytila

Kotimaanmatkailu muodostaa 70 prosenttia kaikesta matkailusta Suomessa. Kasvupotentiaali on kuitenkin suurempi ulkomailta Suomeen suuntautuvassa matkailussa. Ulkomaalaisten matkailun arvioidaan kasvavan keskimäärin 4-5 prosentin vuosivauhtia. Ulkomaalaisten Suomeen jättämä raha rinnastuu vientituloihin, ja matkailu onkin ainoa vientiala, joka maksaa Suomeen arvonlisäveron. (Visit Finland.)

Suomelle merkittävimmät ulkomaalaisten matkailijoiden lähtömaat ovat Venäjä, Ruotsi, Saksa ja muu Keski-Eurooppa, Iso-Britannia sekä kasvavana alueena Aasia, erityisesti Kiina ja Intia. Hyvästä kasvuennusteesta huolimatta matkailu ei välttämättä kasva joka vuosi 4-5 prosentin vauhtia. Taloustaantumia, luonnonkatastrofit tai muut ulkoiset tekijät vaikuttavat matkailuun, ja kasvu voi notkahtaa. (Visit Finland.)

2.1 Matkailun tunnusluvut

Suomen matkailu on kasvanut 2000-luvulla voimakkaasti. Vientiin rinnastettava matkailutulo on jopa kaksinkertaistunut 2000-luvulla, ja oli vuonna 2013 yhteensä 4,43 miljardia euroa. Huomionarvoista on, että luku on suurempi kuin kaikki korkean teknologian vienti yhteensä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a.)

Matkailun kokonaiskysyntä Suomessa oli 14,4 miljardia euroa vuonna 2013. Pelkästään vuosien 2007–2013 välillä kasvua oli 31 prosenttia, ja matkailutoimialat muodostavat tällä hetkellä 2,5 prosenttia Suomen bruttokansantuotteesta. Vertailun vuoksi lukema on kaksi kertaa enemmän kuin maa- ja metsätalouden ja puolitoista kertaa enemmän kuin elintarviketeollisuuden osuus bruttokansantuotteesta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a.) Työ- ja elinkeinoministeriö (2015b, 2) on arvioinut, että matkailutulon on mahdollista kasvaa jopa 20 miljardiin euroon vuoteen 2025 mennessä.

Lähivuosien voimakkaasta kasvusta kertovat myös alan yritysten ja työntekijöiden kasvanut määrä. Suomessa on noin 27 000 matkailualan yritystä, ja vuosien 2007–2013 välillä uusia yrityksiä syntyi noin 1000 kappaletta vuodessa. Vuonna 2013 matkailuala työllisti yhteensä 140 000 työntekijää. Vuosien 2007–2013 välillä työvoiman määrä kasvoi seitsemän prosenttia. Erityistä on, että nuorten osuus alan työntekijöistä on 30 prosenttia. Matkailualan yritysten merkitys on erityisen suuri syrjäisillä alueilla, sillä matkailualan yritykset työllistävät myös muiden alojen osaajia. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a.) Matkailun aluepoliittisesta vaikutuksesta kertoo myös se, että moni syrjäisempi seutu elää ja kukoistaa juuri matkailun vuoksi (Visit Finland).

Matkailualan kasvuvauhti on hiipunut Suomessa taantumasta johtuen. Epävakaa kansainvälinen taloustilanne hidastaa kasvua. Lisäksi asiakkaiden vaatimustaso on kasvanut. Muuttuneita vaatimuksia vastaamaan tarvitaan kokonaisvaltaisia ja laadukkaita elämyksiä tuottavia, yhteistyötä tekeviä tahoja. Matkailun kasvun kannalta kriittistä on kansainvälisen matkailijamäärän sekä kulutuksen lisääntyminen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 2).

2.2 Matkailun tiekartta 2015–2025

Vuonna 2014 toteutettiin työ- ja elinkeinoministeriön johtama matkailun kärkihanke, jossa tarkoituksena oli löytää uusia keinoja kiihdyttää matkailuelinkeinon kasvua ja varmistaa toimintaympäristön kilpailukykyisyys. Hankkeeseen osallistui yli 700 eri matkailuelinkeinon ja alueiden edustajaa. Näiden edustajien tärkeimpien näkemysten pohjalta syntyi Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta vuosille 2015–2025. Tiekartan teemana on ”Yhdessä enemmän”. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 2.)

Matkailun tiekartassa tavoitteeksi on asetettu Suomen nostaminen Pohjoismaiden ykkös-matkailukohteeksi. Tiekartan visiossa ”vuonna 2025 omaperäinen ja uteliaisuutta herättävä Suomi on Pohjois-Euroopan ykkösmatkailukohde, asiakkaiden ensimmäinen valinta”, ja missio vuodelle 2025 ”matkailukysyntä on 20 miljardia euroa, ala tuo vaurautta ja hyvinvointia ja työllistää koko Suomessa”. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 16.) Tavoitetta voi pitää kunnianhimoisena, kun verrataan esimerkiksi ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä Suomen ja Ruotsin välillä. Vuonna 2014 Suomessa kirjattiin yhteensä 5,7 miljoonaa ulkomaisten yöpymistä, kun vastaava luku Ruotsissa oli 10,8 miljoonaa yöpymistä, eli lähes kaksi kertaa enemmän (Tilastokeskus 2015; Tillväxtverket 2015, 8).

Strategia tukee visiota ja missiota. Matkailun tiekartan teema on ”Yhdessä enemmän”, joka näkyy myös strategisissa painopisteissä. Strategian painopisteet ovat:

1. Matkailukeskusten ja yritysverkostojen teemapohjaisen yhteistyön vahvistaminen sekä uudet avaukset tuotekehityksessä, myynissä ja markkinoinnissa
2. Kilpailukykyisen ja monipuolisen tarjonnan kehittäminen matkailun ja muiden alojen rajapinnoista
3. Markkinointitoimenpiteiden vaikuttavuuden lisääminen ja tuotteiden helppo ostettavuus
4. Kasvua ja uudistumista tukevan, kilpailukykyisen matkailutoimintaympäristön varmistaminen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b, 2.)

Koska Matkailun tiekartan laatimiseen osallistui useita elinkeinon edustajia, strategiset painopisteet kuvastavat hyvin niitä toimia, joita elinkeinonharjoittajat kokevat tärkeiksi suomalaisen matkailutoimialan kannalta. Painopisteet voidaan nähdä myös sellaisina osa-alueina, jotka elinkeino kokee heikoiksi, ja niihin tulee panostaa lisää.

3 Leirintämatkailu

Leirintämatkailu on yksi matkailun muodoista, jonka keskiössä ovat erityisesti leirintäalueet. Leirintäalue on määritelty Suomessa lain sekä Tilastokeskuksen toimesta. Suomessa leirintämatkailun tärkeitä toimijoita ovat erityisesti Suomen Leirintäalueyhdistys ja SF-Caravan. Leirintämatkailu on merkittävä toimiala myös muualla Euroopassa.

3.1 Leirintäalueet Suomessa

Vuonna 2014 Suomessa toimi yhteensä 243 leirintäaluetta. Yhteenlaskettuna näissä leirintäalueissa on 2991 huonetta, 11 476 vuodetta sekä 16 275 matkailuvaunujen ja -autojen sähköliitäntäpaikkaa. 82 leirintäaluetta 243:sta on auki ympäri vuoden. Loput 161 ovat auki vain osan vuodesta, pääsääntöisesti touko-elokuun välille ajoittuvalla ajanjaksolla. (Tilastokeskus 2015, 18–19.)

Alla oleva on Tilastokeskuksen (2008) toimialaluokituksessa esiintyvä määritelmä leirintäalueesta.

Liikkeet, jotka tarjoavat asiakkaalleen leirintäpaikan sekä perusmukavuudet kuten käymälät ja suihkut. Asiakkaat leiriytyvät esim. teltassa tai asuntovaunussa. Leirintäalueella saattaa olla asiakkaille tarjolla myös mökkejä yöpymistä varten.

Suomen lainsäädännössä leirintäalue on määritelty hieman eri tavalla kuin Tilastokeskuksen toimialaluokituksessa. Uudistettu ulkoilulaki 22.12.1994/1343 määrittää leirintäalueen alla olevalla tavalla.

Leirintäalueella tarkoitetaan tässä laissa aluetta, jolla majoitutaan tilapäisesti ja yleensä vapaa-aikana leirintämökkiin, teltaan, matkailuperävaunuun tai matkailuajoneuvoon ja jolla on yhteensä vähintään 25 leirintämökkiä taikka teltalle, matkailuperävaunulle tai matkailuajoneuvolle varattua paikkaa. Alue, jolla on vähintään 10 leirintämökkiä, on kuitenkin aina leirintäalue.

Lisäksi ulkoilulain (1343/1994) 3 luvun 25 pykälän 1 momentissa tilapäinen leirintäalue on alla olevan määritelmän mukainen.

Alue, jolle on tarkoitus enintään 14 vuorokauden ajaksi majoittaa telttoihin tai enintään tämän ajan siellä pidettäviin matkailuperävaunuihin tai matkailuajoneuvoihin yli 100 henkilöä, on tilapäinen leirintäalue.

Suomen lainsäädännössä leirintäalueita eivät ole sellaiset alueet, joilla on alle 25 teltalle, matkailuperävaunulle tai matkailuajoneuville varattua paikkaa. Mikäli tällaisia alueita on, ne voivat olla maankäyttö- ja rakennuslain 126 §:n säännösten alaisia. Näissä säännöksissä määritellään toimenpideluvanvaraisista toimenpiteistä. Esimerkiksi asuntovaunun pitämisestä paikallaan tavanomaiseen retkeilyyn liittymättömässä tarkoituksessa on säädetty. (Ympäristöministeriö 2013, 11.)

Vuonna 2012 leirintämatkailualan (leirintämatkailutulot ja matkailuajoneuvokauppa) liikevaihto oli 353 miljoonaa euroa. Tästä summasta noin 145 miljoonaa euroa oli leirintämatkailijoiden rahankäyttöä ja matkailuajoneuvoalan liikevaihtona noin 207 miljoonaa euroa. Lisäksi leirintämatkailualan aikaansaamat verotulot valtiolle vuonna 2012 olivat yhteensä 76 miljoonaa euroa. (Hänninen ym. 2013, 3.)

Vuonna 2013 ilmestyneen selvityksen mukaan leirintämatkailuala työllisti vuonna 2012 yhteensä 2243 henkilötyövuotta. Leirintäalueet luovat paikkakunnalle lisää työpaikkoja. Suurilta osin työllisyysvaikutus syntyy leirintäalueen ulkopuolella. Itse leirintäalueella työskentelee keskimäärin 8 henkilöä, ja leirintäalueen tuoman matkailutulon välitön työllisyysvaikutus on keskimäärin 12 henkilötyövuotta ja kokonaisvaikutus 17 henkilötyövuotta. Selvityksen mukaan leirintämatkailualan vahvuus onkin juuri sen työllistävä vaikutus, sillä töiden automatisointi on rajallista ja töiden siirtäminen ulkomaille merkittävässä määrin ei ole mahdollista. (Hänninen ym. 2013, 1, 4–5.)

Vuonna 2012 koko Suomessa rekisteröitiin yhteensä 20 317 582 yöpymistä kaikissa majoitusliikkeissä (Tilastokeskus 2013a). Näistä yöpymisistä 2 011 081 yötä eli 9,9 prosenttia rekisteröitiin leirintäalueilla (Hänninen ym. 2013, 3). Hännisen ym. (2013, 3) selvityksen mukaan suurin osa leirintäalueilla rekisteröidyistä majoittumisista on kotimaisten matkailijoiden tekemiä, joskin ulkomaalaisten majoitusten todetaan olevan kasvussa.

Majoituksen käyttöastetta mitattaessa leirintäalueet jäävät selkeästi alle kaikkien majoitusliikkeiden keskiarvon, kuten on nähtävissä kuvasta 1. Vuonna 2014 kaikkien majoitusliikkeiden huoneiden käyttöaste oli 47,8 prosenttia, kun leirintäalueiden osalta se oli 31,7 prosenttia. Vuoteen 2013 verrattuna kaikkien majoitusliikkeiden käyttöaste oli noussut 0,2 prosenttiyksikköä, mutta leirintäalueiden käyttöaste laski 3,6 prosenttiyksikköä. Vuoden 2012 huonekäyttöaste oli kaikkien majoitusliikkeiden osalta 49,1 prosenttia ja leirintäalueiden osalta 32,9 prosenttia (Tilastokeskus 2015, 18; Tilastokeskus 2013b.) On kuitenkin huomioitava, että Tilastokeskuksen tilastossa majoitusliikkeiden kapasiteetista ja sen käytöstä toimialoittain on mukana vain 136 leirintäaluetta, kun koko maassa leirintäalueita toimii kokonaisuudessaan yhteensä 243.



Kuvio 1. Kaikkien majoitusliikkeiden ja leirintäalueiden käyttöasteet

Suomen Leirintäalueyhdistys ylläpitää leirintäalueluokitusta Suomessa. Leirintäalueluokitus on laadunvalvontajärjestelmä, jonka tarkoitus on ylläpitää ja kehittää leirintäalueita viihtyisämmiksi sekä parantaa niiden tasoa Suomessa. Luokitus on viisiportainen (1–5 tähteä). Laatuvaatimukset on toteutettu yhdessä asiakkaiden ja palvelun tuottajien ajatuksia kuullen, huomioiden Pohjoismainen yhdenmukaisuus sekä kansalliset erityispiirteet. Tällaisena erityispiirteenä voidaan pitää esimerkiksi saunaa. (Suomen Leirintäalueyhdistys 2015a.)

Vuonna 2015 Suomessa on yhteensä 66 laatuluokiteltua leirintäaluetta. Näistä viisi leirintäaluetta on luokiteltu parhaalla mahdollisella tavalla, eli viiden tähden leirintäalueeksi. (Suomen Leirintäalueyhdistys 2015a.) On kuitenkin huomioitava, että laadunvalvontajärjestelmä on Suomen Leirintäalueyhdistyksen oma väline, eikä sen piirissä näin ollen ole ollenkaan ne leirintäalueet, jotka eivät kuulu Suomen Leirintäalueyhdistykseen. Leirintäalueiden tähtijärjestelmä on poikkeuksellinen, sillä esimerkiksi hotellien tähtijärjestelmä ei ole käytössä Suomessa (Hotrec 2011).

3.2 Suomen Leirintäalueyhdistys ja SF-Caravan ry

Suomen Leirintäalueyhdistys (SLY) on Suomessa toimiva leirintäalueiden sekä lomakylämarkkinointi- ja edunvalvontajärjestö. Yhdistyksen näkyvimpiä tehtäviä on leirintäalueiden ja lomakylämarkkinointi, ja erityisesti camping.fi-sivuston ylläpito. Camping.fi-sivusto on portaali, joka mahdollistaa tutustumisen ja varausten tekemisen Suomen leirintäalueisiin ja lomakyläihin. Lisäksi yhdistys julkaisee Camping in Finland -esitettä. Yhdistyksen tehtävä on toimia yhteistyössä matkailualan tärkeimpien organisaatioiden kanssa, esimer-

kiksi Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n sekä Nordisk Campgårdin. SLY on jäsenenä EU:n alueella toimivassa leirintäalueiden katto-organisaatio EFCO:ssa (European Federation of Campingsite Organisations). (Suomen Leirintäalueyhdistys 2015b.)

Suomen Leirintäalueyhdistyksessä on noin 150 jäsenaluetta läpi Suomen. Yhdistyksen jäsenalueilla on yhteensä 28 000 caravan- ja telttapaikkaa, 15 300 vuodepaikkaa ja 3500 mökkiä. Jäsenalueiden markkinaosuus kaikista Suomessa tehtävistä leirintäalueyöpymisistä on 75 prosenttia. (Suomen Leirintäalueyhdistys 2015b.)

SF-Caravan ry. on suomalainen leirintämatkailun valtakunnallinen keskusliitto, joka toimii edunvalvojana karavaanareille ja leirintämatkailijoille, sekä näiden muodostamille yhdistyksille. Liittoon voivat kuulua myös liiton tarkoitusta tukevat yritykset ja muut yhdistykset. (SF-Caravan 2015a.) Liittoon kuuluu yhteensä 75 jäsenyhdistystä ympäri Suomen, ja olakseen SF-Caravanin jäsen, on kuuluttava johonkin jäsenyhdistykseen (SF-Caravan 2015b). Vuodelle 2016 asetettu jäsenmäärätavoite on 65 000 jäsentä (SF-Caravan 2015c).

Viime vuosina SF-Caravanin jäsenmäärä on ollut lievässä kasvussa. Samaan aikaan myös matkailuajoneuvojen kokonaismäärä on kasvanut. Yleinen taloudellinen tilanne on hidastanut ajoneuvokauppaa, joka heijastuu jossain määrin keskusliiton jäsenmäärään sekä toimintamahdollisuuksiin. Sen lisäksi erilaiset ulkoiset tekijät kuten matkailun turvallisuus, ympäristön muutokset ja matkailupalveluiden verotus, vaikuttavat leirintämatkailun yleiseen kehitykseen. (SF-Caravan 2015c.)

Toimintasuunnitelmassaan aikavälille 2015–2016 SF-Caravan ilmaisee suurimmaksi huolenaiheekseen uusien matkailuajoneuvojen käyttäjien järjestäytymisasteen laskemisen. Erityisesti vuonna 2016 järjestö pyrkii erilaisilla toimilla, mm. sääntömuutoksin ja tapahtumin, helpottamaan matkailuajoneuvon käyttäjien järjestäytymistä. Järjestö kannustaa uusia käyttäjiä perustamaan uusia jäsenyhdistyksiä. Uudet kuluttajat ja muutos heidän käytöksessään verrattuna vanhoihin tulee järjestön mukaan huomioida tarjoamalla esimerkiksi enemmän matkailupalveluiden sekä -ajoneuvojen vuokrausmahdollisuutta. (SF-Caravan 2015c.)

3.3 Leirintämatkailu Euroopassa

Vuonna 2013 EU-maiden leirintäalueilla kirjattiin yhteensä noin 364 miljoonaa yöpymistä. Huomattavasti eniten yöpymisiä on kirjattu Ranskassa, ja sen jälkeen Italiassa sekä Alankomaissa. Yöpymisten lukumäärän perusteella leirintämatkailu näyttää olevan suosituinta

juuri Keski-Euroopassa. Pohjoismaista eniten yöpymisiä tapahtui Ruotsissa. Sekä Tanskassa että Norjassa kirjattiin myös huomattavasti enemmän leirintäalueyöpymisiä kuin Suomessa. (Eurostat 2015.)

Leirintämatkailusta ja sen taloudellisista vaikutuksista on yhä vähän tietoa saatavilla. Vuosien 2007 ja 2008 aikana saksalainen Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Tourismusforschung (dwif) yhdessä European Caravan Federationin (EFC) kanssa selvittivät leirintämatkailun markkinoita 22 Euroopan valtiossa. Dwif:n (2009) mukaan leirintämatkailumarkkinan koko näillä alueilla on yhteensä 15,93 miljardia euroa. Luku pitää sisälleen leirintäaluevierailut, leirintämatkat ja matkailuautokaupanmarkkinat.

Hintatasoltaan suomalaiset leirintäalueet ovat monia eurooppalaisia alueita halvempia. ADAC:n ja SLY:n selvityksen mukaan (2012, teoksessa Hänninen ym. 2013, 32) vuorokausihinta suomalaisella leirintäalueella oli noin 26,20 euroa, mikä on kolmanneksi vähiten 13 eurooppalaisen maan joukosta. Alhaisin vuorokausihinta oli Puolassa (20,00 euroa) ja korkein Italiassa (44,60 euroa).

3.4 Leirintämatkailun haasteita

Holloway & Humphreys (2012, 57) esittävät, että niin sanottu yksityinen leirintämatkailu ei hyödytä vierailualueita yhtä paljon kuin muut matkailumuodot. Tämä perustuu ajatukseen siitä, että erityisesti karavaanarit tuovat mukanaan omat ruokansa ja tarvikkeensa, jolloin rahaa ei käytetä matkan aikana yhtä paljon.

Muita leirintämatkailun haittoja ovat liikennehaitat. Matkailuautoilla sekä -vaunuilla on taipumus alhaisempia nopeusrajoitusten takia aiheuttaa erityisesti kesäaikana liikenneruuhkia. (Holloway ym. 2012, 57.) Kyse on kuitenkin pikemmin pienistä ja paikallisista ilmiöistä kuin säännöllisesti tapahtumasta. Laajamittaiselle ruuhkien aiheuttamiselle ei löydy tieteellistä tai tilastoitua tukea. Yhtenä haittana Holloway ym. (2012, 57) mainitsevat näköhaitat, joita matkailuautot aiheuttavat. Tämä haitta lienee kuitenkin lähinnä subjektiivinen kokemus.

Ympäristön kannalta ajateltuna yksityisautoilu ei ole paras mahdollinen vaihtoehto. Hännisen ym. (2013, 41) mukaan yhteensä 97 prosenttia leirintämatkoista tehtiin vuonna 2013 joko matkailuautolla tai henkilöautolla. Suomessa liikenne, ja erityisesti tieliikenne, muodostaa viidenneksen kaikista kasvihuonekaasupäästöistä (Trafi).

Raskaampia ja suurempipäästöisiä ajoneuvoja verotetaan Suomessa kovemmin, millä on pyrkimys vähentää kasvihuonekaasupäästöjä sekä ohjata liikennettä ympäristöystävällisempään suuntaan (Trafi). Tämä luo haasteita myös leirintämatkailualalle, sillä kuten todettua, suuri osa matkoista tehdään autolla. Erityisesti matkailuajoneuvoihin kohdistuu muutospainetta. Matkailuautoja on muutettava ympäristöystävällisempään suuntaan, jotta matkailumuoto ei kallistu kohtuuttomasti. Tilanne on kuitenkin hankala, sillä vaikka matkailuautoja tulisi keventää ja kulutusta pienentää, ovat ostajien toiveet yleensä päinvastaisia. Ajoneuvoilta toivotaan hyvää suorituskykyä, mukavuutta sekä tilaa. (Viitanen 2013).

4 Leirintämatkailututkimus 2013

Kotimaisten leirintämatkailijoiden rahankäyttöä on selvitetty viimeksi vuonna 2013. Tuoloin Suomen Leirintäalueyhdistys, Matkailuajoneuvotuoja ry sekä SF-Caravan tuottivat tutkimuksen Suomen leirintämatkailualan sekä matkailuajoneuvokaupan luonteesta ja rakenteesta. (Hänninen ym. 2015, 5). Tutkimus on julkaistu vuonna 2013, mutta leirintämatkailijoiden rahankäyttöä koskevat tiedot on kerätty kesällä 2012. Tässä työssä puhutaan tutkimuksesta sen julkaisuvuoden mukaan.

Osana tutkimusta selvitettiin myös leirintämatkailijoiden rahankäyttöä. Vuoden 2013 tuloksia on vertailtu tarkemmin vuoden 2015 tuloksiin tämän työn luvussa 6.

4.1 Leirintämatkailijoiden rahankäyttö

Tutkimuksen mukaan leirintämatkailija on tyypillisesti keski-ikäinen nainen, joka matkustaa puolisonsa tai perheen kanssa. Hän on hyvätuloinen, ja kotitaloudessa tienataan selkeästi yli suomalaisen keskiarvon (48 000 euroa / vuosi). Tutkimustulosten perusteella mitä suurempituloisempi leirintämatkailija on, sitä enemmän hän myös kuluttaa rahaa matkallaan. (Hänninen ym. 2013, 52, 54.)

Saman selvityksen perusteella leirintäalueella majoittuva seurue käyttää rahaa keskimäärin 201 euroa vuorokaudessa vierailupaikkakunnalla. Koko matkan aikana rahaa kuluu selvityksen mukaan seurueilla 783 euroa. Merkittävää on, että suurin osa rahasta kuluu nimenomaan leirintäalueiden ulkopuolella. Yksi leirintämatkailija käyttää vuorokaudessa keskimäärin 42 euroa leirintäalueen ulkopuolisiin palveluihin. Leirintämatkailijoista hyötyvät monenlaiset toimijat vierailupaikkakunnalla. Eniten rahaa kulutetaan selvityksen mukaan ruokaan ja elintarvikkeisiin, ravintoloihin ja kahviloihin sekä polttoaineen ja nestekaasun ostamiseen. (Hänninen ym. 2013, 54.) Kuvaan 1 on koottu tiivistetty luonnehdinta tyypillisestä matkaseurueesta vuoden 2013 tietojen pohjalta.

Leirintämatkailijoiden matkat kestivät vuonna 2013 useimmiten 1–6 vuorokautta. Matkan aikana viipymä yhdellä alueella oli kahdessa kolmesta tapauksesta yksi tai kaksi vuorokautta. (Hänninen ym. 2013, 42.) Leirintämatkailijat vierailevat matkansa aikana useammalla paikkakunnalla, jolloin matkat hyödyttävät useampaa laajempaa aluetta kuin vain yhtä paikkakuntaa. Ruokatarvikkeet saatetaan ostaa yhdeltä paikkakunnalta, polttoaine toiselta ja kolmannella paikkakunnalla mahdollisesti vieraillaan jossakin tapahtumassa.



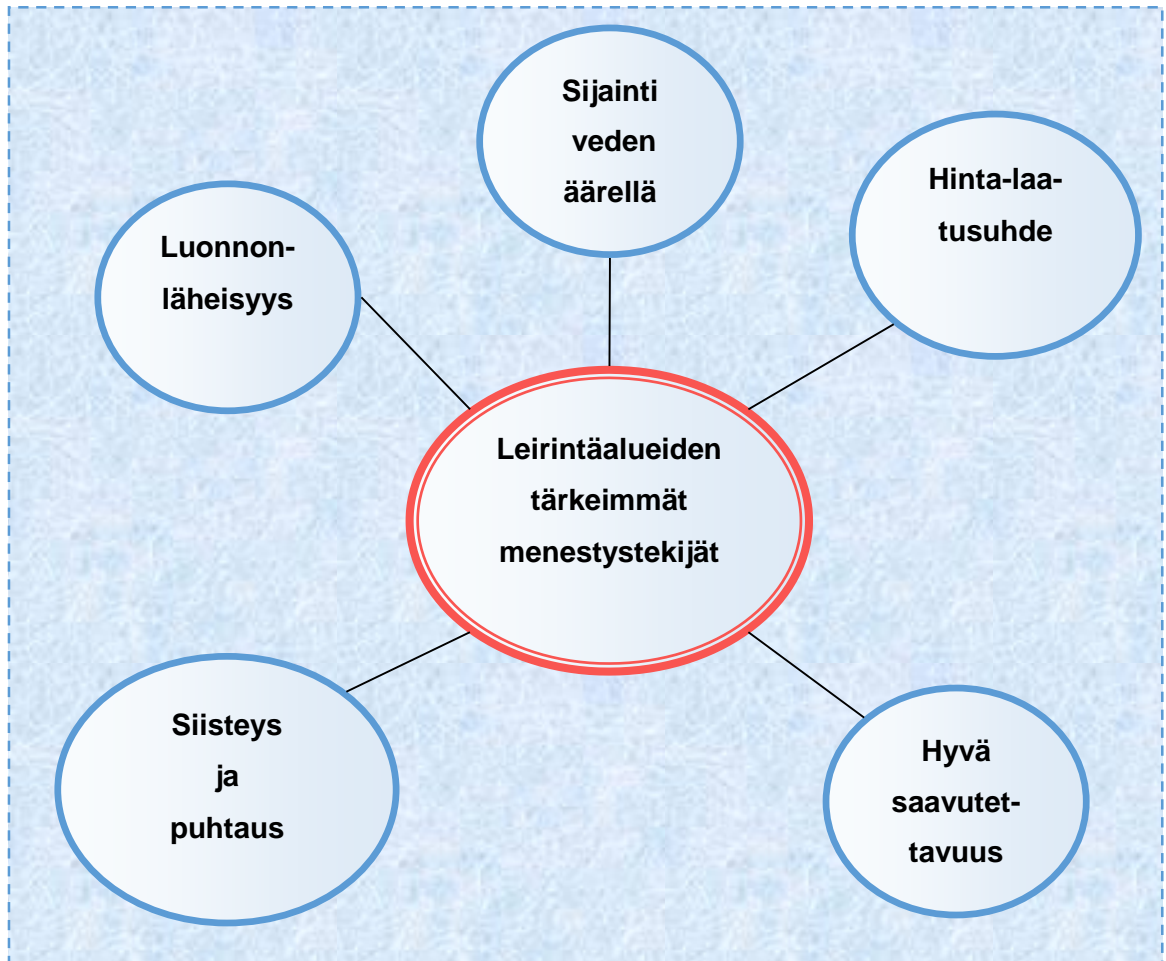
Kuva 1. Matkaseurueista vuonna 2013

4.2 Leirintäalueyrittäjien näkemyksiä

Leirintäaluekysely tehtiin vuonna 2013 myös suomalaisille leirintäalueyrittäjille. Kyselyllä selvitettiin yrittäjien näkemyksiä suomalaisesta leirintämatkailusta, ennen kaikkea leirintäalueista.

Suurinta osaa suomalaisista leirintäalueista pyörittää yksityinen yrittäjä kunnalta vuokratulla maa-alueella. Leirintäalueilla olevien rakennusten omistus jakautuu melko lailla tasan yrittäjien ja kuntien välillä. Yrittäjät kokevat, että kunnat osallistuvat heikosti leirintäalueiden kehittämiseen taloudellisesti. Yrittäjät ovat kuitenkin pääsääntöisesti sitä mieltä, että vastuu kehittämisestä on heillä itsellään. Suurin osa yrittäjistä pyrkii kehittämään toimintaansa asiakaslähtöisesti. (Hänninen ym. 2013, 68–70.)

Yrittäjät nimeävät leirintäalueiden tärkeimmiksi menestystekijöiksi (kuva 2) sijainnin veden äärellä, korkean siisteystason, luonnonläheisyyden, hinta-laatusuhteen sekä sijainnin hyvien liikenneyhteyksien varrella (Hänninen ym. 2013, 72). Huolimatta siitä, että sijainti veden äärellä ja luonnon läheisyys arvioitiin korkealle, oli ympäristön huomioiminen ja ekologisuus vasta 13. tärkein menestystekijä yrittäjien mielestä. Asia näyttäytyy ristiriitaisena, kun ajatellaan, että luonnonolosuhteet luovat tärkeimmät menestystekijät, mutta niiden huomioimista ei pidetä tärkeänä.



Kuva 2. Leirintäalueiden tärkeimmät menestystekijät yrittäjien mukaan.

Lyhyt sesonki ja oheispalveluiden puute on mainittu jo vuonna 2003 Ympäristöministeriön tekemässä selvityksessä leirintäalueyrittäjien toimesta keskeisinä ongelmakohtina. Samat ongelmakohdat mainittiin edelleen vuonna 2013. Investoinneista kysyttäessä vuonna 2013 kuitenkin vain noin yksi kolmasosa leirintäalueista oli viimeisen kolmen vuoden aikana investoinut ohjelmalveluihin. Hieman useampi, 40 prosenttia, kertoi investoineensa palvelutarjontaan yleisesti. Sisämajoituskapasiteetin lisäämisen, joka voisi pidentää leirintäkautta, oli investoinut vain noin yksi viidesosa yrittäjistä. (Hänninen ym. 2013, 67, 71; Ympäristöministeriö 2003, 8.)

Yrittäjät näkivät, että leirintäalueiden kannattavuutta voitaisiin parantaa entisestään panostamalla tilojen ja rakennusten nykyaikaistamiseen sekä palveluiden ja palvelutason ajanmukaistamiseen. Myös asiakkaiden tarpeiden parempi ymmärtäminen nähtiin tärkeänä. Leirintäalueista 80 prosenttia oli voittoa tuottavia vuonna 2012. Vuoteen 2002 verrattuna käyttökate on kuitenkin pudonnut 33 prosentista 24,9 prosenttiin. (Hänninen ym. 2013, 66, 73; Ympäristöministeriö 2003, 26.)

5 Tutkimuksen kuvaus

Empiirisellä tutkimuksella tarkoitetaan käytännön tavoitteisiin pyrkivää tiedon etsintää (Holopainen & Pulkkinen 2004, 17). Empiirisessä tutkimuksessa pyritään yksittäistapausten perusteella löytämään säännönmukaisuuksia (Valli 2015, 16). Empiiriset tutkimukset voidaan karkeasti jakaa kahteen eri tyyppiin, kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen sekä kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen (Holopainen ym. 2004, 18). Määrällistä tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Määrällisessä tutkimuksessa tutkimusaineistoa käsitellään numeroin erilaisilla matemaattisilla toimenpiteillä, ja tilastoissa esiintyvä tieto, eli tulokset, esitetään taulukoiden tai kuvioiden muodossa. Määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen tekemisessä hyödynnetään tilastotieteen menetelmiä monilta osin muun muassa aineiston keräämiseen sekä johtopäätösten tekemiseen. (Valli 2015, 15–16.)

Määrällisessä tutkimuksessa argumentoidaan luvuilla. Luvut ovat kuitenkin pelkkiä merkkejä, joita luetaan. On väärin luulla, että luvut itsessään olisivat tutkimuksen tuloksia. Tärkeintä on ymmärtää, mitä luvut tutkittavasta ilmiöstä kertovat. Johtopäätökset ovat tuloksia. (Töttö 2012, 71.)

Leirintäalueiden rahankäyttötutkimus 2015 tehtiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää hyödyntäen. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää määriä ja prosenttiosuuksia leirintämatkailijoiden rahankäytöstä vuonna 2015 Suomen leirintäalueilla. Rahankäyttöä oli selvitetty aiemmin vuonna 2013. Tuolloin käytettyä kyselylomaketta parannettiin silloin teytyjen havaintojen pohjalta. Kysymysten avulla selvitettiin leirintämatkailijoiden rahankäytön kohdistumista eri tuotteisiin ja palveluihin. Kyselyn vastauksia verrattiin vuoden 2013 vastaaviin. Tämän takia oli tärkeää, että tutkimus toteutettiin samalla tavalla kuin tuolloin, jotta tulokset olisivat mahdollisimman vertailukelpoisia.

5.1 Kyselylomake ja otanta

Tilastollisen tutkimuksen aineisto kerätään useimmiten kyselylomaketta käyttäen. Holopaisen ym. (2004, 39) mukaan kyselylomakkeen tärkein tehtävä on muuntaa tutkijan tiedontarve kysymyksiksi, joihin vastaaja on kyvykäs ja halukas vastaamaan. Lisäksi lomakkeen tarkoitus on minimoida vastaajan ponnistelut, ja tehdä vastaamisesta helppoa. Valli (2015, 44) mainitsee kyselylomakkeen hyväksi puoliksi tutkimuksen luotettavuuden parantumisen; kyselylomakkeella esitetty kysymys on kaikille vastaajille täsmälleen samanlainen, eikä kysymykseen vaikuta tutkijan eleet, äänenpainot tai puhetyyli. Tämä parantaa tutkimuksen reliabiliteettia.

Kyselylomakkeen laatimisessa tulee olla huolellinen, sillä se on perusta tutkimuksen onnistumiselle. Mikäli tutkija ja vastaaja eivät ajattele samalla tavalla kysymyksistä, tulokset vääristyvät. Kysymysten muoto aiheuttaakin useimmiten virheitä tuloksiin. Kysymykset tulee rakentaa tutkimusongelman mukaisesti. Tutkimusongelma määrittelee kysymykset, ei toisinpäin. (Valli 2015, 42.) Kyselomakkeen rakentaminen on jatkuva prosessi: lomaketta testataan ja muokataan, kunnes se vastaa haluttua eikä korjattavaa enää ole (Holopainen ym. 2004, 40).

Tutkimus toteutettiin survey-tutkimuksena. Survey-tutkimus on tutkimus, joka perustuu tutkimusaineiston keräämiseen valmiiksi jäsennellyä kyselylomaketta käyttäen (Holopainen ym. 2004, 19). Kyselylomakkeessa oli yhteensä 28 kysymystä. Kyselylomake oli pitkälti samanlainen kuin vuonna 2013, jolloin vastausten vertailu pysyi mahdollisena. Ainoastaan muutama kysymys lisättiin, ja osaa kysymyksistä tarkennettiin. Kyselylomakkeessa kysymykset oli jaettu neljään eri osioon: taustatiedot, matkan tiedot, palvelut ja leirintäalueiden kehittäminen sekä aktiviteetit ja rahankäyttö. Kyselylomake on liitteenä raportin lopussa (liite 1). Lomakkeen lopussa vastaajilla oli mahdollisuus jättää yhteystietonsa, mikäli he halusivat osallistua risteilyarvontaan. Arvonnan tarkoituksena oli houkutella ihmisiä osallistumaan tutkimukseen.

Kyselylomakkeen muokkaaminen aloitettiin keväällä 2015. Kevään aikana käytiin läpi ne kysymykset, jotka eivät olleet kokemuksen mukaan toimineet tarpeeksi hyvin vuonna 2013. Näitä kysymyksiä tarkennettiin. Tutkimuksen toimeksiantajan, Suomen Leirintäalueyhdistyksen, toiveesta kyselylomakkeeseen myös lisättiin muutama kysymys. Uudet kysymykset koskivat leirintäalueiden kehittämistä sekä palveluita. Kysymykset olivat ”Mitä tai millaisia palveluita haluaisitte leirintäalueille? sellaisia, joita ei ole vielä tarjolla”, ”Näettekö itsenne potentiaalisena leirintämatkailun harrastajana lähitulevaisuudessa?” sekä ”Miten leirintäalueita pitäisi mielestänne kehittää?”. Lisäksi vuodesta 2013 poiketen vastaajilta kysyttiin taustatiedoissa, pitävätkö he itseään leirintämatkailun osana harrastajina, satunnaisina kokeilijoina vai jonakin muuna sekä miksi vastaajat harrastavat leirintämatkailua. Osioon, jossa tiedusteltiin matkan tietoja, lisättiin kysymys koskien vastaajien aikomusta tehdä samanlainen matka myös ensi vuonna.

Vuonna 2013 selvityksen kyselylomake oli pelkästään suomeksi, jolloin ulkomaalaiset leirintämatkailijat jäivät kyselyn ulkopuolelle. Nyt kyselylomake käännettiin myös englanniksi, jolloin mahdolliset ulkomaalaiset matkailijat pystyivät ottamaan osaa tutkimukseen. Etukäteen tiedettiin, että leirintäalueilla on ulkomaalaisia matkailijoita, vaikkakin huomattavasti vähemmän kuin kotimaisia.

Kyselylomaketta laadittaessa pohdittiin myös mahdollisuutta toteuttaa haastattelut taulutietokonetta eli tablettia käyttäen. Ajatuksesta kuitenkin luovuttiin, jotta välttyttiin mahdollisilta teknisiltä ongelmilta, ja jotta haastattelut toteutettaisiin samalla tavalla jokaisella alueella. Paperinen kyselylomake oli myös mahdollista jättää asiakkaalle, joka saattoi sitten palauttaa sen leirintäalueelta lähtiessään vastaanottoon henkilökunnalle. Oletettavasti paperisilla lomakkeilla tutkimukseen saatiin enemmän vastauksia.

Tutkimuksen otannan laajuudeksi asetettiin 800 vastausta. Koska Suomessa toimii yli 200 leirintäaluetta, ei jokaiselle alueelle voitu jalkautua keräämään vastauksia, sillä tällöin tutkimuksen toteutus olisi kestänyt kohtuuttoman kauan. Otanta muodostui monivaiheiseksi. Ensin leirintäalueet rajattiin 28 vilkkaimpaan alueeseen, jotka tulisivat osallistumaan tutkimukseen. Toimeksiantajien kokemuksen mukaan nämä olivat vilkkaita leirintäalueita ja sijaitsivat eri puolella Suomea. Näistä 28 leirintäalueesta valittiin kahdeksan vilkkainta aluetta, joissa haastattelut suoritti tutkija. Tutkija oli suorittanut haastattelut näillä samoilla alueilla myös vuoden 2013 selvitystä varten. Lopuille 20 alueelle kyselylomakkeet postitettiin, ja leirintäaluehenkilökunta suoritti haastattelut.

Jokaiselle alueelle varattiin laskennallisesti 100 suomenkielistä ja 30 englanninkielistä lomaketta. Kuitenkin ennako-oletus oli, että tutkijan vierailemilta alueilta vastauksia tulisi enemmän kuin niiltä alueilta, jonne lomakkeet postitettiin. Oletus osoittautui oikeaksi, kuten on nähtävissä myöhemmin luvussa 6.

Itse leirintäalueille vastaajat valittiin satunnaisotannalla. Valli (2015, 24) toteaa, että jokaisella alkiolla (=vastaajalla) on yhtä suuri todennäköisyys tulla valituksi tutkimukseen, kun kaikki vastaajat on koottu samaan paikkaan. Tässä tutkimuksessa satunnaisotanta oli mahdollinen, koska kaikki leirintäalueella olevat majoittajat ovat leirintämatkailijoita. Koska kyselylomake oli sekä suomeksi että englanniksi, kuka tahansa saattoi tulla valituksi kyselyyn. Toki vastaajilla oli mahdollisuus kieltäytyä osallistumisesta. Niitä alueita, joille kyselylomakkeet lähetettiin, ohjeistettiin keräämään vastauksia kaikilta asiakkailta ikään, sukupuoleen, kansallisuuteen tai mihinkään muuhun ominaisuuteen katsomatta. Kuten Valli (2015, 30) toteaa, kaikilla tulee periaatteessa olla sama mahdollisuus tulla valituksi otantaan. Tutkijan vierailemilla alueilla tämä toteutui hyvin. Alueista, joilla leirintäaluehenkilökunta keräsi vastaukset, tämä periaate näyttäisi tulosten perusteella toteutuneen.

5.2 Aineiston keruu ja analysointi

Aineiston keruu ajoittui kesäkuukausille, kuten oli ajoittunut myös vuoden 2013 tutkimuksessa. Valituille 20 leirintäalueelle kyselylomakkeet postitettiin Helsingistä 2. päivä kesäkuuta. Leirintäalueita ohjeistettiin lähettämään tulokset palautuskuoressa viimeistään viikolla 29 (13.–19.7.2015). Alueista yksi ilmoitti postituksen jälkeen, ettei aio osallistua tutkimuksen tekoon. Lisäksi kaksi aluetta jättivät postituksen noutamatta tai vastaanottamatta, jolloin alueet jäivät tutkimuksen ulkopuolelle. Aikataulun vuoksi kyselylomakkeita ei postitettu alueille enää uudestaan.

Vierailu kahdeksalle leirintäalueelle ainestoa keräämään tapahtui heti juhannuksen jälkeen. Toimeksiantajat asiantuntijoina tiesivät, että leirintämatkailukausi alkaa kunnolla vasta juhannuksen jälkeen. Siksi vierailut kannatti ajoittaa alkavaksi vasta juhannuksesta, jotta aineistoa olisi mahdollisimman paljon saatavilla. Ajallisesti vierailut tapahtuivat 22.6.–12.7.2015. Jokaisella leirintäalueella vastauksia kerättiin vähintään kahtena päivänä ja enimmillään neljänä päivänä. Viipymään vaikuttivat erityisesti alueella oleskelevien asiakkaiden määrä. Ensimmäinen viikko (22.–29.6.) oli sääolosuhteiden vuoksi hyvin haastava. Runsaat sateet ja viileä ilma vaikuttivat negatiivisesti asiakasmääriin leirintäalueilla, ja alkukesä olikin leirintäalueilla totuttua hiljaisempi (Saukkonen 29.6.2015). Leirintäalueilla vastauksia kerättiin kello 8.00–21.00 välisenä aikana. Vastaajat täyttivät kyselylomakkeen itse tai tutkija kysyi kysymykset vastaajilta ja täytti lomakkeen heidän puolestaan. Osa vastaajista halusi ensin tutustua kyselylomakkeeseen tai oli kertomansa mukaan juuri haastattelupyynnön hetkellä liian kiireinen vastaamaan. Heille kyselylomake voitiin jättää, ja he täyttivät sen itsenäisesti ja palauttivat myöhemmin tutkijalle. Tutkija ei siis ollut läsnä kaikkien vastaajien antaessa vastauksiaan. Suuremman otannan mahdollistamiseksi tämä sallittiin.

Vierailujen aikana leirintäalueilla ei ollut käynnissä mitään merkittäviä tapahtumia tai kampanjoita, jotka olisivat vaikuttaneet suuresti asiakasmäärään. Vierailu Vaasaan Top Camping Vaasa-leirintäalueelle tapahtui 22.–23.6.2015. Vuoden 2015 Suviseurat järjestettiin Vaasassa 26.–29.6.2015 (Suviseurat.fi). Tapahtuma ei kuitenkaan näkynyt vielä millään lailla vierailulla leirintäalueella.

Vierailu Tampereelle Tampere Camping Härmälä-leirintäalueelle tapahtui 26.–28.6.2015. Aivan tämän jälkeen, 29.6.–4.7.2015, Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa järjestettiin veteraanien pöytätenniksen Euroopan mestaruuskilpailut (EVTTC 2015 Tampere, 2015). Tapahtumapaikka sijaitsi vain noin kahden kilometrin päässä leirintäalueesta, mikä näkyi myös leirintäalueella. Vierailun aikana leirintäalueella majoittui huomattava määrä

iäkkäämpiä ulkomaalaisia matkailijoita. Useat heistä kertoivat matkansa syyksi kyseisen urheilutapahtuman. Koko otannasta heidän määränsä ei kuitenkaan ollut merkittävän suuri.

Leirintäaluevierailut ja kaikki haastattelut oli suoritettu 12.7.2015 mennessä. Tämän jälkeen kaikki paperiset kyselylomakkeet käytiin läpi, ja vastaukset syötettiin manuaalisesti Webropol 2.0.-nimiseen kyselytutkimusten analysointi- ja raportointityökaluun. Vastausten syöttäminen tehtiin rauhallisesti ja huolellisesti, jotta virheitä välttyttiin. Samalla tehtiin vastausten virheellisyystarkastus. Virheellisyystarkastus on datan, eli aineiston, laadunvarmistusta (Grönroos 2003, 18). Mikäli joukossa oli selkeästi virheellisiä vastauksia, eli annetut vastaukset eivät olleet mahdollisia, vastaukset hylättiin. Hylättyjä lomakkeita oli kaiken kaikkiaan kaksi. Vastausten syöttämiselle ja analysoinnille oli varattu tutkimuksessa aikaa noin kuukausi, elokuun 16. päivään saakka.

Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää leirintämatkailijoiden rahankäyttöä vuonna 2015. Saatuja tuloksia haluttiin verrata vuoden 2013 vastaaviin. Tulokset esitettiin rinnakkain kuvioissa ja taulukoissa, sekä ristiintaulukoitiin niiltä osin kuin mielekkääksi koettiin. Monimutkaisia ja -tasoisia kuvioita pyrittiin tietoisesti välttämään tuloksia esittäessä. Kuten Grönroos (2003, 19) toteaa, jos yksinkertaiset kuvailevat tarkastelut johtavat tutkimuksen tavoitteiden mukaisiin selkeisiin tuloksiin, voi monimutkaiset tilastolliset mallintamismenetelmät suosiolla unohtaa.

Analysoinnissa ei pyritty löytämään syy-seuraussuhteita, sillä niitä ei tuloksista pystytty vetämään. Syy-seuraussuhteiden selvittäminen vaatisi oman, laajemman tutkimuksensa. Sen sijaan analysoinnissa laskettiin keskiarvot ja mediaanit, sekä ennen muuta verrattiin muutoksia kahden vuoden takaisiin tuloksiin. Nämä kuvasivat tutkimusaineistoa parhaiten, ja vastasivat myös parhaiten tutkimusongelmaan. Lisäksi tuloksia ristiintaulukoitiin vuoden 2013 tutkimustulosten kanssa. Näin pystyttiin helposti vertaamaan, kuinka rahankäyttö on muuttunut. Ristiintaulukointia käytettiin selvittämään eri taustatekijöiden vaikutusta rahankäyttöön.

Avoimet kysymykset analysoitiin niin sanottua text mining-menetelmää käyttäen. Menetelmällä avoimista vastauksista etsittiin aiheita ja sanoja, jotka toistuivat vastauksissa useamman kerran. Samanlaiset ja samankaltaiset vastaukset jaettiin tämän jälkeen eri teemojen alle. Näin vastauksia pystyttiin käsittelemään joukkoina. Koska avoimet kysymykset koskettivat pääasiassa leirintäalueiden ja niiden palveluiden kehittämistä, oli tärkeää, että vastauksista pystyttiin löytämään tietoa, kuinka suuri osa vastaajista toivoi mitään palvelua. Text mining-menetelmä mahdollisti juuri tämän tiedon löytämisen.

6 Tutkimuksen tulokset

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksen tuloksia. Tulosten havainnollistamiseen on käytetty kuvioita ja taulukoita. Tuloksia on myös mahdollisuuksien mukaan verrattu vuoden 2013 tutkimuksen tuloksiin. Lisäksi rahankäyttöä koskien tuloksia on ristiintaulukoitu vuoden 2013 tulosten kanssa. Luvun lopussa on yhteenveto siitä, millainen on tyypillinen leirintämatkailija.

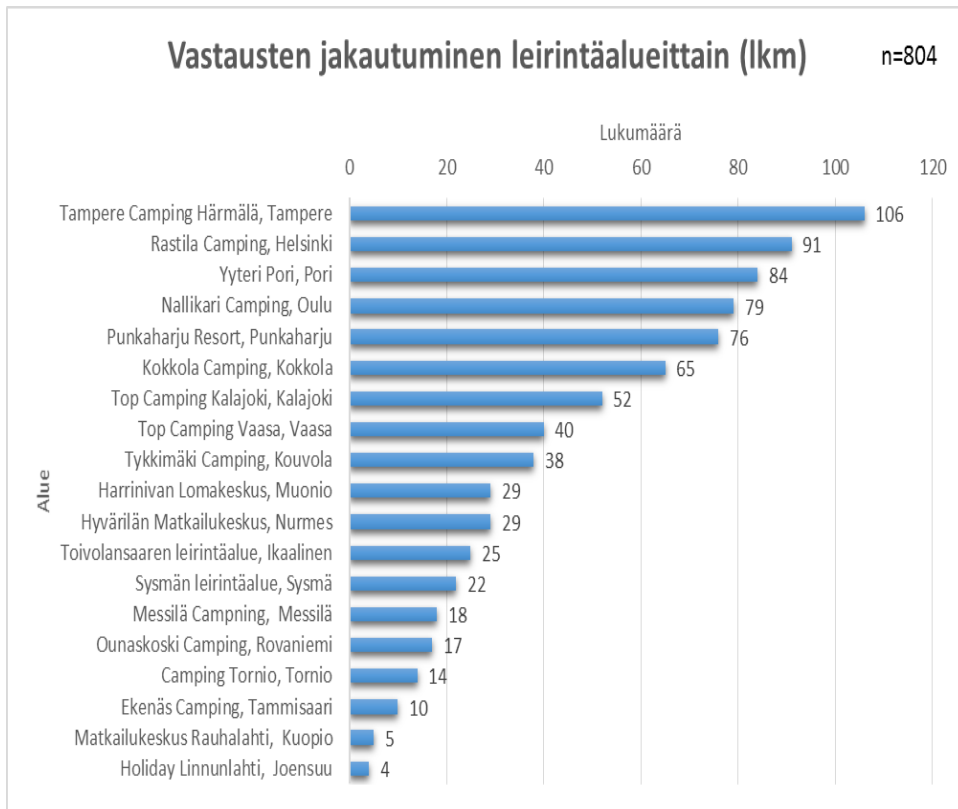
6.1 Toteutus

Vastauksia saatiin yhteensä 804 kappaletta 19 eri leirintäalueelta. Niistä leirintäalueista, joille haastattelulomakkeet postitettiin, 17 osallistui tutkimukseen. 17 alueesta 11 aluetta sai kerättyä vastauksia. Enimmillään vastauksia saatiin yhdeltä alueelta 106 kappaletta, ja vähimmillään 4 kappaletta. Keskimäärin saatiin 47 vastausta per alue. Suurin osa, 566 kappaletta (70 prosenttia), vastauksista saatiin niiltä kahdeksalta alueelta, joissa tutkija suoritti haastattelut. Haastateltavat valittiin leirintäalueilla sattumanvaraisesti. Haastateltavat olivat niin suomalaisia kuin ulkomaalaisia. Saatuja tuloksia on verrattu vuoden 2013 vastaaviin. Tulokset on esitetty alla kuvioin, taulukoin sekä kirjallisesti.

6.2 Leirintäalueiden sijainnit

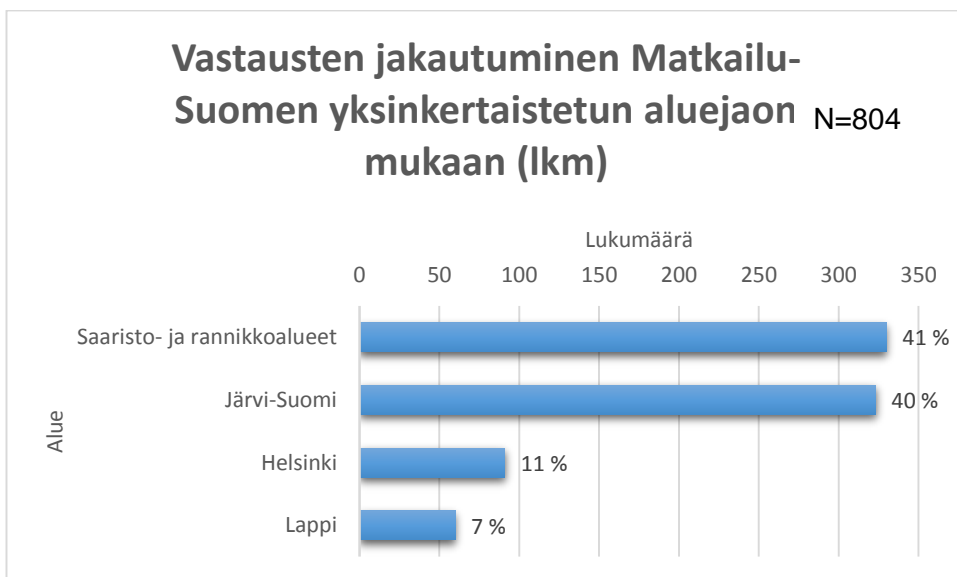
Saadut vastaukset luokiteltiin sen mukaan, millä leirintäalueella vastaaja haastattelulomakkeen täytti. Eniten vastauksia saatiin niiltä alueilta, joilla tutkija kävi suorittamassa haastattelut. Nämä alueet sijaitsivat Tampereella (106 vastausta), Helsingissä (91), Porissa (84), Oulussa (79), Punkaharjulla (76), Kalajoella (52), Vaasassa (40) ja Kouvolassa (38). Poikkeuksen teki Kokkola, jossa leirintäalueen henkilökunta keräsi vastaukset. Kokkolasta saatiin yhteensä 65 vastausta, joka oli kuudenneksi eniten. Niiden kahdeksan alueen vastaukset, joilla tutkija kävi, muodostivat 70 % osuuden kaikista vastauksista.

Lisäksi vastauksia saatiin Muoniosta (29 kappaletta), Nurmeksesta (29), Ikaalisesta (25), Sysmästä (22), Messilästä (18), Rovaniemeltä (17), Torniossa (14), Tammisaaresta (10), Kuopiosta (5) ja Joensuusta (4). Yhdeksältä tutkimukseen mukaan valitulta alueelta ei saatu vastauksia.



Kuvio 2. Vastausten jakautuminen leirintäalueittain

Vastaukset jaoteltiin lisäksi Visit Finlandin käyttämän yksinkertaistetun Matkailu-Suomen aluejaon (kuva 3) mukaan (Visit Finland). 330 vastausta (41 prosenttia) saatiin Saaristo- ja rannikkoalueilta, 323 vastausta (40 prosenttia) Järvi-Suomesta, 91 vastausta (11 prosenttia) Helsingistä ja 60 vastausta (7 prosenttia) Lapista.



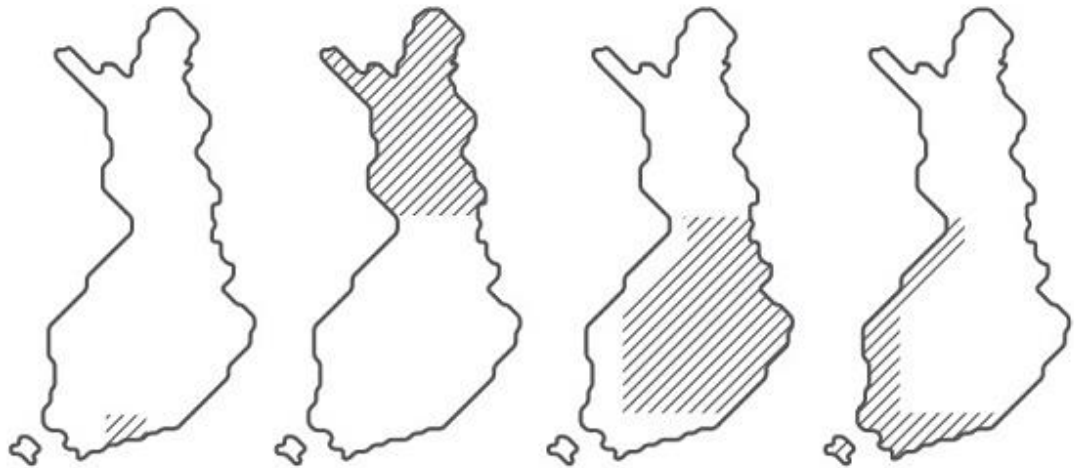
Kuvio 3. Vastausten jakautuminen Matkailu-Suomen yksinkertaistetun aluejaon mukaan

Helsinki

Lappi

Järvi-Suomi

**Rannikko- ja
saaristoalueet**



Kuva 3. Matkailu-Suomen aluejako (Visit Finland)

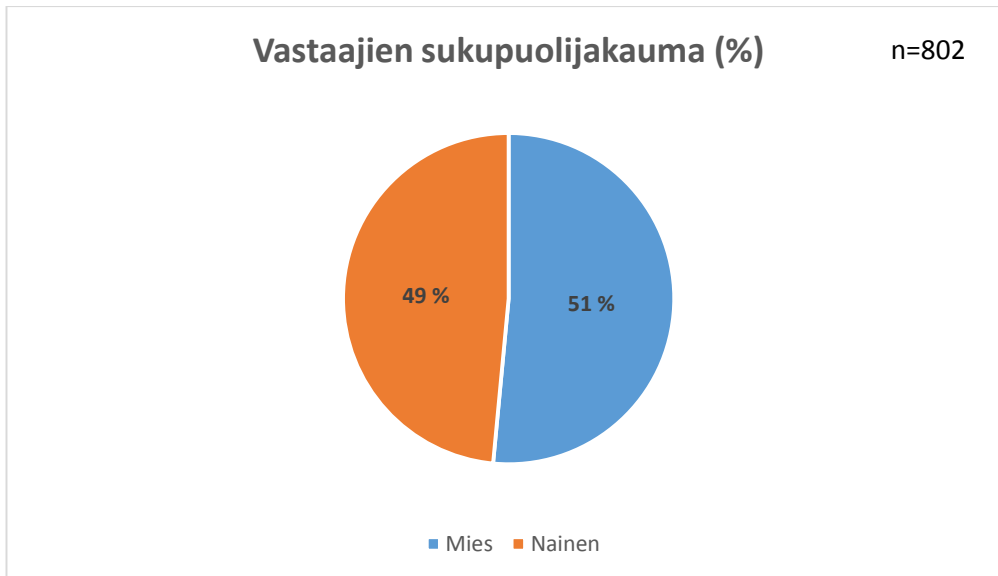
Vastauspaikkakunnista Saaristo- ja rannikkoalueisiin lukeutuvat Pori, Oulu, Kokkola, Kalajoki, Vaasa ja Tammisaari. Järvi-Suomeen kuuluvat Tampere, Punkaharju, Kouvola, Nurmee, Ikaalinen, Sysmä, Messilä, Kuopio ja Joensuu. Helsinki käsittää vain Helsingin. Lappiin kuuluvat Muonio, Rovaniemi ja Tornio. Kuvassa 4 on esitetty leirintäalueiden sijainnit kartalla.



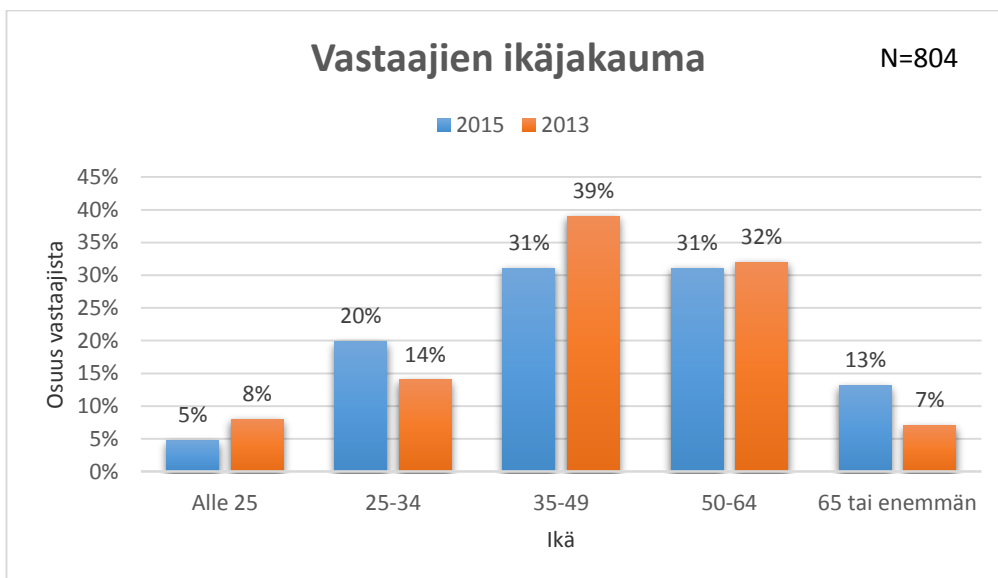
Kuva 4. Leirintäalueiden sijainnit kartalla (Google 2015)

6.3 Taustatiedot

Lomakkeen ensimmäiset kysymykset koskivat vastaajien taustoja. Vastaajien sukupuoli jakautui hyvin tasaisesti, sillä 51 prosenttia vastaajista oli miehiä ja 49 prosenttia vastaajista oli naisia (Kuvio 4). Vastaajista suurin osa oli joko 35–49-vuotiaita (31 prosenttia) tai 50–64-vuotiaita (31 prosenttia). Vuoteen 2013 verrattuna muutosta ei ollut tapahtunut suurimpien ikäryhmien osalta. Sen sijaan yli 65-vuotiaiden osuus oli kasvanut seitsemän prosenttiyksikköä ja 13 prosenttiin ja 25–34-vuotiaiden osuus kuusi prosenttiyksikköä 20 prosenttiin. Alle 25-vuotiaiden osuus oli vähentynyt kolme prosenttiyksikköä viiteen prosenttiin.

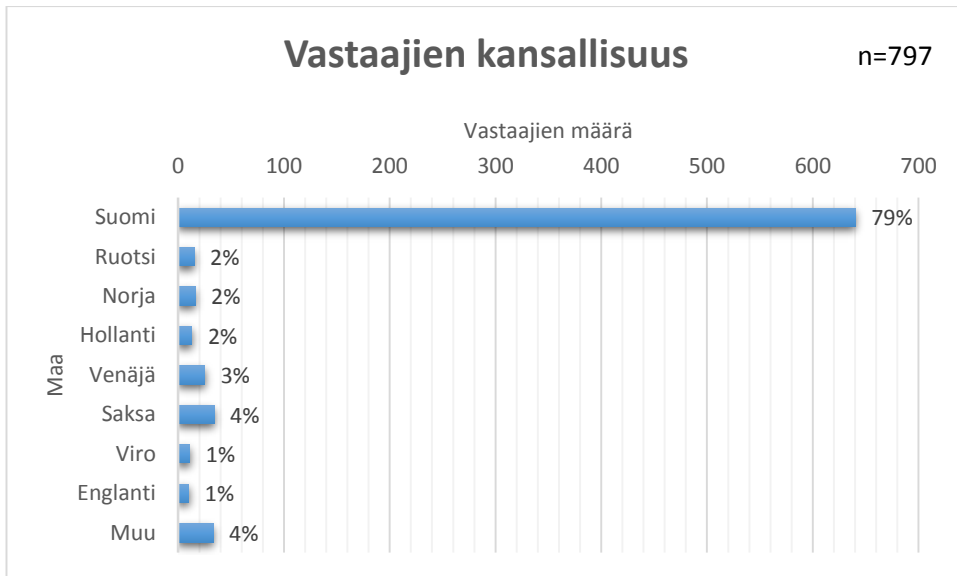


Kuvio 4. Vastaajien sukupuolijakauma



Kuvio 5. Vastaajien ikäjakauma.

Taustatiedoissa kysyttiin myös vastaajien kansallisuutta. Selkeästi suurin osa vastaajista (79 prosenttia) oli suomalaisia. Leirintäalueet ovat siis erityisesti kotimaisten matkailijoiden käyttämiä. Toiseksi eniten oli saksalaisia, joiden osuus oli kuitenkin vain neljä prosenttia kaikista vastaajista. Saksalaisten jälkeen eniten oli venäläisiä, kolme prosenttia. Ruotsalaisia, norjalaisia ja hollantilaisia oli kaikkia kahden prosentin osuus vastaajista. Sekä virolaisten että englantilaisten osuus kaikista vastaajista oli vain yksi prosentti. Muut, yhteensä 13 eri kansallisuutta, muodostivat neljän prosentin osuuden kaikista vastaajista. Ulkomaalaisten yhteenlaskettu osuus vastaajista oli 21 prosenttia.



Kuvio 6. Vastaajien kansallisuus

Vastaajilta kysyttiin, näkevätkö he itsensä leirintämatkailun osalta harrastajana, satunnaisena kokeilijana vai jonakin muuna. Kysymykseen vastasi 786 vastaajaa, joista harrastajana itseään piti 470 vastaajaa (60 prosenttia) ja satunnaisena kokeilijan 281 vastaajaa (36 prosenttia). Joksikin muuksi itsensä luki 35 vastaajaa (4 prosenttia). Niistä, jotka pitivät itseään jonakin muuna kuin harrastajana tai satunnaisena kokeilijana, erottuivat työhön liittyen matkustavat (10 vastausta) sekä kausipaikkalaiset/kesäasukkaat (10 vastausta).



Kuvio 7. Vastaajien näkemys itsestään leirintämatkailun suhteen

Vastaajilta tiedusteltiin heidän motiivejaan leirintämatkailun harrastamiseen tai sen kokeilemiseen. Vastaajia pyydettiin myös kertomaan, mikä harrastamisesta tai kokeilemisestä tekee mieluista. Kysymykseen vastasi yhteensä 697 vastaajaa. Suurin osa vastaajista, 19

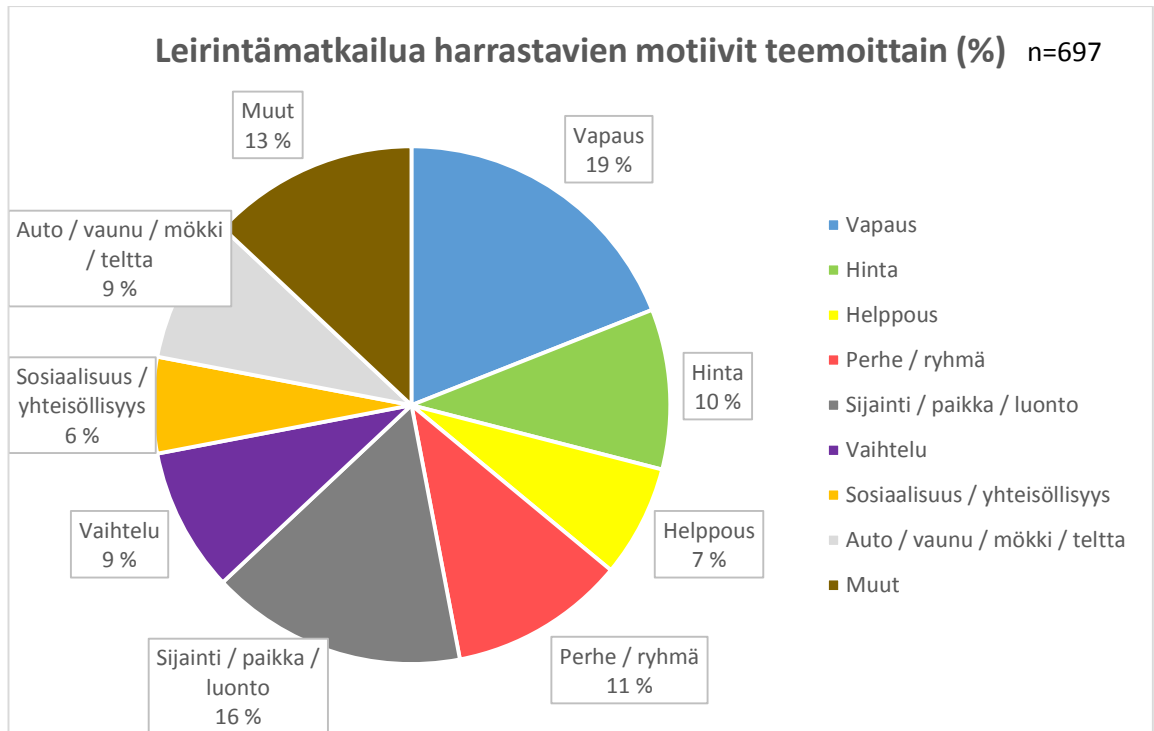
prosenttia, nimesi tärkeimmäksi motiivikseen vapauden ja siihen rinnastettavat teemat. Pelkästään sana ”vapaus” mainittiin 99 kertaa vastauksissa. Vapaudella tarkoitettiin muun muassa sitä, että aikataulut ja varaukset eivät rajoita matkoja, voi liikkua helposti paikasta toiseen ja voi mennä minne tahansa.

Toiseksi yleisin syy leirintämatkailulle oli leirintäalueisiin liittyvä tekijät, kuten alueiden sijainti sekä luonnonläheisyys. 16 prosenttia vastaajista nimesi nämä tärkeimmiksi syyksi. Joka kymmenennessä (10 prosenttia) motiivina mainittiin leirintämatkailun ja -alueiden edullinen hinta. Leirintämatkailun hyvä soveltuvuus lapsille sekä lapsiperheille ja isommille matkaseuruille oli tärkeä syy 11 prosenttia vastaajista.

Yhdeksän prosenttia vastaajista kertoi majoitusmuodon (matkailuauto, matkailuvaunu, mökki, telta) olevan heille mieluisa. Myös matkailuauton tai -vaunun omistaminen oli syy harrastaa leirintämatkailua. Toiset yhdeksän prosenttia kertoivat leirintämatkailun tuovan vaihtelua arkeen. Seitsemän prosenttia piti leirintämatkailua mieluisana sen helppouden takia. Vastaajat mainitsivat esimerkiksi, että leirintämatkoilla koti kulkee aina mukana eikä varauksia tarvitse tehdä etukäteen.

Kuusi prosenttia vastaajista leirintämatkailun sosiaalinen ja yhteisöllinen luonne oli matkustamisen syy. Matkoilla tapaa uusia, erilaisia ihmisiä, jotka kuitenkin jakavat saman kiinnostuksen kohteen, leirintämatkailun. Tutustuminen niin kotimaisiin kuin ulkomaalaisiin matkailijoihin mainittiin mieluisana asiana.

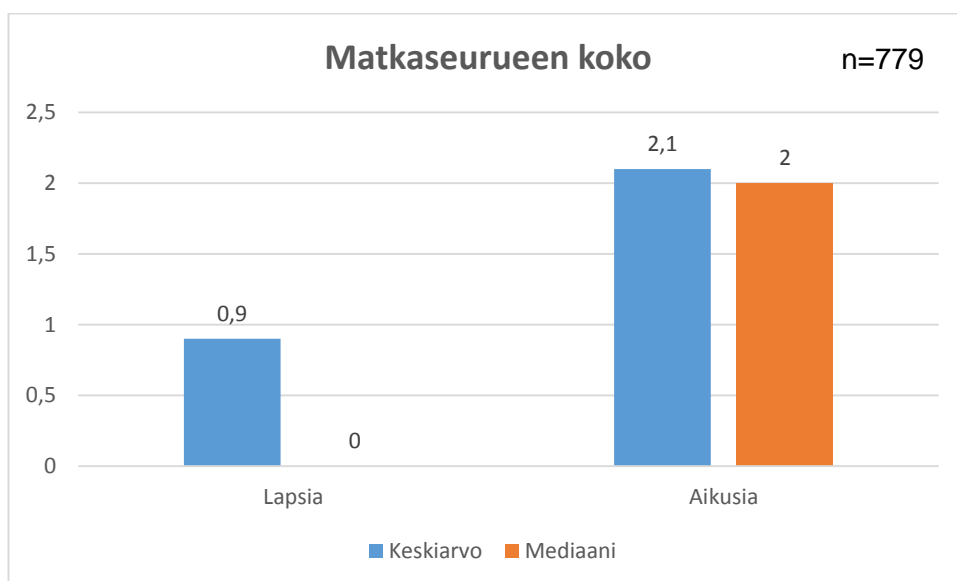
13 prosenttia vastauksista ei asettunut mihinkään edellä mainituista kategorioista. Näiden vastausten joukkoon mahtui paljon yksittäisiä vastauksia, jotka kokonaisuutena eivät muodostaneet suurta osaa vastauksista. Vastauksissa mainittiin muun muassa leirintämatkailun oleman kivaa, jonkin tapahtuman olevan vierailupaikkakunnalla sekä leirintämatkailun yksinkertaisuus. Myös uusiin paikkoihin tutustuminen mainittiin matkan syynä.



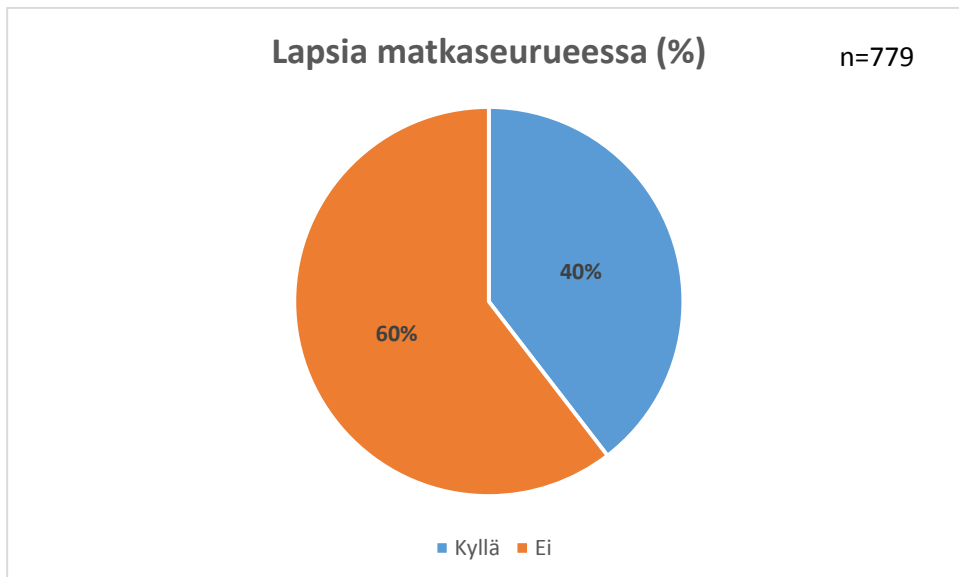
Kuvio 8. Leirintämatkailua harrastavien motiivit teemoittain

Matkaseuruun koko oli keskimäärin kaksi aikuista ja yksi lapsi. Lasten määrä kysyttäessä mediaani oli kuitenkin nolla, ja suurin osa (60 prosenttia) matkaseurueista oli sellaisia, joissa lapsia ei ollut ollenkaan mukana. Aikuisten lukumäärä kysyttäessä mediaani asettui kahteen. Enimmillään lapsia yhdessä matkaseurueessa oli 8, ja aikuisia 10.

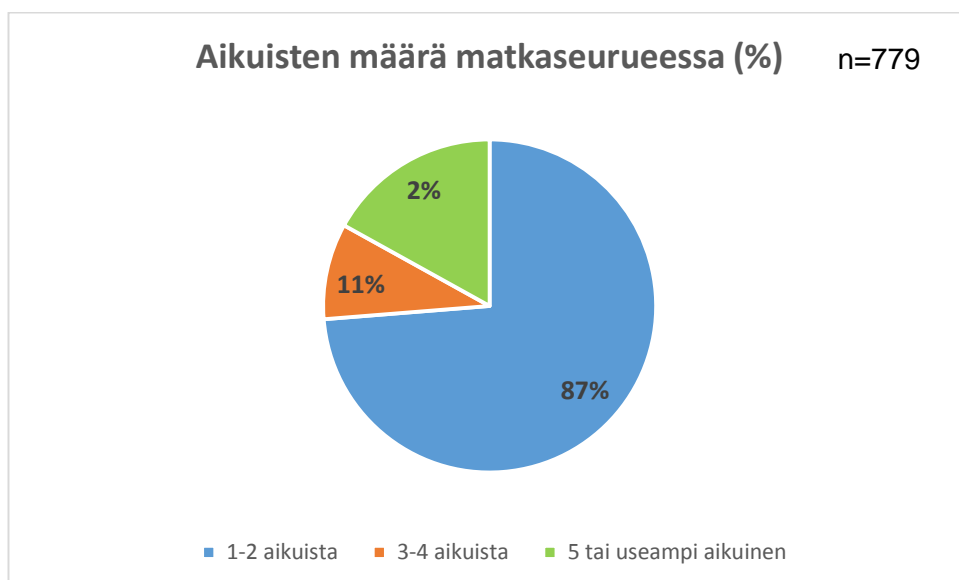
Yleisimpiä olivat pienet matkaseurueet, joissa aikuisia oli 1-2 henkeä (87 prosenttia). 3-4 aikuista oli 11 prosentissa kaikista matkaseurueista, ja viisi tai enemmän aikuisia oli vain noin kahdessa prosentissa kaikista matkaseuruista.



Kuvio 9. Matkaseurueen koko



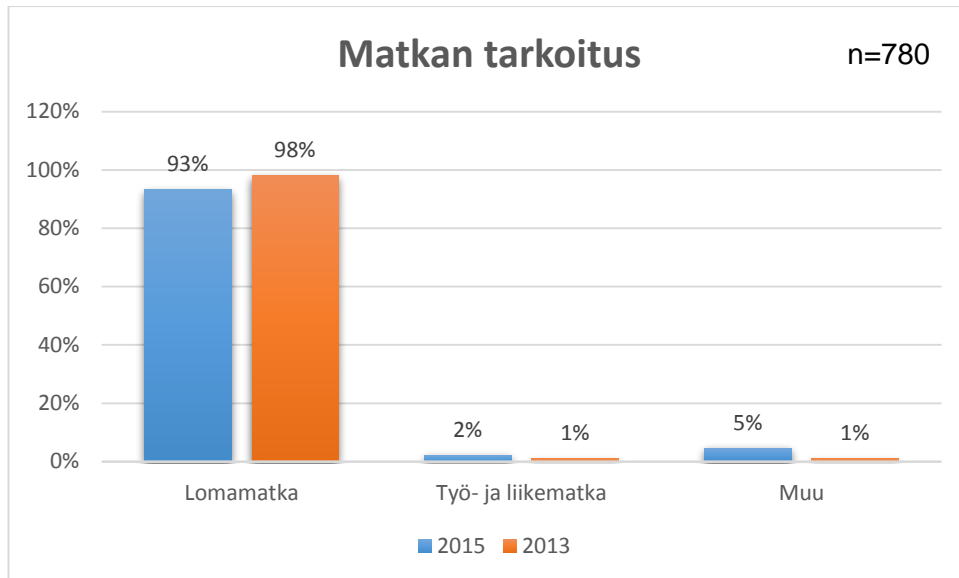
Kuvio 10. Lapsia matkaseurueessa



Kuvio 11. Aikuisten määrä matkaseurueessa

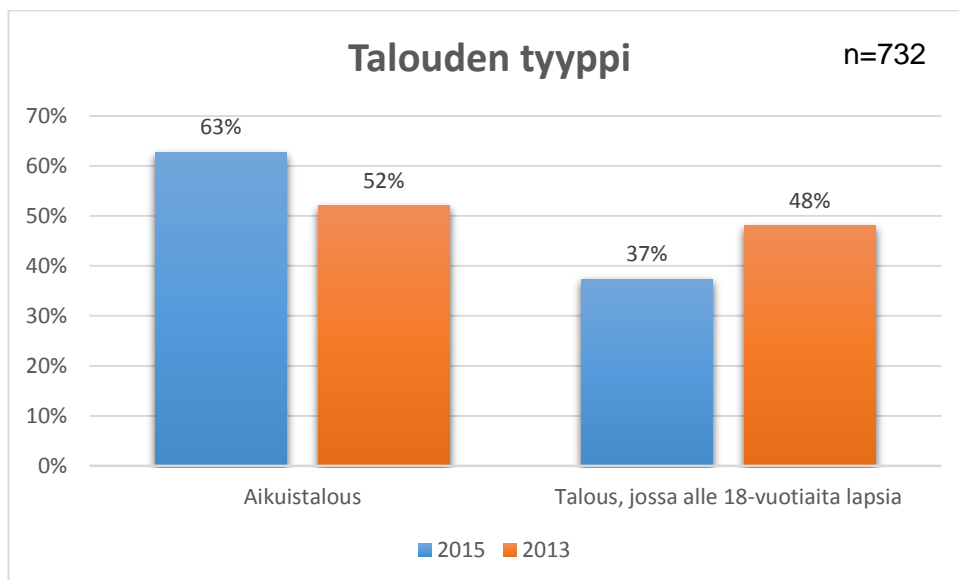
Matkan tarkoitus oli lähes aina lomamatka. 93 prosenttia vastaajista ilmoitti matkansa tarkoituksiksi lomamatkan. Luku on viisi prosenttiyksikköä pienempi kuin vuonna 2013. Työ- tai liikematkalla ilmoitti olevansa vain kaksi prosenttia vastaajista, kun vuonna 2013 vastaava lukema oli yksi prosentti. Vastausvaihtoehdon ”Jokin muu, mikä?” valitsi viisi prosenttia vastaajista, mikä on neljä prosenttiyksikköä enemmän kuin vuonna 2013. Vuoden 2013 luku sisältää myös opintomatkat, jotka olivat tuolloin erillinen vastausvaihtoehto.

Erityisesti ovat kasvaneet niin sanotut muut matkat. Kysyttäessä tarkennusta matkan tarkoitukseen tässä yhteydessä, 16 vastaajaa (44 prosenttia) ilmoitti matkan tarkoituksiksi urheilutapahtuman ja yhdeksän vastaajaa (25 prosenttia) kausi- tai vuosipaikan.



Kuvio 12. Matkan tarkoitus

Taustatiedoissa selvitettiin myös vastaajien talouden tyyppiä. Vastausvaihtoehdot olivat aikuistalous tai talous, jossa on alle 18-vuotiaita lapsia. Vastaajista 63 prosenttia vastasi asuvansa aikuistaloudessa ja 37 prosenttia taloudessa, jossa on alle 18-vuotiaita lapsia. Vuoteen 2013 verrattuna nähdään, että aikuistalouksien määrä leirintäalueiden asiakkaina on kasvanut 11 prosenttiyksikköä. Vastaavasti talouksien, joissa on alle 18-vuotiaita lapsia, määrä on vähentynyt 11 prosenttiyksikköä. Vuonna 2015 selkeästi useampi matkaseurue koostui pelkästään aikuisista.



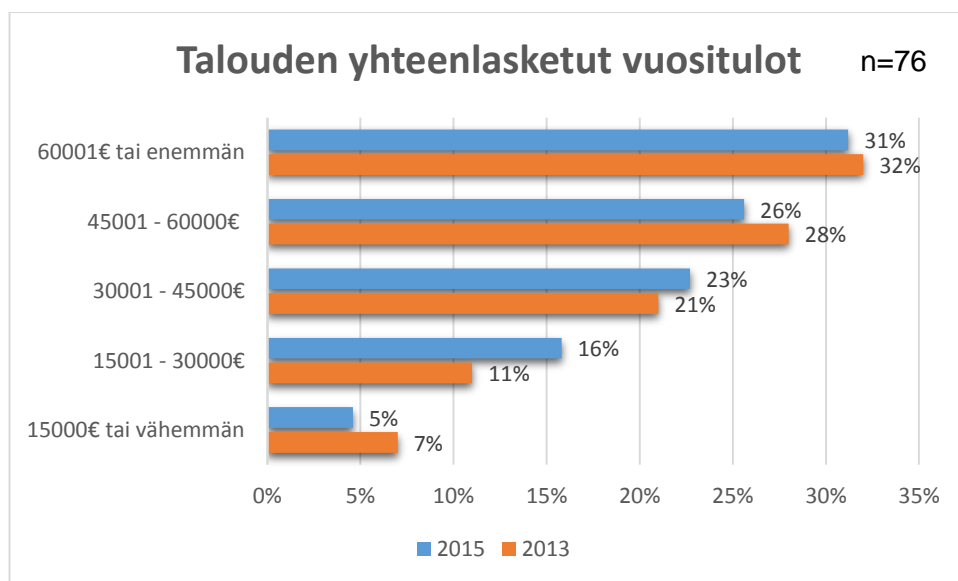
Kuvio 13. Talouden tyyppi

Taustatietojen viimeinen kysymys koski vastaajien vuosituloja. Kysymyksessä tiedusteltiin vastaajien yhteenlaskettuja bruttotuloja vuodessa. Kuten vuonna 2013, myös vuonna

2015 eniten vastaajia oli kahdessa suurimassa tuloluokassa, yhteensä 57 prosenttia vastaajista. Yli 60 001 euroa vuosituloikseen ilmoitti 31 prosenttia vastaajista, ja 45 0001 - 60 000 euroa ilmoitti 26 prosenttia vastaajista. Vuoteen 2013 verrattuna muutos oli vähäinen: yli 60 001 euroa tienaavien osuus pieneni yhden prosenttiyksikön ja 45 001–60 000 € tienaavien kaksi prosenttiyksikköä.

30 001–45 000 euroa tienaavien sekä 15 001–30 000 euroa tienaavien osuudet sen sijaan kasvoivat verrattuna vuoteen 2013. Nyt 30 0001–45 000 euroa ilmoitti tienaavansa 23 prosenttia vastaajista, kun vuonna 2013 vastaavan ilmoitti 21 prosenttia vastaajista. 15 001–30 000 euroa tienaavien osuus kasvoi kaikista eniten, yhteensä viisi prosenttiyksikköä, ollen nyt 16 prosenttia vastaajista.

15 000 euroa tai vähemmän ilmoitti tienaavansa viisi prosenttia vastaajista, kun vuonna 2013 luku oli seitsemän prosenttia. Laskua kahden vuoden takaiseen oli kaksi prosenttiyksikköä.



Kuvio 14. Talouden yhteenlasketut vuositulot

6.4 Matkan tiedot

Haastattelulomakkeen toisessa osiossa kysyttiin tietoja vastaajien matkasta. Matkaa koskevia kysymyksiä oli kaikkiaan 11 kappaletta.

Matkan tiedoissa kysyttiin vastaajien majoitusmuodosta matkan aikana. Vastaajilla oli mahdollisuus valita yksi tai useampi vastausvaihtoehto. Majoitusmuodon suhteen on tapahtunut merkittäviä muutoksia vuoteen 2013 verrattuna. Siinä missä vuonna 2013 vas-

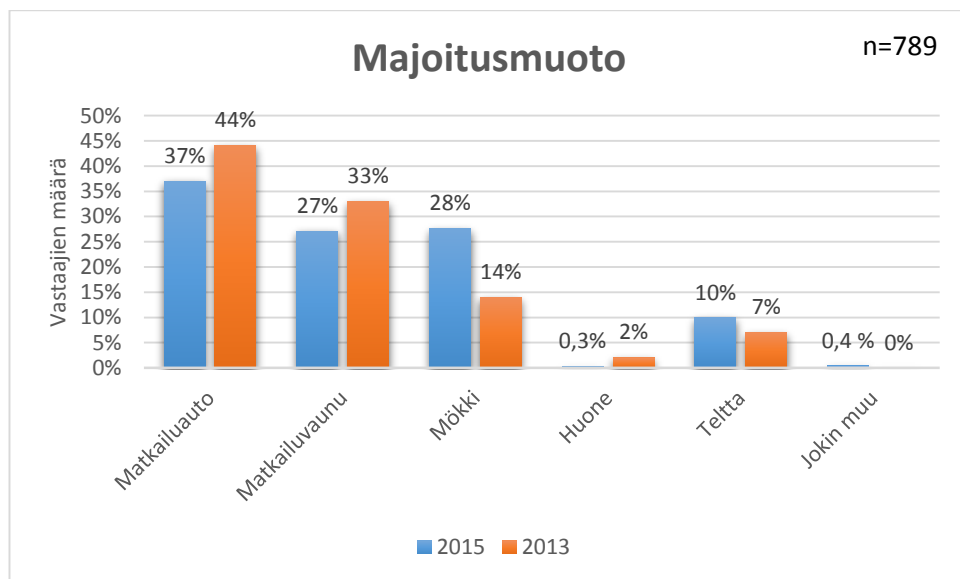
taajista 77 prosenttia ilmoitti majoittuvansa ensisijaisesti joko matkailuautossa tai matkailuvaunussa, vuonna 2015 saman ilmoitti 64 prosenttia vastaajista. Matkailuautossa yöpyvien osuus oli laskenut seitsemän prosenttiyksikköä 37 prosenttiyksikköön, ja matkailuvaunussa yöpyvien kuusi prosenttiyksikköä 27 prosenttiin kahden vuoden takaisiin verrattuna.

Matkailuautojen ja -vaunujen pienentyneet osuudet näkyvät erityisesti mökkimajoituksessa. Vuonna 2013 mökkien osuus majoitusmuodoista oli 14 prosenttia, kun vuonna 2015 se oli peräti 28 prosenttia. Kasvu oli siis merkittävät 14 prosenttiyksikköä. Vuonna 2015 mökkimajoitus oli yhtä suosittua kuin matkailuvaunussa majoittuminen.

Myös telttamajoitus on kasvattanut osuuttaan. Kasvua kahden vuoden takaiseen oli kolme prosenttiyksikköä seitsemästä prosentista kymmeneen prosenttiin.

Majoitusmuodoista (hotelli)huoneiden osuus oli vuonna 2013 pieni, kaksi prosenttia. Vuonna 2015 luku oli entistä pienempi, vain 0,3 prosenttia vastaajista. Lasku oli 1,8 prosenttiyksikköä.

Vuonna 2015 vastaajilla oli mahdollisuus ilmoittaa myös jokin muu majoitusmuoto. Näiden vastausten osuus kaikista oli 0,4 prosenttia, eli lähes olematon.

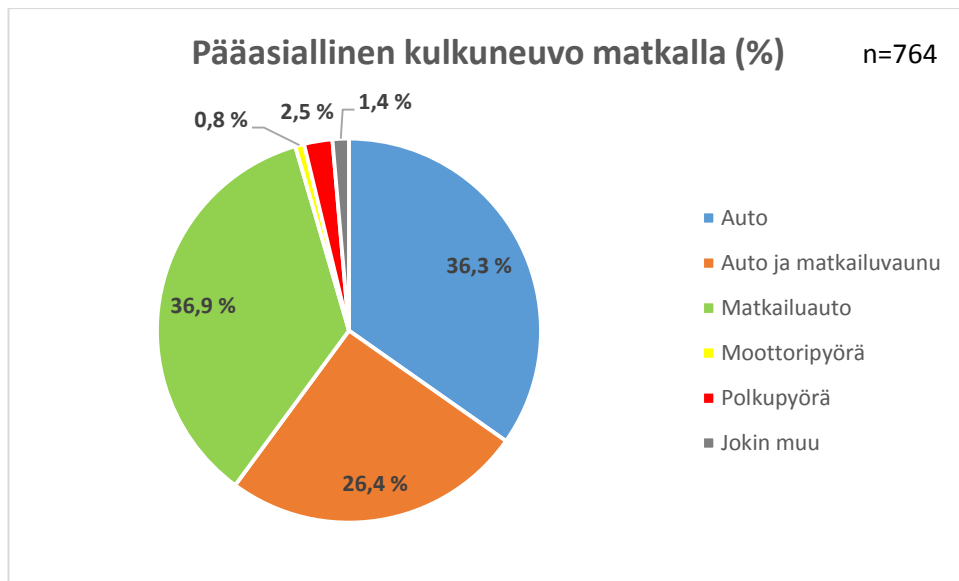


Kuvio 15. Majoitusmuoto matkan aikana

Vastaajilta kysyttiin heidän pääasiallista kulkuneuvoon matkalla. Vastaajat saattoivat valita useamman vastausvaihtoehdon, mikäli kokivat kulkevänsä pääasiallisesti useammalla eri

kulkuvälineellä. Vastaajat pystyivät myös vastaamaan avoimeen kenttään, mikäli mikään annetuista vaihtoehdoista ei ollut heille sopiva.

Noin 37 prosenttia vastaajista ilmoitti kulkevänsä matkailuautolla. Autolla matkustavien osuus oli vain 0,6 prosenttiyksikköä pienempi oli. Auto ja matkailuvaunu -yhdistelmällä matkusti 25,8 prosenttia vastaajista, mikä tarkoittaa, että yhteensä autolla matkaa taittoi noin 63 prosenttia vastaajista. 2,5 prosenttia vastaajista kertoi pääasialliseksi kulkuneuvokseen polkupyörän, ja 0,8 prosenttia moottoripyörän. Jokin muu kulkuneuvo oli 1,4 prosentin valinta. Tarkennuksena kulkuneuvoksi kerrottiin joko julkiset liikennevälineet, juna, vene, lentokone tai linja-auto.



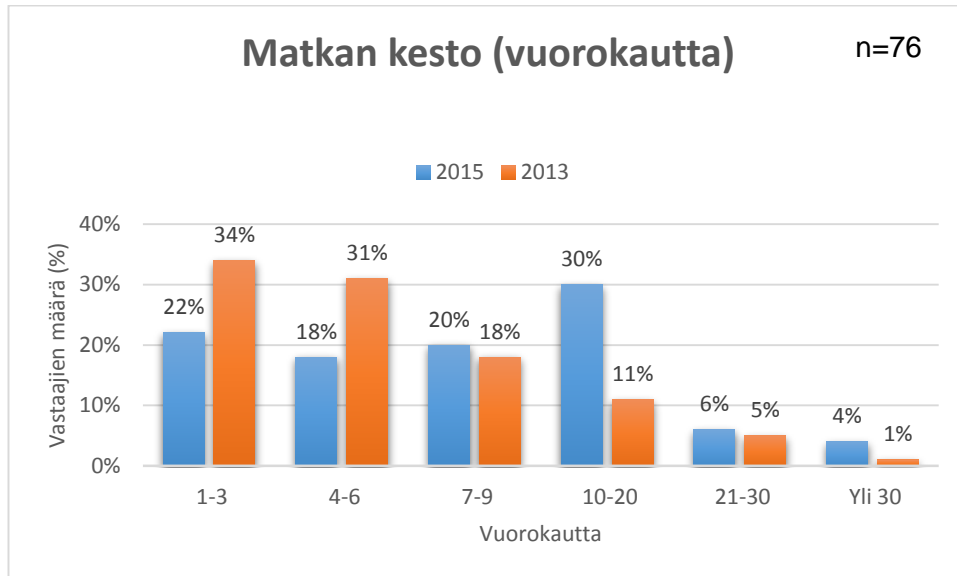
Kuvio 16. Pääasiallinen kulkuneuvo

Vastaajilta kysyttiin heidän kuluvan matkansa kestoa. Matkan kestossa oli tapahtunut huomattavia muutoksia vuoteen 2013 verrattuna. Kun vuonna 2013 lyhyillä, 1–6 päivää kestäville matkoilla ilmoitti olevansa 65 prosenttia vastaajista, vuonna 2015 osuus oli tippunut alle puoleen vastaajista, 40 prosenttiin. Lasku oli yhteensä huomattavat 25 prosenttiyksikköä. 7–9 vuorokautta kestävien matkojen osuus oli pysynyt suunnilleen samana. Kasvua vuosien 2015 ja 2013 välillä oli kaksi prosenttiyksikköä osuuden ollessa 20 prosenttia vuonna 2015.

Merkittävin muutos oli tapahtunut 10–20 päivää kestävässä matkoissa. Näiden osuus on kahden vuoden takaiseen verrattuna kasvanut 19 prosenttiyksikköä 11 prosentista 30 prosenttiin. Pidempien matkojen kasvutrendi on nähtävissä myös muissa vastausvaihtoehdoissa: 21–30 päivää kestävien matkojen osuus oli kasvanut prosenttiyksikön kuuteen

prosenttiin ja yli 30 päivää kestävien matkojen osuus kolme prosenttiyksikköä neljään prosenttiin.

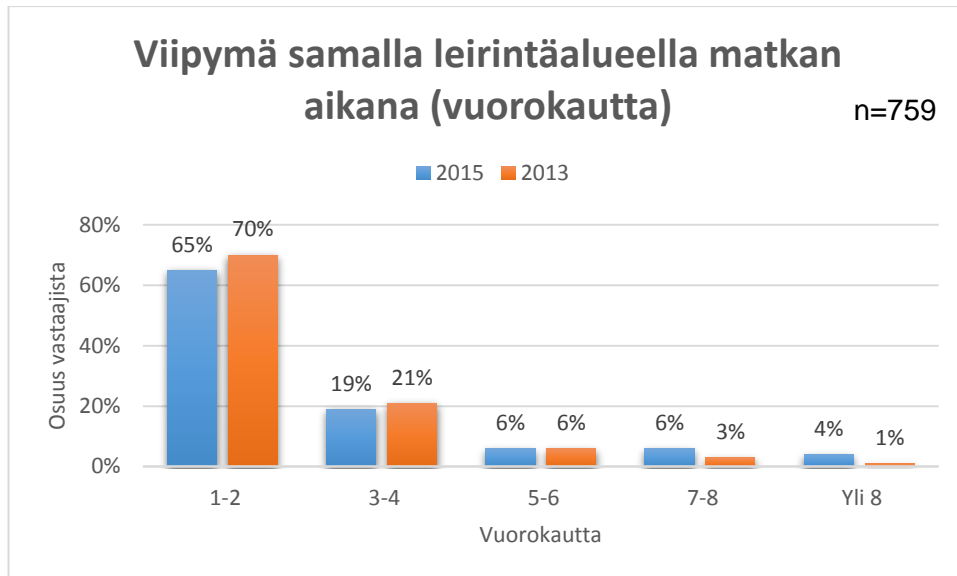
Vuonna 2015 leirintämatka kesti keskimäärin 11 päivää, ja pidemmät matkat olivat entistä suosittumia. Keskiarvo oli hieman suurempi kuin mediaaniarvo, joka oli seitsemän päivää. Mediaani kertoo myös pidempien, yli kuusi päivää kestävien, matkojen suosion kasvusta.



Kuvio 17. Matkan kesto

Huolimatta matkan kestojen pidentymisestä, viipymä samalla leirintäalueella ei ole muuttunut suuresti. Samalla leirintäalueella tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä leirintäaluetta, jolla vastaajat olivat ottaessaan osaa tutkimukseen. Keskimäärin samalla alueella vietettiin neljä päivää. Keskiarvosta huolimatta suosituimpia olivat lyhyet, 1–2 päivän viipymät, ja mediaani asettui kahteen päivään. 1–2 päivää samalla alueella ilmoitti viettävänsä 65 prosenttia vastaajista, mikä on vain viisi prosenttiyksikköä pienempi osuus kuin vuonna 2013. Kahden vuoden takaisesta 3–4 päivän kestoiset viipymät olivat vähentyneet kaksi prosenttiyksikköä osuuden ollessa nyt 19 prosenttia vastaajista.

Pidemmät, yli viiden vuorokauden viipymät olivat osuudeltaan nyt yhteensä 16 prosenttia, kun vuonna 2013 vastaava luku oli 10 prosenttia. Osuudessa oli maltillista kasvua, ja trendi näyttää olevan sama kuin matkan keston suhteen, eli pidentymään päin.

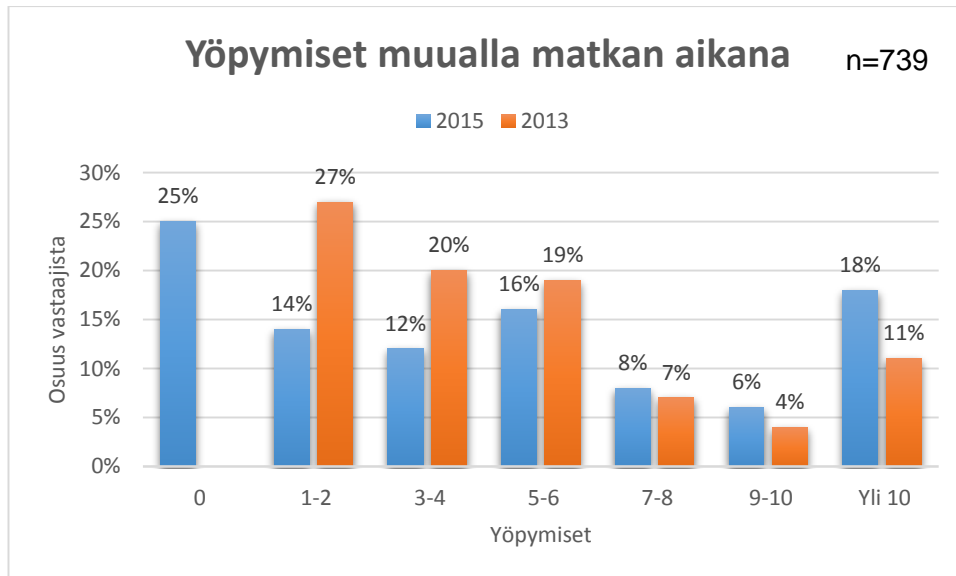


Kuvio 18. Viipymä samalla leirintäalueella matkan aikana

Vastaajilta kysyttiin lisäksi yöpymisiä muualla matkan aikana. Kysymyksellä tarkoitettiin majoittumista myös muualla kuin leirintäalueilla, ja vastaajia haastateltaessa tämä kysymys aiheutti eniten hämmennystä. Kysymyksen tuloksiin on syytä suhtautua varauksella. Huomionarvoista on myös se, että vuoden 2013 tutkimuksessa yksikään vastaaja ei ole vastannut ”0” tai ”Ei yhtään”. Vuonna 2015 näiden vastausten osuus kaikista vastaajista oli jopa 25 prosenttia, ja tämä oli yleisin vastaus.

Siltä osin kuin tuloksia vuosien 2015 ja 2013 välillä voi vertailla, tukevat tulokset jo aiempien kysymysten pohjalta havaittua trendiä: pidemmät matkat ovat yleistyneet. 18 % vastaajista ilmoitti tekevänsä yli 10 yöpymistä muualla matkansa aikana. Vuoteen 2013 verrattuna tässä ryhmässä kasvua oli seitsemän prosenttiyksikköä. Muita kasvaneita vastausryhmiä vuoteen 2013 verrattuna olivat 7–8 yöpymistä muualla (kaksi prosenttiyksikköä kasvua) sekä 9–10 yöpymistä muualla (yksi prosenttiyksikkö kasvua).

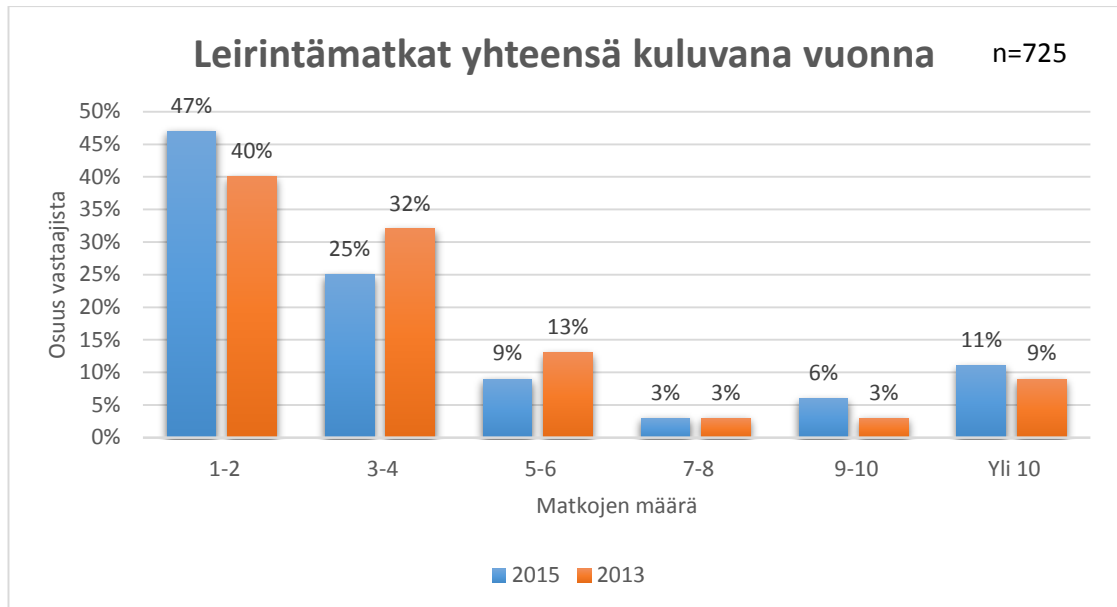
Prosenttiosuudet olivat laskeneet sen sijaan lyhyemmissä viipymissä vuoteen 2013 verrattuna. 1–2 yöpymistä muualla matkansa aikana ilmoitti tekevänsä 14 prosenttia vastaajista (muutos -13 prosenttiyksikköä), 3–4 yöpymistä 12 prosenttia (muutos -8 prosenttiyksikköä) ja 5–6 yöpymistä 16 prosenttia (muutos -3 prosenttiyksikköä).



Kuvio 19. Yöpymiset muualla matkan aikana

Vastaajilta kysyttiin, kuinka monta leirintämatkaa he arvioivat tekevänsä kuluvana vuonna. Lähes puolet (47 prosenttia) vastaajista kertoi tekevänsä 1–2 leirintämatkaa kuluvan vuoden aikana. Neljäsosa (25 prosenttia) vastaajista kertoi tekevänsä 3–4 leirintämatkaa kuluvan vuoden aikana. Vuonna 2013 vastaavat osuudet olivat 40 prosenttia ja 32 prosenttia. Mikäli siis tarkastellaan sitä osuutta, jotka arvioivat tekevänsä 1–4 leirintämatkaa vuodessa, niin on osuus pysynyt samana (72 prosenttia) kuitenkin painottuen lyhyempiin matkoihin. Myös 5–6 leirintämatkaa vuodessa tekevien osuus vastaajista oli pienentynyt vuoteen 2013 verrattuna. Vuonna 2015 yhdeksän prosenttia ilmoitti tekevänsä 5–6 matkaa vuodessa, mikä oli neljä prosenttiyksikköä vähemmän kuin kaksi vuotta sitten (13 prosenttia).

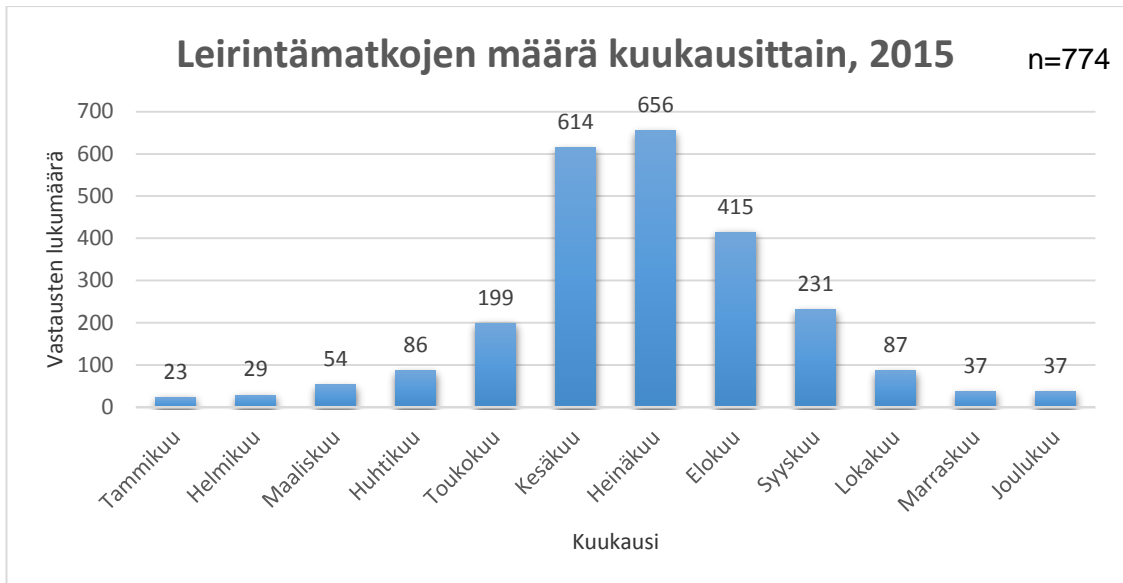
Sen sijaan hieman useampi ilmoitti tekevänsä 9–10 tai yli 10 leirintämatkaa kuluvana vuonna. 9–10 matkaa ilmoitti tekevänsä kuusi prosenttia, ja osuus oli kaksinkertaistunut vuoteen 2013 verrattuna, jolloin lukema oli kolme prosenttia vastaajista. Yli 10 matkaa kertoi tekevänsä 11 prosenttia vastaajista, mikä oli hieman (kaksi prosenttiyksikköä) enemmän kuin vuonna 2013.



Kuvio 20. Leirintämatkat yhteensä kuluvana vuonna

Vastaajilta kysyttiin minä kuukausina he ovat tehneet tai aikovat tehdä leirintämatkoja kuluvana vuonna. Vastaajat saattoivat valita siis niin monta kuukautta kuin halusivat. Selvästi suosituimmat kuukaudet olivat kesäkuukaudet, eli kesä-, heinä- ja elokuu, jolloin vastaajat kertoivat tekevänsä yhteensä 1685 leirintämatkaa. Kaikista vuoden aikana tehtävistä matkoista kesäkuukausina tehdään 68 prosenttia. Kesäkuussa kerrottiin tehtävän yhteensä 614 matkaa, heinäkuussa 656 matkaa ja vielä elokuussa 415 matkaa.

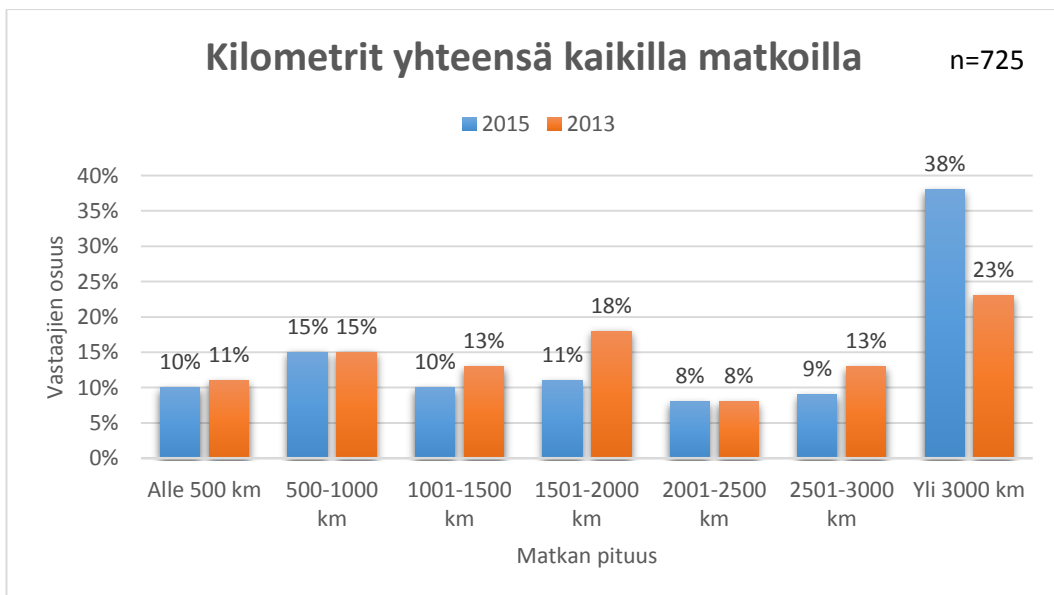
Keväällä ja alkukesästä (huhti-toukokuussa) leirintämatkoja tehtiin yhteensä 285 kappaletta, joka vastasi 11 prosenttia kaikista matkoista. Alkusyksystä syyskuussa arvioitiin tehtävän vielä 231 leirintämatkaa (yhdeksän prosenttia kaikista matkoista). Lokakuuhun tultaessa matkojen määrä väheni jo selkeästi ollen enää 87, eli noin neljä prosenttia kaikista matkoista. Talvikuukausina (marras-maaliskuu) matkoja tehtiin tai arvioitiin tehtävän yhteensä 177 kappaletta, eli vain seitsemän prosenttia kaikista matkoista ajoittuu talvelle.



Kuvio 21. Leirintämatkojen määrä kuukausittain

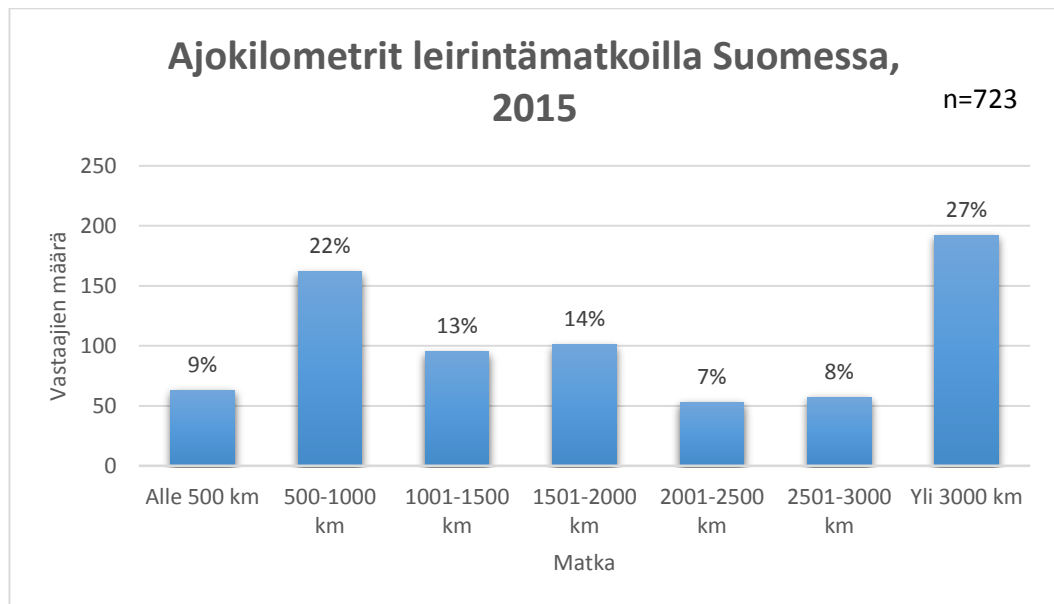
Haastattelulomakkeessa kysyttiin matkan tietojen yhteydessä kertyviä ajokilometrejä kaikilla leirintämatkoilla. Tulokset ovat linjassa aiempien tulosten kanssa: pidemmät matkat ovat lisääntyneet. Siinä missä vuonna 2013 vastaajista 23 prosenttia kertoi kulkevänsä yli 3000 kilometriä kaikilla leirintämatkoillaan yhteensä, vuonna 2015 vastaava osuus oli 38 prosenttia. Kasvu oli huomattava, 15 prosenttiyksikköä.

Keskimäärin ajokilometrejä kaikilla matkoilla kertyi 3517 kilometriä, ja mediaani 2000 kilometriä. Suurin vastaajien ilmoittama kilometrimäärä oli 20 000 kilometriä.



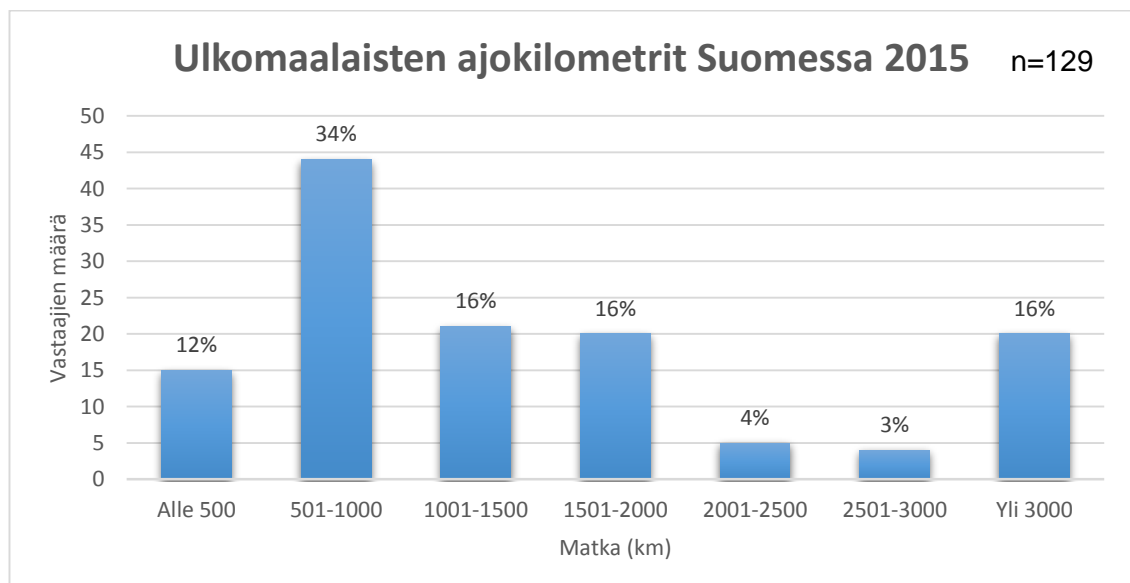
Kuvio 22. Kilometrit yhteensä kaikilla matkoilla

Vuoden 2015 haastattelututkimuksessa pyydettiin vastaajilta tietoa myös siitä, kuinka suuri osa ajokilometreistä tapahtuu Suomessa. Keskimäärin ajokilometrejä Suomessa vastaajille kertyi keskimäärin 2756 kilometriä, ja mediaani asettui 2000 kohdalle. Enimmillään yhdelle vastaajalle ajokilometrejä Suomessa kertyi 20 000 kilometrin edestä.



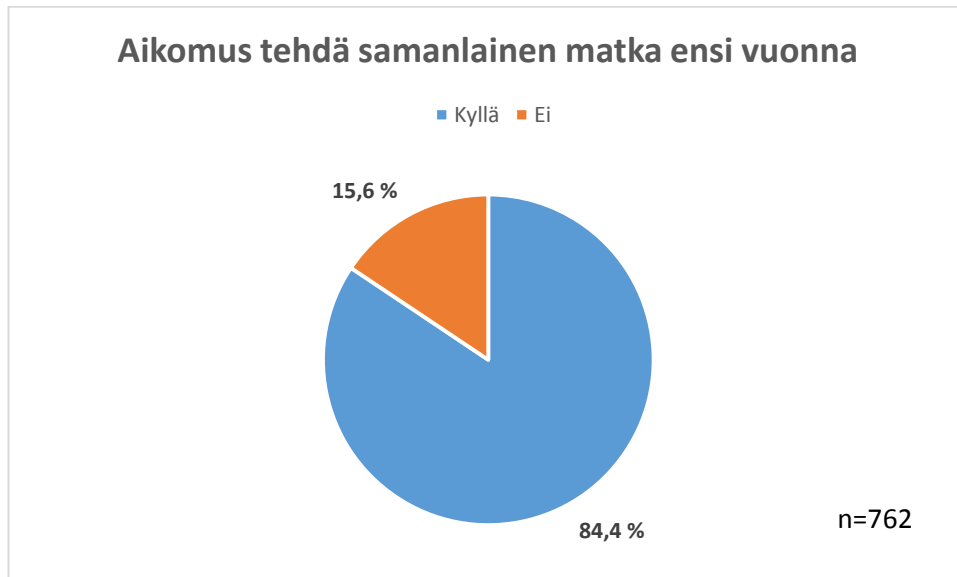
Kuvio 23. Ajokilometrit leirintämatkoilla Suomessa

Pelkästään ulkomaalaisten ajokilometrejä tarkasteltaessa keskimäärin ajokilometrejä Suomessa kertyi 1768 kilometrin verran. Lähes puolet vastaajista, 46 prosenttia, kertoi ajavansa Suomessa alle 1000 kilometriä. 1000–2000 ajokilometriä kertyi 32 prosentille vastaajista, ja yli 2000 ajokilometriä 23 prosentille vastaajista.



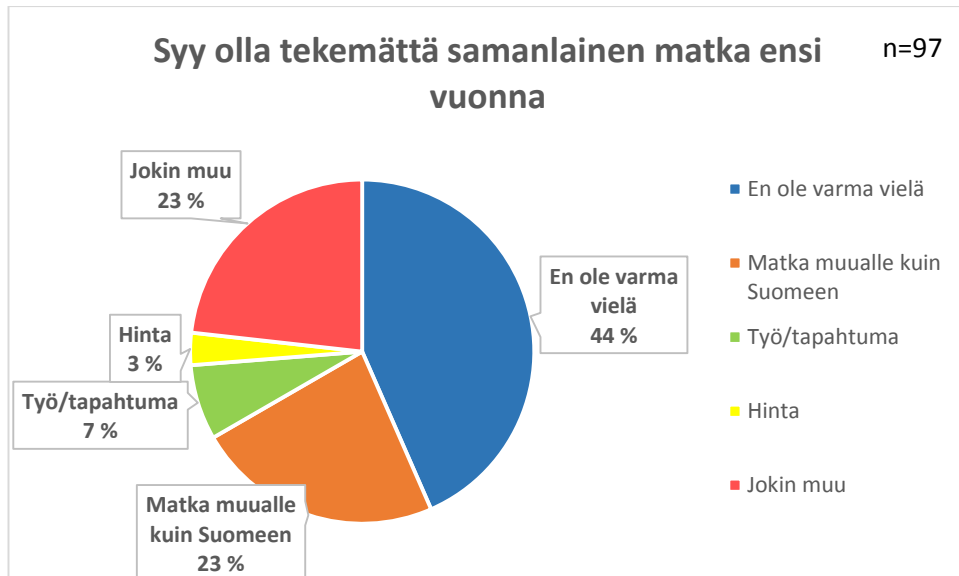
Kuvio 24. Ulkomaalaisten ajokilometrit Suomessa 2015

Vastaajilta 84,4 prosenttia kertoi aikovansa tehdä samanlaisen matkan myös ensi vuonna. 15,6 prosenttia ei aikonut tehdä ensi vuonna vastaavanlaista matkaa. ei-vastauksen antaneet saattoivat halutessaan tarkentaa vastaustaan avoimeen tekstikenttään.



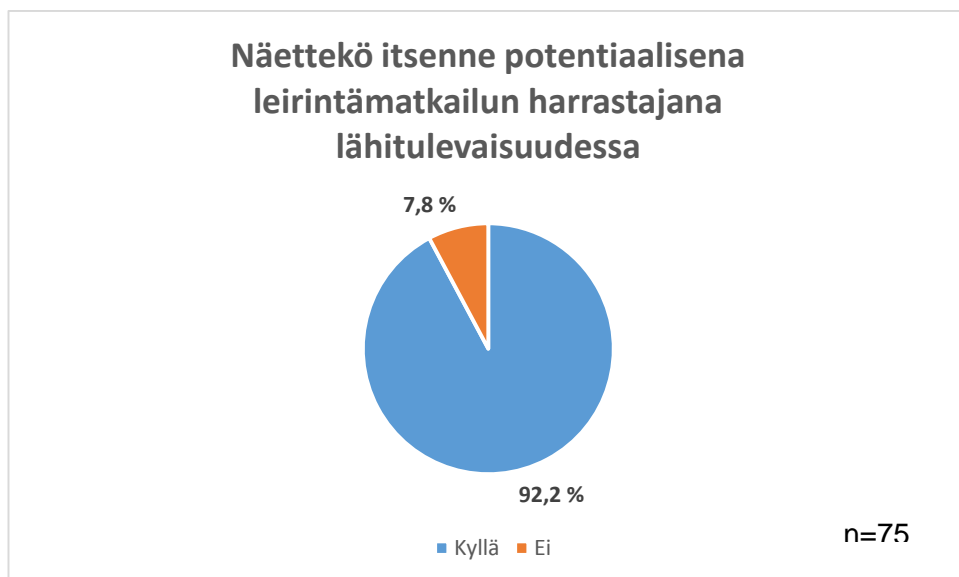
Kuvio 25. Aikomus tehdä samanlainen matka ensi vuonna

Yhteensä 97 vastaajaa antoi tarkennuksen ei-vastaukseensa. Näistä 97:stä 43 vastaajaa (44 prosenttia) tarkensi, ettei ollut vielä varma tai osannut sanoa millaisen matkan aikoo tehdä ensi vuonna. 22 vastaajaa (23 prosenttia) kertoi, että ensi vuonna matka suuntautuu johonkin toiseen maahan kuin Suomeen. Ainoastaan kolme vastaajaa ilmoitti leirintämatkailun hinnan/kalleuden olevan syy siihen, ettei aio tehdä ensi vuonna vastaavanlaista matkaa. Seitsemän vastaajan matka oli luonteeltaan sellainen, että se ei toistuisi ensi vuonna, kuten työmatka tai tapahtuma. Muita, yksittäisiä syitä, oli yhteensä 22 vastausta (23 prosenttia).



Kuvio 26. Syy olla tekemättä samanlainen matka ensi vuonna

Matkaan liittyen kysyttiin, näkevätkö vastaajat itsensä potentiaalisena leirintämatkailijana vielä lähitulevaisuudessa. Lähitulevaisuudeksi luettavaa ajanjaksoa ei ollut tarkennettu kysymyksessä. Noin 92 prosenttia vastaajista kertoi näkevänsä itsensä potentiaalisena harrastajan lähitulevaisuudessa, ja noin kahdeksan prosenttia ei. Myös tässä kysymyksessä vastaajilla oli mahdollisuus antaa lisätietoja koskien ei-vastaustaan (syy). Lisätietoja antoi yhteensä 39 vastaajaa, joista 11 vastaajaa ei ollut varma asiasta. Jonkin toisen majoitus- ja matkustusmuodon suosiminen oli yhdeksälle vastaajalle syy, miksi he eivät näe itseään leirintämatkailun harrastajina lähitulevaisuudessa. Muita syitä olivat muun muassa ajan tai kiinnostuksen puute sekä vanheneminen. Leirintämatkailun hintaa ei pidetty ongelmallisena.



Kuvio 27. Näettekö itsenne potentiaalisena leirintämatkailun harrastajana lähitulevaisuudessa

6.5 Palvelut ja niiden kehittäminen

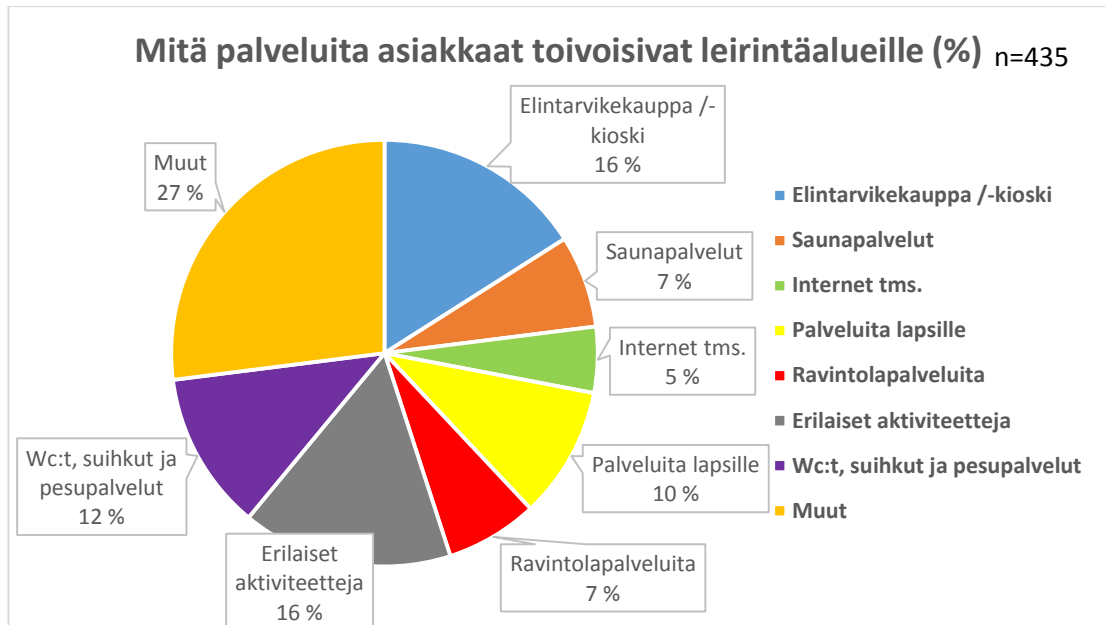
Haastattelulomakkeessa oli kaksi avointa kysymystä, joissa tiedusteltiin vastaajilta palveluihin liittyen. Vastaajilta kysyttiin mitä tai millaisia palveluita he haluaisivat leirintäalueille. Tarkennuksena vastaajia pyydettiin miettimään nimenomaan sellaisia palveluita, joita leirintäalueilla ei ole. Tästä huolimatta vastaajat toivoivat paljon sellaisia palveluita, joita on jo tarjolla osalla leirintäalueista. Vastauspaikkakunta ja vastaajan omat aiemmat kokemukset vaikuttivat vastauksiin.

Vastauksia annettiin yhteensä 435 kappaletta. Toivotuimpia olivat erilaiset aktiviteetit ja ohjelmapalvelut, kuten liikuntatilat, pelit/leikit, polkupyörävuokraus ja erityisesti lapsille tarkoitettuja ohjattuja aktiviteetteja. Nämä toiveet toistuivat 16 prosentissa vastauksista. 16 prosentissa vastauksista toivottiin myös jonkinlaista (kunnollista) kauppaa tai kioskia leirintäalueille, josta saisi ostettua etenkin elintarvikkeita ja myös joitain tavaroita.

Joka kymmenes vastaus sisälsi toiveita liittyen lapsiin ja lapsiperheisiin. Tällaisia asioita olivat esimerkiksi leikkipaikat, ohjattu toiminta ja yleisesti lapsiperheiden parempi huomiointi alueiden kehittämisessä.

12 prosenttia vastauksista liittyi wc- ja suihkutilojen sekä pyykin- ja astianpesumahdollisuuksiin. Lisäksi tässä yhteydessä toivottiin kuivaustiloja märille vaatteille ja varusteille. Wc- ja suihkutiloja toivottiin joko lisää tai niiden kehittämistä. Pyykinpesumahdollisuuksien toivottiin lisääntyvän, ja astianpesuun tarkoitettujen tilojen ja välineiden sekä lisääntyvän että parantuvan.

Muita toistuvia teemoja olivat erilaiset ravintolapalveluihin liittyvät toiveet. Toivottiin mm. parempia ruokapaikkoja (ei pikaruokaa), anniskelualueita ja terasseja. Tällaisia toiveita oli seitsemän prosenttia vastauksista. Myös enemmän saunoja ja saunavuoroja toivottiin seitsemässä prosentissa vastauksista. Kolmessa prosentissa vastauksista toistui internetiin liittyvät toiveet kuten wifin, wlan:n ja internetin saaminen alueille. Yksittäisistä sanoista useimmiten toistui ”kauppa”, 53 kertaa.



Kuvio 28. Toiveet leirintäalueiden kehittämiseksi esitetyistä asioista teemoittain

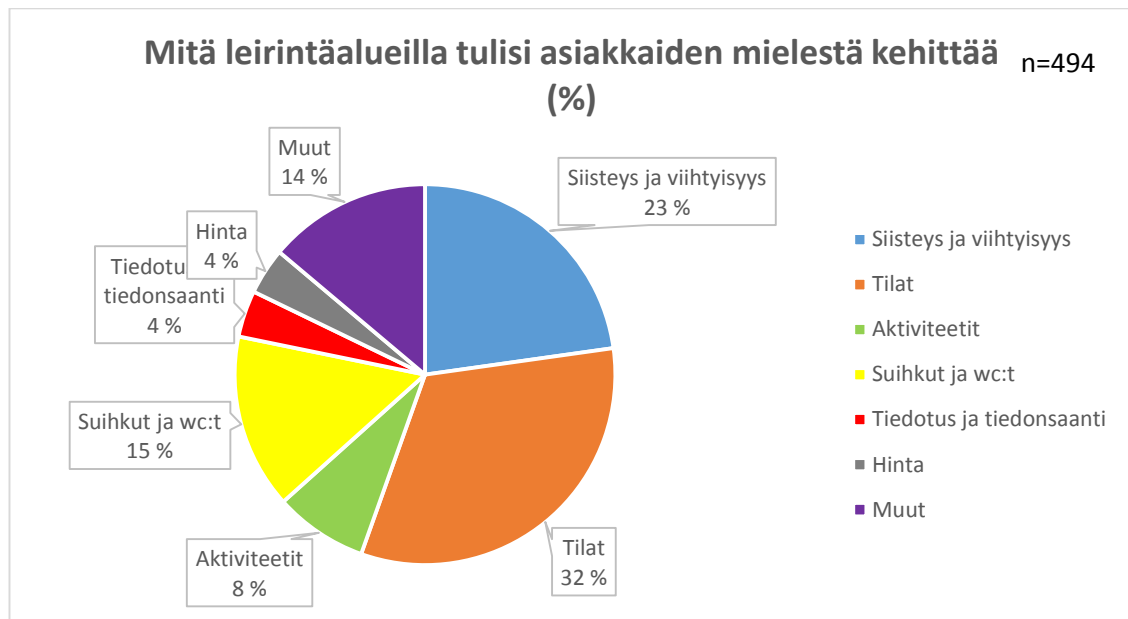
Toisessa avoimessa kysymyksessä vastaajia pyydettiin kertomaan, kuinka heidän mielestään leirintäalueita tulisi kehittää. Vastauksia annettiin yhteensä 494 kappaletta, ja vastaus saattoi sisältää useita eri kehitysideoita. Vastaukset on jaoteltu teemoittain useimmiten toistuvien sanojen ja aiheiden perusteella.

Noin joka kolmannessa vastauksessa (32 prosenttia) toivottiin tilojen (majoitustilat, yhteiset tilat, hygienia-tilat, auto-, vaunu- ja telttapaikat, ympäristö) parempaa hoitoa, huoltoa, kunnossapitoa, modernisointia ja uusimista. 23 prosentissa vastauksista (147 vastausta) toivottiin enemmän panostamista siisteyteen ja viihtyisyyteen. Erityisen epäsiisteiksi koettiin alueilla suihku- ja wc-tilat. Sana ”siisteys” oli myös yleisin yksittäinen sana, ja se toistui vastauksissa yhteensä 91 kertaa.

Suihkuihin ja wc-tilojen kehittäminen mainittiin 15 prosentissa vastauksista (96 vastausta). Vastaajat toivoivat erityisesti lisää tiloja sekä niiden parempaa puhtaanpitoa. Kahdeksassa prosentissa vastauksista (50 vastausta) sisälsi mainintoja aktiviteeteista ja ohjelmapalveluista. Erityisesti ohjelmaa ja aktiviteetteja toivottiin lapsille ja lapsiperheille. Toivottiin myös yleisesti enemmän tekemistä.

Tiedonsaantiin ja tiedottamiseen otettiin kantaa neljässä prosentissa vastauksista (27 vastausta). Vastaajat toivoivat muun muassa nettivarausmahdollisuutta, internetiä alueille sekä alueiden internetsivujen parempaa ylläpitoa. Myös parempaa tiedottamista paikkakunnan tarjoamista mahdollisuuksista toivottiin muutamassa vastauksessa.

Neljä prosenttia (27 vastausta) oli myös niiden vastausten osuus, joissa mainittiin alueiden hintataso jollain tapaa. Vastaajat toivoivat sekä edullisempia hintoja että hintatason säilymistä kohtuullisena. Muita, lähinnä yksittäisiä toiveita, oli yhteensä 14 prosenttia (88 vastausta) kaikista vastauksista.



Kuvio 29. Mitä leirintäalueilla tulisi asiakkaiden mielestä kehittää

6.6 Leirintämatkailijoiden rahankäyttö matkalla

Haastattelulomakkeen kolmannessa osiossa kysyttiin vastaajien rahankäytöstä matkan aikana. Vastaajat arvioivat, kuinka paljon he käyttävät rahaa sillä paikkakunnalla, jolla he vastatessaan olivat. Vastaajia pyydettiin arvioimaan rahankäyttöön yhteensä 11:aan eri palveluun tai tuotteeseen. Lisäksi vastaajat saivat halutessaan kertoa, mikäli arvioivat käyttävänsä rahaa myös johonkin muuhun palveluun tai tuotteeseen. Vastaajia pyydettiin myös arvioimaan, paljonko he kuluttavat rahaa itse leirintäalueella, paljonko ajoneuvon käyttökulut ovat matkan aikana sekä kuinka paljon he arvioisivat kuluttavansa rahaa koko matkan aikana.

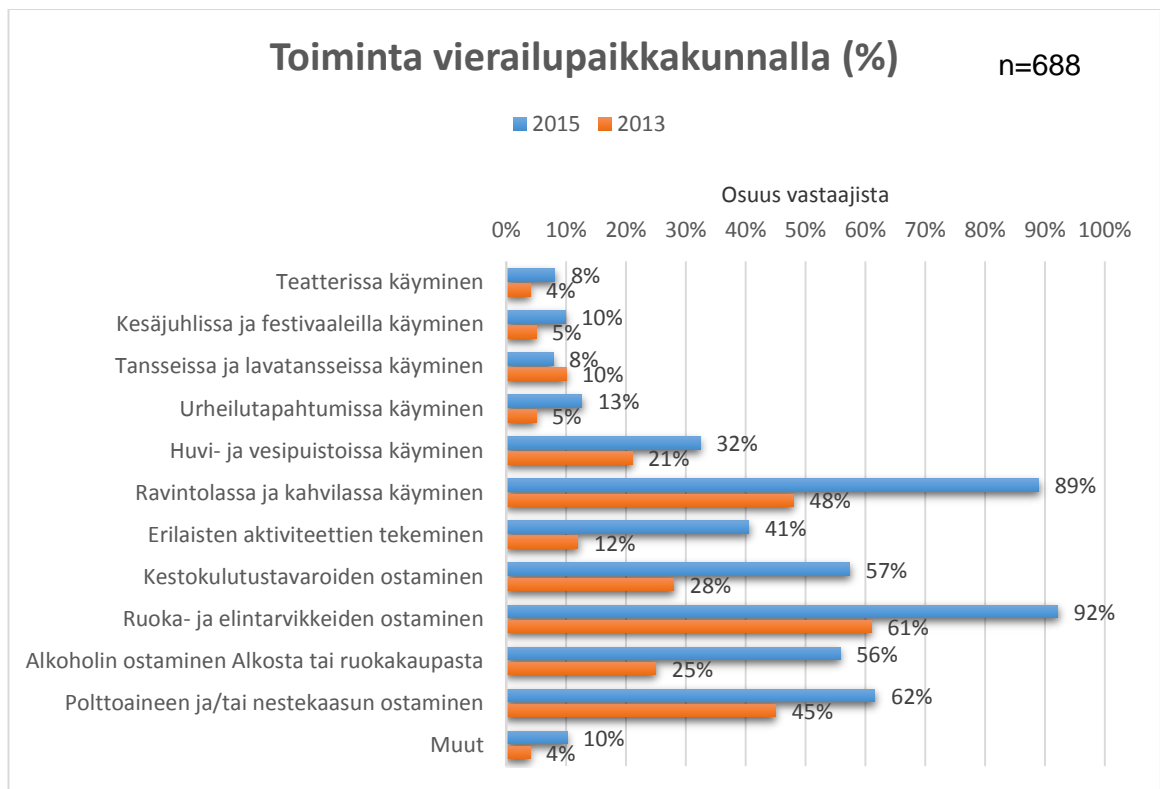
Vuoteen 2013 verrattuna vastaajat olivat vuonna 2015 huomattavasti aktiivisempia paikkakunnalla, jossa vierailivat. Lähes kaikki vastaajat (92 prosenttia) ilmoittivat tekevänsä ruoka- ja elintarvikehankintoja vierailupaikkakunnalla. Vuoteen 2013 verrattuna kasvua oli jopa 31 prosenttiyksikköä. Myös ravintola- ja kahvilapalveluiden suhteen kasvu oli ollut voimakasta. Vuonna 2015 vastaajista 89 prosenttia kertoi käyttävänsä ravintola- ja kahvilapalveluita vierailupaikkakunnalla, kun vuonna 2013 samainen osuus oli 48 prosenttia. Alkoholia Alkosta tai ruokakaupasta osti vuonna 2015 noin kaksinkertainen määrä vastaajia kuin vuonna 2013 (56 prosenttia), kuten myös kestokulutustavaroita (57 prosenttia).

Erilaisia aktiviteetteja ilmoitti tekevänsä lähes 3,5 kertaa enemmän vastaajia (41 prosenttia) kuin vuonna 2013 (12 prosenttia). Polttoainetta ja/tai nestekaasua ilmoitti vierailupaikkakunnalta ostavansa vuonna 2015 lähes kaksi kolmasosaa vastaajista (62 prosenttia), kun vuonna 2013 luku oli hieman alle puolet vastaajista (49 prosenttia).

Vähemmän käytetyistä palveluista teatterissa käyvien osuus oli noussut neljästä prosentista kahdeksaan prosenttiin, kesäjuhlissa ja festivaaleissa käyvien viidestä prosentista 10 prosenttiin ja urheilutapahtumissa käyvien viidestä prosentista 13 prosenttiin.

Ainoastaan tansseissa ja lavatansseissa käyvien osuus oli pienentynyt. Siinä missä vuonna 2013 joka kymmenes vastaaja (10 prosenttia) ilmoitti käyvänsä näissä, vuonna 2015 vastaava osuus oli kahdeksan prosenttia.

Muihin kuin edellä mainittuihin palveluihin ja toimintoihin rahaa kertoi kuluttavansa 10 prosenttia vastaajista, mikä oli kuusi prosenttiyksikköä enemmän kuin vuonna 2013.

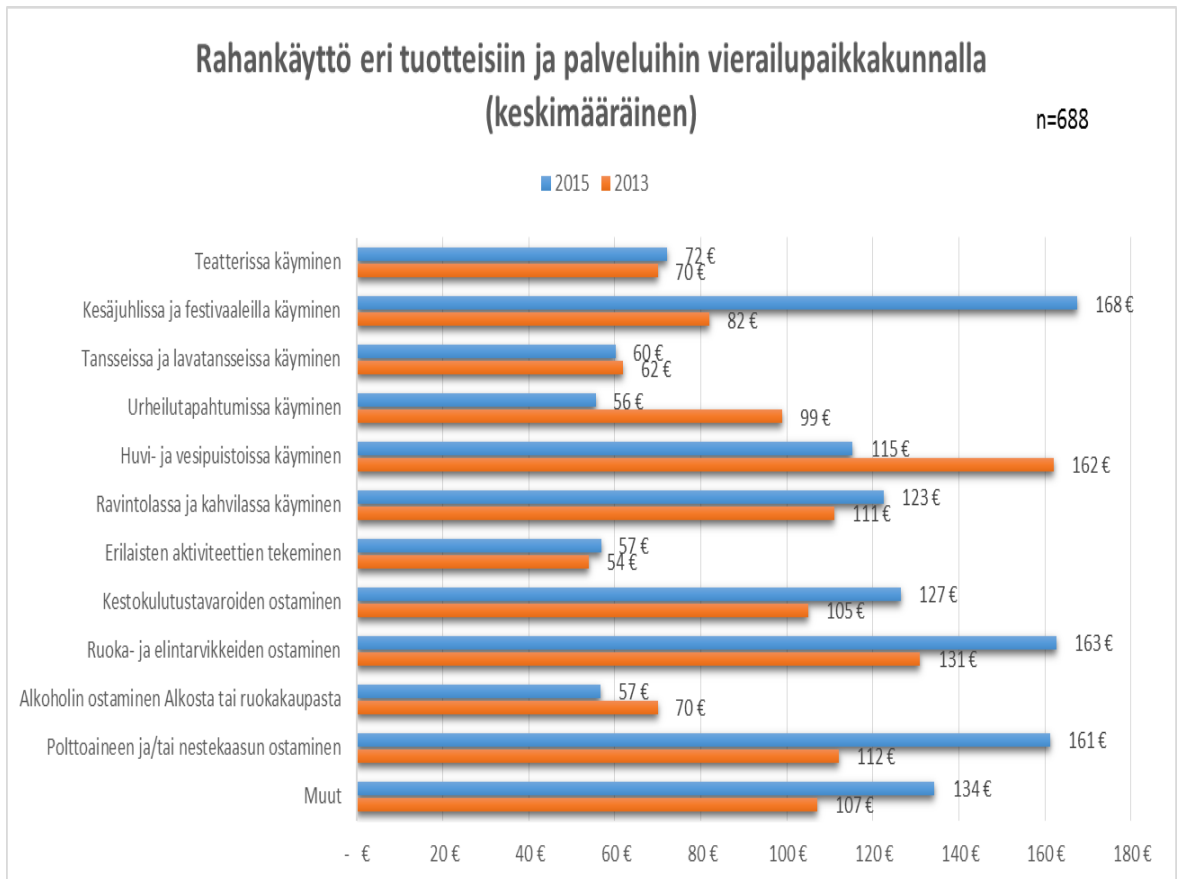


Kuvio 30. Toiminta vierailupaikkakunnalla

Jos rahankäyttöä tarkastellaan vain niiden vastaajien kesken, jotka arvioivat käyttävänsä rahaa kyseisiin palveluihin tai tuotteisiin, näyttäytyy rahankäyttö erilaisena. Tällöin tuloksia voidaan myös verrata vuoden 2013 vastaaviin. Eniten rahaa käytettiin tällöin kesäjuhlissa ja festivaaleilla käymiseen, joihin rahaa leirintämatkailijoille kului keskimäärin 168 euroa.

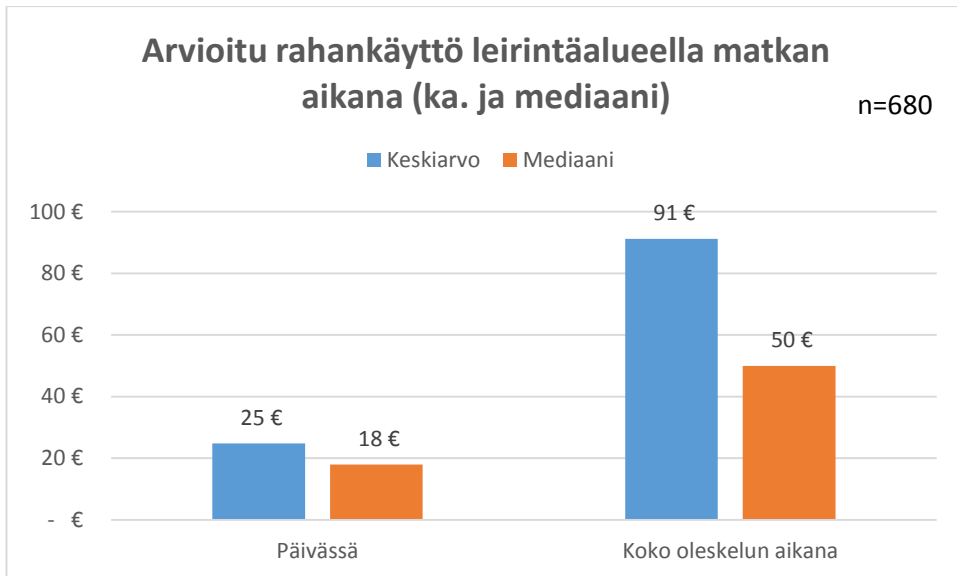
Tämä on yli kaksi kertaa enemmän kuin vuonna 2013, jolloin rahaa vastaaviin palveluihin kului keskimäärin noin 82 euroa. Toiseksi eniten rahaa kulutettiin käyttäjämäärään suhteutettuna ruoka- ja elintarvikeostoksiin, joihin rahaa kului keskimäärin 163 euroa, joka on 31 euroa enemmän kuin vuonna 2013. Kolmanneksi eniten leirintämatkailijat kuluttivat polttoaineen ja nestekaasun ostamiseen, keskimäärin 161 euroa, jossa kasvua kahden vuoden takaiseen on jopa 49 euroa. Neljänneksi eniten rahaa käytettiin kestokulutustavaroitten ostamiseen, 127 euroa, joka oli 4 euroa enemmän kuin ravintoloissa ja kahviloissa käymiseen (123 euroa) kulutettu rahasumma. Vuonna 2013 vastaavat luvut olivat 105 euroa kestokulutustavaroihin ja 111 euroa ravintoloissa ja kahviloissa käymiseen.

Suurinta kulutuksen laskeminen on ollut hivi- ja vesipuistojen osalta. Kun vuonna 2013 näihin kulutettiin keskimäärin 162 euroa, vuonna 2015 kulutus oli enää 115 euroa. Rahan käyttö on vähentynyt 47 euroa. Teatterissa käymiseen kulutettiin nyt keskimäärin kaksi euroa enemmän (72 euroa) kuin vuonna 2013 (70 euroa). Tansseissa ja lavatansseissa muutos oli toisen suuntainen, ja vuonna 2015 näihin käytettiin keskimäärin 60 euroa, kun vuonna 2013 kulutus oli keskimäärin 62 euroa. Erilaisten aktiviteettien tekemiseen käytettiin vuonna 2015 hiukan enemmän rahaa (57 euroa) kuin vuonna 2013 (54 euroa). Myös alkoholin ostamiseen Alkosta tai ruokakaupasta käytettiin keskimäärin 57 euroa vuonna 2015, mikä tarkoittaa 13 euron vähentymistä vuoden 2013 keskiarvoon (70 euroa) verrattuna. Kategorisoiduista palveluista ja tuotteista vähiten rahaa kulutettiin urheilutapahtumissa käymiseen. Vuonna 2015 summa oli pudonnut 43 eurolla keskimäärin 56 euroon, kun vuonna 2013 keskimääräinen kulutus oli 99 euroa.



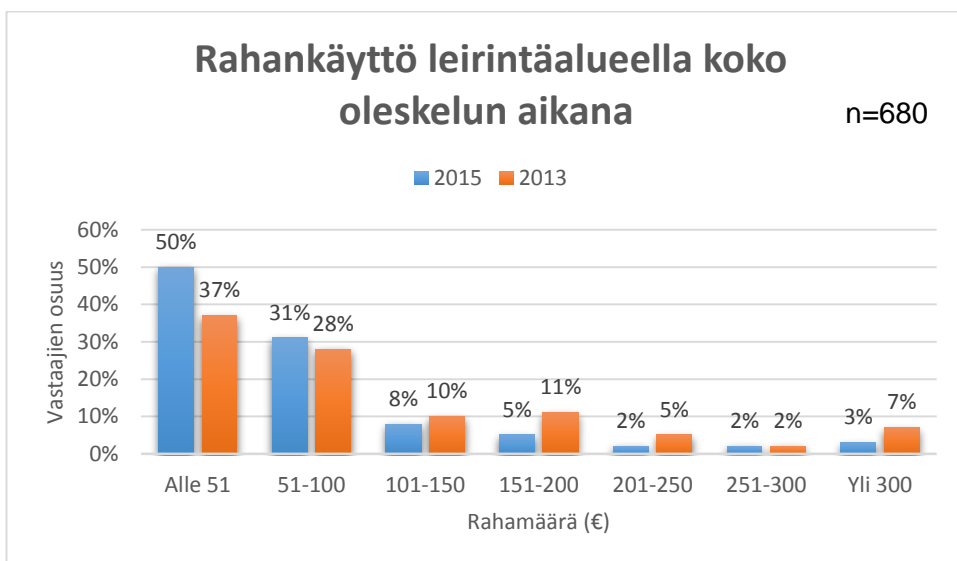
Kuvio 31. Rahankäyttö eri tuotteisiin ja palveluihin vierailupaikkakunnalla

Vastaajia pyydettiin arvioimaan rahankäyttöään myös sillä leirintäalueella, jossa he vastaessaan olivat. Tällä tarkoitettiin leirintäalueen sisäpuolella tapahtuvaa rahankäyttöä sekä leirintämaksuja. Keskimäärin yhden päivän aikana (vastauspäivänä) vastaajat käyttivät 25 euroa ja koko oleskelun aikana 91 euroa. Mediaani oli päiväkohtaisessa kulutuksessa 18 euroa. Koko oleskelun osalta mediaanikulutus oli lähes kaksi kertaa pienempi kuin keskiarvo, eli 50 euroa.



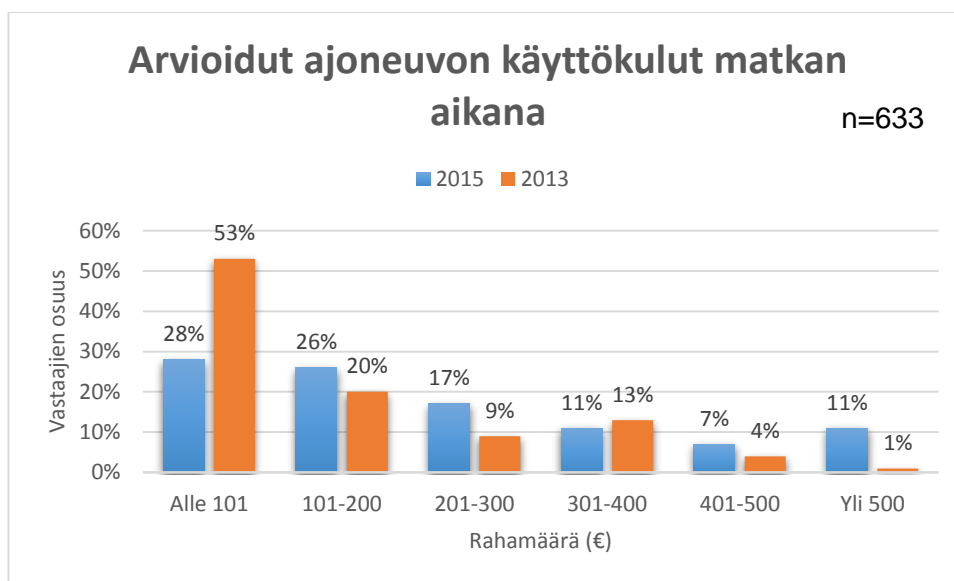
Kuvio 32. Arvioitu rahankäyttö leirintäalueella matkan aikana

Rahankäyttöä koko oleskelun ajalta voidaan verrata myös vuoden 2013 tuloksiin. Tuloksista nähdään, että kulutus itse leirintäalueilla on vähentynyt. Siinä missä vielä vuonna 2013 alle 51 euroa alueilla käytti 37 prosenttia vastaajista, oli vastaava luku vuonna 2015 50 prosenttia vastaajista. 51–100 euroa käyttävien osuus oli kasvanut 28 prosentista 31 prosenttiin. Suurempia rahamääriä käyttävien osuudet sen sijaan olivat laskeneet tai pysyneet samana. Vuonna 2015 vastaajista kahdeksan prosenttia käytti 101–105 euroa, 151–200 euroa viisi prosenttia, 201–250 euroa vain kaksi prosenttia, 251–300 euroa edelleen vain kaksi prosenttia vastaajista ja yli 300 euroa enää kolme prosenttia vastaajista. Vuonna 2013 vastaavat luvut olivat 10 prosenttia (101–150 euroa), viisi prosenttia (151–200 euroa), kaksi prosenttia (201–250 euroa), kaksi prosenttia (251–300 euroa) sekä seitsemän prosenttia (yli 300 euroa).



Kuvio 33. Rahankäyttö leirintäalueella koko oleskelun aikana

Ajoneuvon arvioidut käyttökulut matkan aikana ovat kasvaneet vuosien 2013 ja 2015 välillä. Käyttökuluilla tarkoitetaan polttoaineen, varaosien, korjauspalveluiden sekä muiden huoltotoimenpiteiden ostamista ajoneuvoon. Kun vuonna 2013 vastaajista 53 prosenttia ilmoitti ajoneuvonsa käyttökulujen olevan matkan aikana alle 101 euroa, vuonna 2015 tuo osuus on lähes puolittunut 28 prosenttiin. 101–200 euroa ajoneuvon käyttökuluiksi arvioi 26 prosenttia vastaajista, mikä oli kuusi prosenttiyksikköä enemmän kuin vuonna 2013. Arviolta 201–300 euroa käyttökuluihin käyttävien osuus oli lähes kaksinkertaistunut yhdeksästä prosentista 17 prosenttiin. Sen sijaan 301–400 euroa käyttävien osuudessa oli kahdenprosenttiyksikön lasku 13 prosentista 11 prosenttiin. Arviolta 401–500 euroa käyttävien osuus oli taas kasvanut kahden vuoden takaiseen verrattuna kolme prosenttiyksikköä seitsemään prosenttiin. Huomattava muutos tapahtui arviolta yli 500 euroa käyttökuluihin käyttävien osuudessa. Kun vuonna 2013 tämä osuus oli vain yhden prosentin kaikista vastaajista, niin vuonna 2015 useampi kuin joka kymmenes (11 prosenttia) arvioi käyttävänsä yli 500 euroa ajoneuvonsa käyttökuluihin matkan aikana.



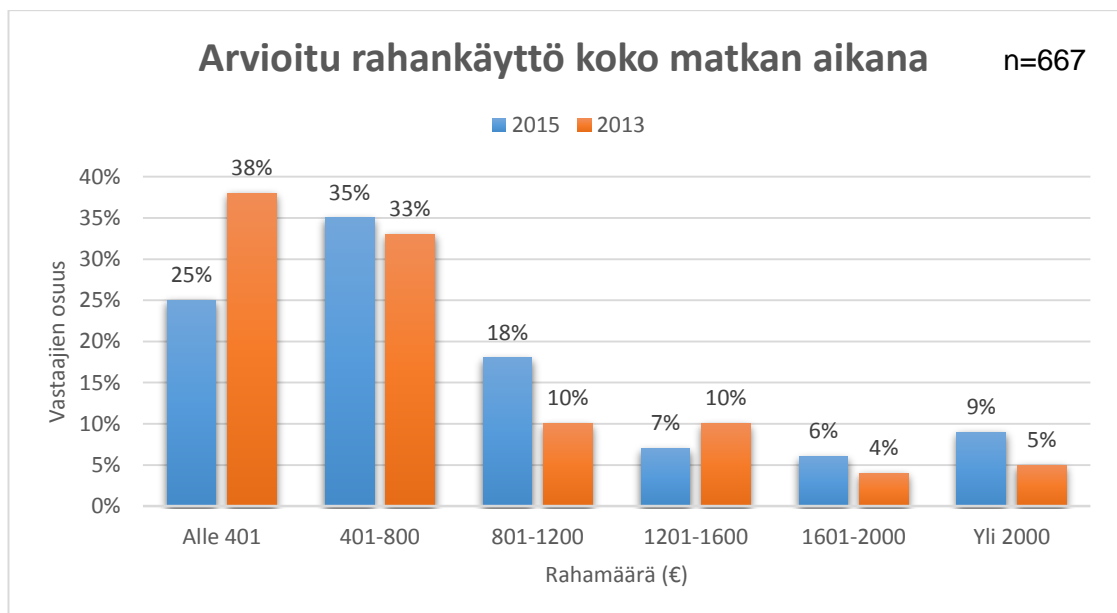
Kuvio 34. Arvioidut ajoneuvon käyttökulut matkan aikana

Viimeisessä rahankäyttöä koskevassa kysymyksessä vastaajia pyydettiin arvioimaan rahankäyttöään koko matkan aikana kaikkeen mahdolliseen, eli paljonko vastaajilla kuluisi arviolta rahaa matkansa toteuttamiseen. Vuonna 2015 kaikkien vastaajien keskiarvo oli 991 euroa matkaa kohden. Vuoteen 2013 verrattuna keskiarvo on noussut hieman yli 200 euroa, kun keskiarvo oli tuolloin 783 euroa matkaa kohden. Vuonna 2015 vain kotimaisten leirintämatkailijoiden matkakohtainen keskiarvo oli 817 euroa, ja vain ulkomaalaisten 1821 euroa. Ulkomaalaiset matkailijat arvioivat käyttävänsä siis huomattavasti enemmän rahaa

koko matkan aikana kuin kotimaiset matkailijat. Kaikkien vastaajien mediaani asettui 700 euron kohdalle, mikä on lähempänä vuoden 2013 kuin 2015 keskiarvoa.

Suurin muutos oli tapahtunut alle 401 euroa kuluttavien osuudessa. Osuus oli pienentynyt kahdessa vuodessa 38 prosentista (v. 2013) 25 prosenttiin (v. 2015). Sen sijaan 401–800 euroa käyttävien osuus oli noussut hieman yli kolmasosaan vastaajista (35 prosenttia) vuonna 2015, kun vuonna 2013 osuus oli yhden kolmasosan (33 prosenttia) vastaajista. 801–1200 euroa käyttävien osuus oli myös noussut ollen 18 prosenttia, kun vuonna 2013 osuus oli 10 prosenttia.

Pientä laskua oli 1201–1600 euroa käyttävien osuudessa. Vuoden 2015 osuus oli seitsemän prosenttia ja kahta vuotta aiemmin 10 prosenttia vastaajista. 1601–2000 euroa käyttävien osuus oli noussut maltilliset kaksi prosenttiyksikköä vuodesta 2013, ja osuus oli nyt kuusi prosenttia. Sen sijaan yli 2000 euroa koko matkan aikana käyttävien osuus oli lähes kaksinkertaistunut, mikä osaltaan selittää myös keskiarvon kasvun suurta nousua. Yli 2000 euroa matkansa aikana kulutti vuonna 2015 yhdeksän prosenttia vastaajista, kun vielä vuonna 2013 osuus oli viisi prosenttia vastaajista.



Kuvio 35. Arvioitu rahankäyttö koko matkan aikana

Taulukossa 1 on kuvattu leirintämatkailijoiden rahankäyttöä ikäryhmittäin. Taulukossa x-akselilla näkyy ikäryhmä ja y-akselilla palvelun tai tuotteen nimi. Soluissa on tummenneulla vuoden 2015 keskimääräinen rahasumma, jonka palvelun tai tuotteen käyttäjät siihen

kuluttivat. Prosentti kertoo sen prosenttiosuuden, joka kyseistä ikäryhmästä ilmoitti käyttävänsä rahaa kyseiseen palveluun tai tuotteeseen. Suluissa olevat arvot ovat vuoden 2013 vastaavat.

Taulukko 1. Leirintämatkailijoiden rahankäyttö ikäryhmittäin

Palvelu	Alle 25 vuotta (n=29)	25-34 vuotta (n=142)	35-49 vuotta (n=219)	50-64 vuotta (n=210)	Yli 64 vuotta (n = 88)	Koko aineisto (n=688)
Teatteri	0 € (0 €)	73€ (61 €) 1 % (3 %)	92 € (46 €) 3 % (2 %)	68 € (85 €) 13 % (8 %)	71 € (43 €) 26 % (8 %)	72€ (70 €) 8 % (4 %)
Kesäjuhla / festivaali	95 € (50 €) 14 % (4 %)	99 € (75 €) 8 % (3 %)	210€ (101€) 8 % (8 %)	181 € (49 €) 14 % (4 %)	158€ (0 €) 7 %	168€ (82 €) 10 % (5 %)
Tanssit / lavatanssit	55 € (40 €) 7 % (10 %)	54 € (116 €) 5 % (6 %)	71€ (66 €) 7 % (7 %)	63 € (57 €) 10 % (12 %)	46 € (44 €) 10 % (16 %)	60€ (62 €) 8 % (10 %)
Urheilutapahtuma	40 € (90 €) 10 % (6 %)	45 € (10 €) 13 % (1 %)	39 € (138 €) 11 % (6 %)	63 € (57 €) 12 % (5 %)	80 € (40 €) 20 % (3 %)	56 € (99 €) 13 % (5 %)
Huvi- / vesipuisto	89 € (105 €) 35 % (13 %)	113€ (129€) 41 % (28 %)	136€ (183€) 45 % (34 %)	93 € (138 €) 21 % (8 %)	62 € (28 €) 15 % (5 %)	115 € (162 €) 32 % (21 %)
Ravintola / kahvila	68 € (77 €) 90 % (42 %)	92€ (111 €) 94 % (50 %)	131€ (123€) 89 % (48 %)	131 € (99 €) 90 % (47 %)	150€ (119€) 86 % (55 %)	123 € (110 €) 89 % (48 %)
Erilaiset aktiviteetit	22 € (49 €) 41 % (15 %)	39 € (73 €) 45 % (17 %)	59 € (56 €) 49 % (12 %)	70 € (46 €) 32 % (10 %)	66 € (22 €) 37 % (8 %)	57 € (54 €) 41 % (12 %)
Kestokulutustavarat	107 € (60 €) 51 % (19 %)	96 € (78 €) 51 % (32 %)	138€ (119€) 59 % (28 %)	138€ (116€) 62 % (27 %)	120 € (80 €) 65 % (32 %)	127 € (105 €) 57 % (28 %)
Ruoka / elintarvike	85 € (91 €) 93 % (63 %)	109€ (160€) 93 % (62 %)	164€ (139€) 94 % (61 %)	188€ (124€) 91 % (60 %)	227€ (119€) 97 % (66 %)	163 € (131 €) 92 % (61 %)
Alkoholi	60 € (72 €) 72 % (19 %)	54 € (61 €) 54 % (26 %)	48 € (61 €) 62 % (27 %)	64 € (92 €) 54 % (23 %)	71 € (58 €) 48 % (37 %)	57 € (70 €) 56 % (25 %)
Polttoaine / neste-kaasu	116 € (78 €) 48 % (27 %)	179€ (108€) 51 % (44 %)	127 € (98 €) 69 % (44 %)	191€ (129€) 62 % (48 %)	174€ (136€) 70 % (61 %)	161 € (112 €) 62 % (45 %)
Muut asiat	128€ (0 €) 7 %	79 € (180 €) 8 % (4 %)	74 € (121 €) 12 % (5 %)	216 € (62 €) 8 % (5 %)	191€ (100€) 17 % (3 %)	134 € (106 €) 10 % (4 %)

Eniten rahaa matkansa aikana eri palveluihin ja tuotteisiin kuluttivat 50–64 vuotiaat, keskimäärin 1466 euroa. Kuten myös vuonna 2013, niin vuonna 2015 vähiten rahaa matkansa aikana kuluttivat alle 25 vuotiaat, keskimäärin 865 euroa. Kaikissa ikäryhmissä rahaa käytettiin useimmiten ruoka- ja elintarvikeostoksiin, joihin jokaisessa ikäryhmässä yli 90 prosenttia vastaajista ilmoitti käyttävänsä rahaa.

Vuonna 2015 kaikissa ikäryhmissä käytettiin rahaa huomattavasti enemmän kesäjuhliin ja festivaaleille kuin vuonna 2013. Sen sijaan alkoholin ostamiseen käytettävä rahasumma oli pienentynyt kaikissa ikäryhmissä paitsi yli 64 vuotta olevissa, joskin alkoholia ilmoitti ostavansa kuitenkin huomattavasti suurempi osuus vastaajista. Yleisesti ottaen kaikkien palveluiden ja tuotteiden ostaminen on yleistynyt. Erityisen suuria kasvuja on nähtävissä 50–64 vuotiaiden sekä yli 64 vuotiaiden ikäryhmissä.

Suosituimmat majoitusmuodot matkan aikana vaihtelivat ikäryhmittäin. Alle 25-vuotiaiden keskuudessa suosituin majoitusvaihtoehto oli joko mökki tai teltta. Mökki oli suosituin majoitusvaihtoehto myös 25–34-vuotiaiden keskuudessa. Muissa ikäryhmissä suosituin vaihtoehto oli joko matkailuauto tai -vaunu. Mökki- sekä telttamajoituksen suosio oli kuitenkin kasvanut kaikissa ikäluokissa vuoteen 2013 verrattuna. Taulukossa 2 nähtävät tulokset kertovat sekä vuoden 2015 että vuoden 2013 luvut. Vuosi 2015 on soluissa tummennettuna ja vuosi 2013 suluissa. Ensimmäinen luku kertoo majoitusmuodon käyttäjien absoluuttisen määrän ja prosenttiluku osuuden, kuinka monessa vastauksessa kerrottiin käytettävän tätä (y-akseli) majoitusvaihtoehtoa matkan aikana.

Taulukko 2. Majoitusmuoto matkan aikana ikäryhmittäin

Majoitusmuoto	Alle 25 vuotta (n=37)	25-34 vuotta (n=158)	35-49 vuotta (n=247)	50-64 vuotta (n=245)	Yli 64 vuotta (n=102)	Koko aineisto (n=789)
Matkailuauto	8 (16) 22 % (33 %)	26 (41) 17 % (53 %)	72 (87) 29 % (38 %)	132 (88) 54 % (48 %)	54 (18) 53 % (47 %)	292 (250) 37 % (44 %)
Matkailuvaunu	3 (5) 8 % (10 %)	45 (18) 29 % (23 %)	79 (86) 32 % (38 %)	56 (66) 23 % (36 %)	31 (16) 30 % (42 %)	213 (191) 27 % (33 %)
Mökki	14 (8) 38 % (17 %)	65 (15) 41 % (19 %)	73 (36) 30 % (16 %)	51 (21) 21 % (11 %)	15 (2) 15 % (5 %)	220 (82) 28 % (14 %)
Huone	0 (3) 0 % (6 %)	2 (0) 1 % (0 %)	0 (0)	0 (4) 0 % (2 %)	0 (1) 0 % (3 %)	2 (9) 0,3 % (2 %)
Teltta	14 (16) 38 % (33 %)	25 (4) 16 % (5 %)	29 (17) 12 % (8 %)	7 (4) 3 % (2 %)	3 (1) 3 % (3 %)	79 (42) 10 % (7 %)
Muu	1 (0) 3 % (0 %)	0 (0)	1 (0) 0,5 % (0)	0 (0)	1 (0) 1 % (0 %)	3 (0) 0,4 % (0 %)

Kaikissa muissa ikäluokissa paitsi 50–64-vuotiaissa suosituin kulkuneuvo oli auto. 50–64-vuotiaat olivat hieman useammin liikkeellä matkailuautolla Taulukossa ”Auto” käsittää myös auto ja matkailuvaunu -yhdistelmän, joka oli oma vastausvaihtoehtonsa vuoden 2015 haastattelulomakkeessa mutta ei vuoden 2013. Polkupyörä on kasvattanut hieman suosiotaan kulkuneuvona, kun taas matkailuauton suhteellinen suosio on hieman laske-
nut.

Vastaajat saattoivat valita kulkuneuvoa kertoessaan useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon. Prosenttiluku kertoo kuinka suuri osuus vastaajista kertoi käyttävänsä kyseistä kulkuneuvoa matkallaan pääasiallisena kulkuneuvona. Solun ylemmällä rivillä oleva luku kertoo vastausten absoluuttisen määrän. Vuoden 2015 luvut ovat tummennettuina ja vuoden 2013 suluissa.

Taulukko 3. Pääasiallinen kulkuneuvo ikäryhmittäin

Kulku- neuvo	Alle 25 vuotta (n=35)	25-34 vuotta (n=156)	35-49 vuotta (n=226)	50-64 vuotta (n=245)	Yli 64 vuotta (n=102)	Koko ai- neisto (n=764)
Auto	25 (30) 71 % (67 %)	129 (45) 81 % (59 %)	162 (145) 66 % (64 %)	114 (97) 47 % (53 %)	52 (21) 52 % (55 %)	482 (338) 63 % (59 %)
Matkai- luauto	8 (13) 23 % (29 %)	23 (30) 15 % (39 %)	70 (77) 29 % (34 %)	129 (80) 53 % (43 %)	52 (17) 51 % (45 %)	282 (217) 37 % (38 %)
Moot- tori- pyörä	0 (1) 0 % (2 %)	3 (1) 2 % (0)	1 (2) 0,5 % (1 %)	2 (6) 1 % (3 %)	0 (0)	6 (10) 1 % (2 %)
Polku- pyörä	2 (0) 6 % (0 %)	3 (0) 2 % (0 %)	8 (2) 3 % (1 %)	5 (1) 2 % (1 %)	1 (0) 1 % (0 %)	19 (3) 3 % (1 %)
Muut	0 (1) 0 % (2 %)	4 (0) 3 % (0 %)	7 (0) 3 % (0 %)	0 (0)	0 (0)	11 (1) 1 % (0 %)

Leirintämatkojen kesto vuorokausina sekä pituus kilometreinä olivat kasvaneet huomatta-
vasti. Koko aineiston osalta matka kesti vuonna 2015 keskimäärin 11 vuorokautta, kun
vastaava luku vuonna 2013 oli seitsemän vuorokautta. Ajokilometreissä mitattuna keski-
määräinen matkan pituus oli kasvanut 2600 kilometristä 3518 kilometriin, joskin vuoden
2015 mediaani asettui 2500 kilometriin.

Yli 64 vuotiaiden matkan keskimääräinen kesto vuorokausissa oli kaksinkertaistunut, ja vuonna 2015 matka kesti keskimäärin 19 vuorokautta. On kuitenkin huomioitava, että maksimiarvo oli 140 ja mediaani 10 vuorokautta, joka on huomattavasti lähempänä vuoden 2013 keskiarvoa (8 vuorokautta). 25–34-vuotiaat olivat ainoa ikäryhmä, jossa keskimääräinen matkanpituus oli laskenut. Alle 25-vuotiaat tekivät lyhyempiä matkoja, ja niin vuorokausissa kuin kilometreissäkin mitattuna heidän matkansa olivat selkeästi alle keskiarvon. Taulukossa 4 ylemmät ja tummennetut arvot ovat vuoden 2015 tuloksia, ja alapuolella olevat vuoden 2013 tuloksia.

Taulukko 4. Leirintämatkojen tiedot ikäryhmittäin 2015 ja 2013 (keskiarvo)

Viimeisimmän leirintämatkan tiedot	Alle 25 vuotta	25 – 34 vuotta	35 – 49 vuotta	50 – 64 vuotta	Yli 64 vuotta	Koko aineisto
Matkan kesto (vuorokautta)	2 n=35	8 n=153	11 n=240	12 n=235	19 n=98	11 n=761
	6 n=48	10 n=78	6 n=226	7 n=183	8 n=37	7 n=572
Viipymä yhdellä leirintä-alueella matkan aikana (vuorokautta)	2 n=2	2 n=153	4 n=239	4 n=235	8 n=97	4 n=759
	4 n=43	4 n=69	3 n=199	2 n=154	2 n=33	3 n=498
Leirintämatkojen määrä yhteensä vuonna (kpl)	2 n=34	3 n=3	4 n=236	7 n=217	6 n=91	5 n=725
	4 n=43	12 n=72	4 n=212	6 n=171	4 n=34	6 n=532
Leirintämatkojen pituus yhteensä (km)	1722 n=35	2414 n=148	2730 n=234	4799 n=220	4879 n=88	3518 n=725
	1568 n=39	2880 n=69	2246 n=206	3192 n=168	2423 n=32	2600 n=514

Suomalaisten ja ulkomaalaisten tekemät matkat poikkeavat jonkin verran toisistaan. Tiivistettynä voi sanoa, että ulkomaalaiset leirintämatkailijat tekevät pidempiä matkoja ja kuluttavat enemmän rahaa. Ulkomaalaiset käyttivät rahaa koko matkan yli kaksi kertaa enemmän kuin suomalaiset, ja heidän matkansa olivat keskimäärin 10 päivää pidempiä. Suomalaisien suosituin matkustuskuukausi oli heinäkuu, ja ulkomaalaisten kesäkuu. Suomalaisien matkaseurueeseen kuului keskimäärin kaksi aikuista ja yksi lapsi, kun ulkomaalaisille tyypillisin matkaseurue käsitti vain kaksi aikuista.

Taulukko 5. Suomalaisien ja ulkomaalaisten matkojen tiedot vuonna 2015 (keskiarvot)

Leirintämatkojen tiedot	Suomalaiset	Ulkomaalaiset
Matkaseurueen koko	2 aikuista 1 lapsi n=631	2 aikuista 0 lasta n=148
Matkan pituus (vrk)	9 n=618	19 n=139
Viipymä yhdellä leirintä- alueella matkan aikana (vrk)	4 n=43	4 n=69
Viipymä muualla matkan aikana (vrk)	5 n=607	13 n=129
Leirintämatkojen määrä vuonna 2015 (kpl)	5 n=592	3 n=130
Suosituin matkustuskuu- kausi	Heinäkuu n=625	Kesäkuu n=145
Ajokilometrit yhteensä leirintämatkoilla 2015 (km)	3257 n=594	4718 n=128
Ajokilometrit yhteensä leirintämatkoilla Suo- messä 2015 (km)	2951 n=594	1828 n=126
Rahankäyttö leirintäalu- eilla (koko oleskelun ai- kana, euroa)	87 n=570	116 n=107
Ajoneuvon käyttökulut (koko matkan aikana, eu- roa)	259 n=535	570 n=95

Rahankäyttö koko matkan aikana (yhteensä, euroa)	817 n=549	1821 n=115
---	---------------------	----------------------

6.7 Millainen on leirintämatkailija?

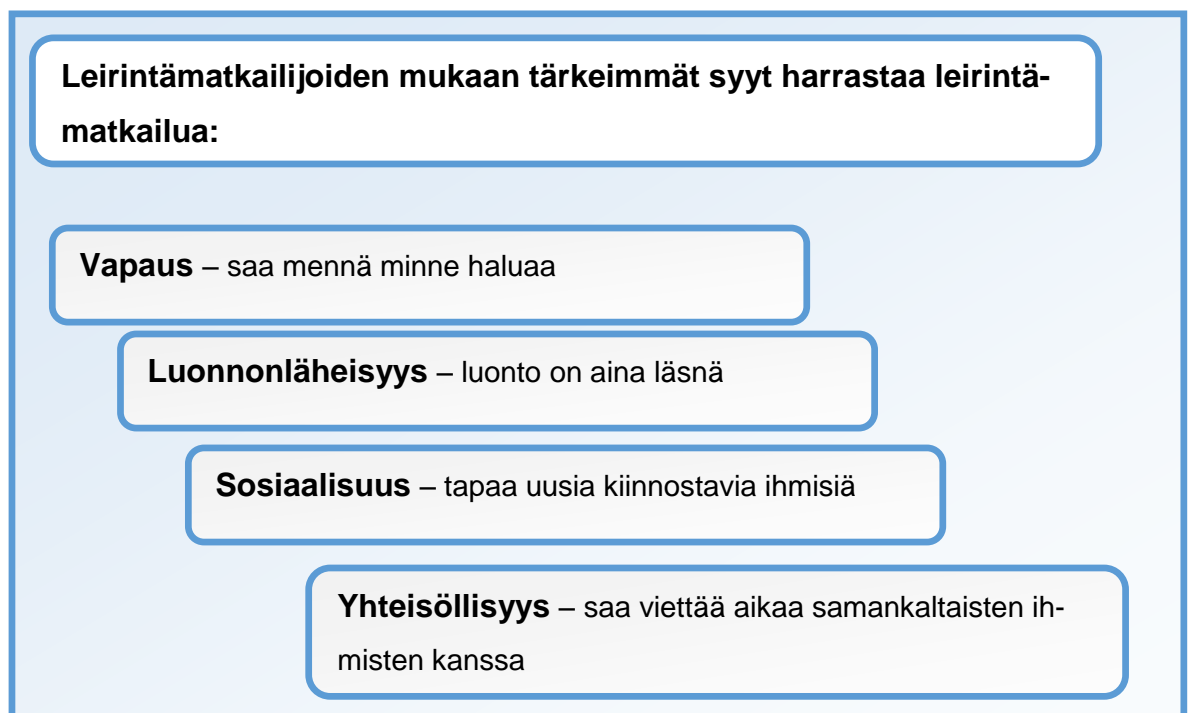
Tulosten pohjalta voidaan tehdä johtopäätöksiä. Kuvassa 5 on luotuna tiivistetty profiili vuoden 2015 tyyppillisestä leirintämatkailijasta. Leirintämatkailija on lähes yhtä usein mies kuin nainen, ja iältään todennäköisimmin 35–64-vuotias. Hän on hyvätuloinen, ja hänen taloutensa yhteenlasketut bruttovuositulot ovat yli 60 001 euroa. Todennäköisimmin hän matkustaa kesällä (kesä-elokuussa) matkailuautolla, ja matka kestää keskimäärin yhdeksän päivää. Matkaseurueen koko on tyyppillisesti kaksi aikuista ja yksi lapsi. Matkan aikana leirintämatkailija kuluttaa rahaa keskimäärin 90 euroa päivässä.



Kuva 5. Tyypillinen leirintämatkailija.

Vaikka leirintämatkailija on tyyppillisesti 35–65-vuotias henkilö, on nuorten (alle 25-vuotiaat) määrä lisääntynyt. Leirintämatkailu ei ole vain vanhempien harrastus. Tämä on lupaava tieto erityisesti yrittäjille. Alalla toimivat yritykset ovat huomanneet asiakaskunnan ikääntyvän, ja ovat yrittäneet houkuttaa yhä voimakkaammin nuoria mukaan harrastamaan leirintämatkailua ja elämään karavaanarielämää (Siljamäki 17.9.2015).

Tuloksista kävi ilmi, että leirintämatkailua harrastavat ihmiset ovat hyvin sitoutuneita harrastukseensa. 84 prosenttia vastaajista kertoi aikovansa tehdä samanlaisen matkan myös ensi vuonna, ja 94 prosenttia piti itseään potentiaalisena leirintämatkailun harrastajana. Motiivit leirintämatkailun harrastamiselle (kuva 4) ovat erityisesti tunne vapaudesta, luonnonläheisyys ja sosiaalisuus sekä yhteisöllisyys. Syyt harrastamiselle näyttävätkin olevan pitkälti tunteisiin liittyviä, eikä niinkään konkreettisia yksittäisiä asioita. Tulosten valossa leirintämatkailu on siis ennen muuta sosiaalista toimintaa. Vuoden 2013 tutkimuksessa, jossa haastateltiin myös leirintäalueyrittäjiä, yrittäjät eivät nähneet yhteisöllisyyteen ja sosiaalitoihin panostamista tärkeänä menestystekijänä leirintäalueen kannalta. Nyt saadut tulokset kuitenkin näyttävät, että ne ovat tärkeitä syitä harrastaa leirintämatkailua.



Kuva 4. Tärkeimmät syyt harrastaa leirintämatkailua

7 Pohdinta

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää leirintämatkailijoiden rahankäyttöä. Tämä tavoite täyttyi, kuten luvun 6 tuloksista on nähtävissä. Tässä luvussa tarkastellaan tutkimuksen luotettavuutta sekä esitellään johtopäätökset ja kehitysehdotukset.

7.1 Rahankäyttö leirintämatkoilla

Leirintämatkailijoiden rahankäyttöä koskien tulokset olivat positiivisia. Leirintämatkailijat käyttävät enemmän rahaa matkoillaan kuin vuonna 2013. Kahdessa vuodessa matkaseurueen rahankäyttö oli kasvanut noin 200 eurolla, ollen vuonna 2015 keskimäärin 991 euroa seuruetta kohden. Suomalainen matkaseurue käytti keskimäärin 817 euroa, joka on myös suurempi kuin vuoden 2013 keskiarvo. Ulkomaalaisten rahankäyttö oli merkittävästi suurempaa. Ulkomaalainen matkaseurue käytti matkoillaan keskimäärin 1821 euroa. Seurueiden päiväkohtainen kulutus oli kasvanut noin 20 eurolla kahdessa vuodessa 225 euroon. Valtaosa tästä 225 eurosta kohdistuu leirintäalueen ulkopuolelle. Tulosten valosta tarkasteltuna näyttäisi siltä, että Hollowayn ym. (2012, 57) väittämää leirintämatkailun vähisestä taloudellisesta hyödystä vierailupaikkakunnalle ei voida ainakaan suoraan allekirjoittaa.

Tulosten perusteella talouden laskusuhdanteella ei näyttäisi olevan ollut vaikutusta leirintämatkailuun. Kaikkia kysytyjä tuotteita ja palveluita käytetään vierailupaikkakunnalla kuin aiemmin. Ainoastaan itse leirintäalueilla kulutettava rahasumma on vähentynyt. Muutoin lisääntynyt kulutus luo kuitenkin mahdollisuuksia myös leirintäalueyrittäjille. Kun asiakkaat ovat valmiita kuluttamaan, voisivat leirintäalueyrittäjät päästä paremmin hyötymään kasvaneesta kulutuksesta tarjoamalla enemmän ja laadukkaampia palveluita leirintäalueen sisäpuolella. Maltilliset hintakorotukset leirintäalueilla ovat mahdollisia, sillä hinta ei tulosten perusteella ollut merkittävin leirintämatkailun syy.

Tutkimuksessa ei tutkittu sitä, minkä takia ihmiset kuluttavat rahaa johonkin tuotteeseen tai palveluun. Näin ollen ei voida sanoa, mistä syystä rahankäytön kasvu johtuu. Keskimääräinen matkan kesto on kasvanut kahdella vuorokaudella kahdessa vuodessa. Yleisesti ottaen voidaan ajatella, että pidemmällä matkalla rahaa kuluu enemmän. Väittämä vaatisi kuitenkin tutkimista.

7.2 Leirintämatkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset

Leirintämatkailulla on monenlaisia vaikutuksia alueellisesti. Haaga-Helia ammattikorkeakoulun työntekijät, yliopettaja Teemu Moilanen ja tutkimusmenetelmien lehtori Kristiina

Adamsson, laskivat tulosten pohjalta leirintämatkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset. Näistä laadittiin neljän sivun mittainen esite. Esite on nähtävissä raportin lopussa liitteenä (liite 2). Esitteen graafisesta suunnittelusta vastasi Teemu Lahu Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta.

7.3 Tutkimuksen hyödynnettävyys

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kuinka paljon leirintämatkailijat kuluttavat rahaa matkoillansa eri palveluihin ja tuotteisiin. Tämä tavoite saavutettiin. Lisäksi saatiin arvokasta tietoa leirintämatkailijoiden taustoista, matkoista ja heidän toiveistaan leirintäalueita kohtaan. Erityisen arvokasta tietoa on nimenomaan leirintämatkailualan toimijoille, kuten leirintäalueilla. Tutkimuksen toimeksiantajat Suomen Leirintäalueyhdistys ja SF-Caravan pystyvät tutkimustulosten avulla osoittamaan leirintämatkailun merkittävän roolin esimerkiksi kuntapäätäjillä, sillä monet leirintäalueista ovat edelleen vuokralla kuntien omistamilla mailla.

Leirintäalueet voivat tutkimustulosten pohjalta suunnitella toimintaansa. Tulokset kertovat sen, millaisia palveluita leirintämatkailijat käyttävät ja mistä he ovat kiinnostuneita. Tulosten perusteella leirintäalueet voivat kohdistaa yhteistyötoimenpiteitä paikkakunnalla sellaisiin palveluntarjoajiin, joihin leirintämatkailijat selkeästi käyttävät rahaa. Tutkimustulokset saattavat myös saada leirintäalueet tarkastelemaan toimintaansa uudella tavalla. Lisäksi yrittäjät voivat pohtia, kuinka hyvin heidän oma (leirintäalueen) tarjonta vastaa leirintämatkailijoiden tottumuksia ja toiveita.

Ennen muuta tutkimustuloksilla on merkitystä osoittamaan, että leirintämatkailussa liikkuu rahaa. Leirintämatkailijat kuluttavat, ja kulutus on kasvussa. Lisäksi matkat ovat lisääntyneet sekä pidentyneet. Monet leirintäalueista sijaitsevat pienemmällä paikkakunnalla, joissa leirintämatkailulla voi tai voisi olla merkittävä rooli paikkakunnalle.

7.4 Kehitysehdotukset ja tutkimuksen luotettavuus

Tutkimustulosten perusteella leirintäalueiden kannattaa tiivistää yhteistyötä paikallisten palveluntarjoajien kanssa tai parantaa omaa palvelu- ja tuotetarjontaansa. Rahankäyttö oli lisääntynyt, mutta rahankäyttö itse leirintäalueilla vähentynyt. Näyttää siis siltä, että vaikka leirintämatkailijat ovatkin halukkaita käyttämään palveluita ja ostamaan tuotteita, he eivät löydä niitä leirintäalueilta. Leirintäalueiden on tuotava palvelut ja tuotteet helposti asiakkaan saataville. Välittämällä joitakin tuotteita, voi leirintäalue saada lisämyyntiä. Kokemuksen, ja vastausten määrän, perusteella Härmälä Tampere Camping oli tutkimuksen alu-

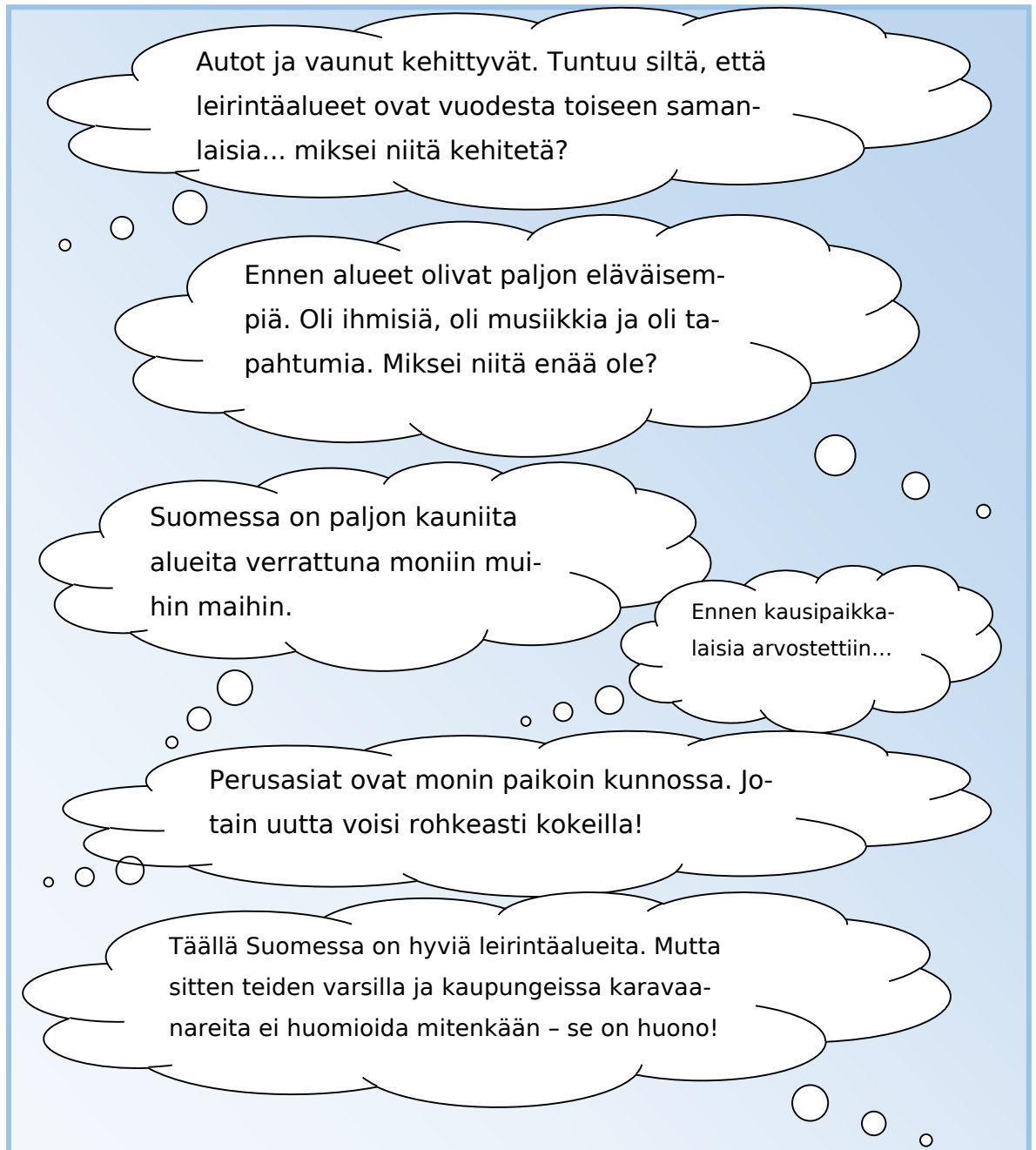
eista vilkkain. Leirintäalueella oli tarjolla paljon erilaisia tuotteita ja aktiviteetteja, ja vastaanotosta pystyi ostamaan mm. lippuja Särkänniemen huvipuistoon. Eräs leirintäalueyrittäjä myös toteaa, että enää ei riitä pelkkä kaunis paikka, vaan myös aktiviteetteja ja tekemistä pitää olla tarjolla (Vanhanen 2015).

Matkailuajoneuvotuoja ry:n toiminnanjohtaja Antti Siljamäki kertoi Lahden Caravan-messuilla, että leirintämatkailuun kaivataan erityisesti lisää nuoria harrastajia (17.9.2015). Nuorten houkuttelemiseksi leirintäalueiden tulisi panostaa entistä enemmän markkinointiin, erityisesti sosiaalisessa mediassa. Tällä hetkellä usea leirintäalue ei käytä esimerkiksi Facebookia tai Instagramia, jotka ovat nuorten suosiossa. Erityisesti Instagramin käyttäminen kasvaa, ja Suomessa 40 prosenttia 15–24-vuotiasta ilmoitti käyttävänsä sitä vuonna 2015 (Talouselämä, 2015). Saadakseen nuoret kiinnostumaan alasta, on oltava siellä missä nuoret ovat. Leirintäalueyrittäjä mainitsivat jo vuonna 2013 luonnonläheisyyden ja leirintäalueen sijainnin merkittävinä menestystekijöinä. Instagram, joka perustuu täysin kuvien jakamiselle, olisi erinomainen paikka tuoda näitä asioita esille.

Leirintäalueilla asiakkaat toivoivat, että leirintäalueet kehittyisivät. Jokaisella vierailulla alueella ihmiset toivoivat, että alueista pidettäisiin huolta, rakennuksia kunnostettaisiin ja toimintaa nykyaikaistettaisiin. Ongelma on se, että monilla leirintäalueilla maa-alueet ja rakennukset omistavat kunta, ja kunnat osallistuvat yrittäjien mukaan heikosti leirintäalueiden kehittämiseen (Hänninen ym. 2013, 68–69). Positiivisten tulosten avulla kuntapäätäjille on mahdollista osoittaa leirintämatkailun merkittävyys.

Erityisesti ulkomaalaiset leirintämatkailijat ihmettelivät niin sanottujen stellplatzien puuttamista Suomessa. Stellplatzit ovat joko ilmaisia tai maksullisia leirintäpaikkoja, jotka sijaitsevat tyypillisesti kaupunkien keskustojen tuntumassa. Paikkoja voi olla esimerkiksi parkkipaikoilla, vaunuliikkeiden pihoissa tai hotellien yhteydessä. (SF-Caravan, 2015d.) Stellplatzeilla leirintäpaikat voitaisiin tuoda lähemmäksi kaupunkien palveluja.

Vierailuilla leirintäalueilla monet kyselyyn vastanneista ihmisistä kertoivat lomakkeen täyttämisen jälkeen omia ajatuksiaan leirintämatkailusta. Näitä ajatuksia ja kertomuksia ei ole sisällytetty tuloksiin, sillä ne eivät olleet vastauksia mihinkään tiettyihin kysymyksiin. Kuvaan 6 on koottu ajatuskupliin näitä ajatuksia. Keskusteluissa kävi ilmi, että moni leirintämatkailija näki asioiden ennen olleen paremmin, tai koki, että leirintäalueet eivät ole pysyneet kehityksessä mukana.



Kuva 6. Leirintämatkailijoiden ajatuksia

Tutkimustulosten luotettavuutta tarkastellessa puhutaan tutkimuksen validiteetista ja reliabiliteetista. Validiteetti ilmaisee, missä määrin on mitattu juuri sitä, mitä haluttiin ja pitikin mitata (Holopainen ym. 2004, 14). Reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen luotettavuutta; kuinka hyvin tutkimus kykenee antamaan ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimus on sitä luotettavampi mitä vähemmän sattuma on vaikuttanut tuloksiin. (Valli 2015, 139.)

Tämän tutkimuksen validiteetin voidaan todeta olevan hyvä, sillä kysymykset keskittyivät rahankäyttöön. Tutkimuksen validius on hyvä, kun valitut muuttujat mittasivat sitä mitä haluttiin (Grönroos 2003, 16). Kysymykset oli valittu tarkasti, ja niitä muokattiin aiemmasta

tutkimusta satujen kokemusten perusteella. Vaikeasti ymmärrettäviä kysymyksiä selkeytettiin, ja vastaajien oli helppo ymmärtää kysymykset niin kuin oli tarkoitettu. Tarvittaessa tutkija pystyi selventämään kysymyksiä vastaustilanteessa. Ennen kaikkea kysymykset vastasivat tutkimusongelmaan, eli kuinka ja kuinka paljon leirintämatkailijat käyttävät rahaa. Raha on selkeä käsite, ja sen käyttöä ilmaistiin euromäärillä. Hyvin pienen vaikutuksen tulosten validiteetin tekee ainoastaan eri valuuttojen muuttaminen euroiksi. Osa vastaajista muunsi käyttämänsä rahamäärän kyselylomaketta täyttäessään päässään euroiksi, jolloin vaihtokurssi oli mielivaltainen ja subjektiivinen. Näiden vastaajien osuus oli kuitenkin kokemusten mukaan hyvin vähäinen, joskin asia on hyvä tiedostaa.

Muutamit norjalaiset vastaajat olivat ilmoittaneet käyttämänsä rahamäärät Norjan kruunuissa. Nämä rahamäärät muunnettiin euroiksi käyttäen voimassaolleita Suomen Pankin ilmoittamia valuuttakursseja. Vastauksia syöttäessä yhdellä eurolla sai noin yhdeksän Norjan kruunua (Suomen Pankki 2015).

Tutkimuksen, eli mittauksen, reliabiliteetti on korkea jos eri mittauskerroilla saadaan samanlaisia tuloksia samankaltaisesta aineistosta (Holopainen ym. 2004, 15). Reliabiliteetti on sitä luotettavampi, mitä vähemmän sattumalla on sijaa tuloksissa. Reliabiliteetin kannalta olennaista on valita oikeat mittarit eli oikeanlaiset kysymykset tutkimukseen. (Valli 2015, 139.) Tämän tutkimuksen reliabiliteettia voidaan pitää hyvänä. Tutkimustulokset ovat samansuuntaisia aiemman vuonna 2013 tehdyn tutkimuksen kanssa. Myös avoimien kysymysten vastaukset olivat melko lailla linjassa yrittäjien näkemysten kanssa leirintämatkailusta ja sen motiiveista.

Osalla vastaajista oli vaikeuksia ymmärtää kysymyksiä. Kysyttäessä rahankäyttöä vierailupaikkakunnalla, saattoi vastaaja kysyä jatkokysymyksenä ”tarkoittaako tämä siis tällä paikkakunnalla vai koko matkan aikana?”. Ihmiset olivat taipuvaisia ajattelemaan koko ajan koko matkaansa. Tutkija pystyi tarvittaessa vastaamaan lisäkysymyksiin tai selventämään kysymyksiä vastaajille, mikä vaikutti positiivisesti validiteettiin. Jatkotutkimusta ajatellen on tärkeää, että kysymyksistä tehdään erittäin helppolukuisia. Venäläisvastaajien kielitaito oli kokemuksen mukaan heikompi kuin muiden ulkomaalaisten, minkä takia venäläisvastaajien vastaukset ovat hyvin karkeita arvioita.

Huomionarvoista on se, että vastaukset todennäköisesti olivat osittain riippuvaisia vallitsevista sääolosuhteista. Kun aineiston keruun aikaan sää oli sateinen ja viileä, eivät leirintämatkailijatkaan matkustaneet yhtä aktiivisesti. On kysyttävä, olisiko aurinkoisena ja lämpimänä kesänä saatu erilaisia vastauksia liittyen matkan pituuteen, majoitusmuotoon tai rahankäyttöön esimerkiksi hivi- ja vesipuistoissa? Tutkimus tuleekin nähdä nimenomaan

leirintämatkailijoiden rahankäyttöä kesäaikana kuvaavana tutkimuksena. Tämä ei vähennä tutkimuksen reliabiliteettia sinällään, mutta eri ajankohtana tai olosuhteissa tulokset voisivat olla osittain erilaisia.

Tutkimustulokset ovat peräisin 19 eri leirintäalueelta. Tulokset saattaisivat olla erilaiset, mikäli ne olisi tehty joillakin toisilla alueilla. Esimerkiksi huvi- ja vesipuistoja ei sijaitse jokaisella paikkakunnalla. Mikäli tutkimuksessa olisi ollut useampi alue mukana, olisi maantieteellinen vertailu ollut mahdollista. Nyt alueita ja vastaajia kokonaisuudessaan oli tarpeeksi monta johtopäätösten tekemiseen. Monilta yksittäisiltä alueilta vastauksia tuli sen verran vähän, että aluekohtaisia johtopäätöksiä ei voida tehdä. Vastaukset myös jakautuivat epätasaisesti, jolloin maantieteellinen vertailu ei ollut mahdollista. Tulokset edustavat siis leirintämatkailijoita yleisesti.

Tutkimuksessa vastaajilta pyydettiin vain arvioita rahankäytöstään. Osa vastaajista oli arvioissaan tarkempia, osa suurpiirteisempiä. Sillä, vastaako vastaaja kysymykseen ”tasan 200 euroa” vai ”vaikka 200 euroa”, on eri merkitys. Todennäköisesti ensimmäinen vaihtoehto kuvaa tarkemmin todellista rahankäyttöä kuin jälkimmäinen. Vastaajat eivät varsinaisesti valehdelleet, mutta eivät välttämättä osanneet arvioida kovin tarkasti rahankäyttöään. Erityisesti ulkomaalaiset vastaajat olivat suurpiirteisiä vastauksissaan, mikä voi osaltaan selittää ulkomaalaisten suurempaa rahankäyttöä. Tulokset pitää ymmärtää nimenomaan arvioina rahankäytöstä, ei välttämättä todellista rahankäyttöä kuvaavina.

Tutkimuksessa tutkittiin vain rahankäyttöä, ei rahankäytön syitä. Mikäli leirintämatkailijoiden rahankäyttöä halutaan ymmärtää paremmin, on toteutettava jatkotutkimus, joka pureutuu enemmän syihin. Nykyisistä tuloksista ei voida tehdä johtopäätöksiä myöskään siitä, miksi kulutus on kasvanut. Tällaisille tutkimuksille olisi tilausta.

7.5 Oman oppimisen arviointi

Kiinnostuin tutkimuksen aiheesta nopeasti, sillä työskentelen majoitusliikkeessä. Lisäksi luonto- ja budjettimatkailu ovat omia kiinnostuksen kohteitani. Leirintämatkailu ei ollut minulle tuttu aihe entuudestaan, mutta ajattelin, että tutkimuksessa pääsisin tutustumaan uuteen toimialaan. En ollut vierailut leirintäalueilla moneen vuoteen, joten ennakkokäsityksiä alueista ei juurikaan ollut. Tutkimusta tehdessäni pääsin kuitenkin vierailemaan monelle alueelle, ja sain niillä paljon tietoa leirintämatkailusta. Erityisen mielenkiintoista oli nähdä, millaisessa kunnossa leirintäalueet ovat ja millaisia palveluita niillä tarjotaan. Leirintämatkailijoilta oli kiinnostavaa kuulla tarinoita ja motiiveja leirintämatkailulle.

Leirintämatkailua ja niin sanottua karavaanielämää pidetään helposti vain harrasteluna ja pienen piirin toimintana. Itsekään en ollut kovin tietoinen, miten merkittävä toimiala oikeasti on kyseessä. Ammatillisesti pääsin tutustumaan aivan uuteen matkailualan sektoriin, jossa erityisesti kotimaiset matkailijat ovat merkittävä tekijä. Monesti matkailusta puhuttaessa ajatellaan aina ulkomailta saapuvaa matkailua. Toki myös leirintämatkailussa kasvu tulee ulkomailta, mutta kasvumahdollisuuksia on myös kotimaassa. Leirintämatkailussa vaikuttaisi olevan paljon potentiaalia ja yhteistyömahdollisuuksia monille yrityksille. Monelle pienelle paikkakunnalle leirintäalue voi tuoda merkittävän osan paikkakunnan matkailutuloista. Mielikuvat leirintämatkailusta ja karavaanareista teiden tukkoina ovat kuitenkin vahvassa. On myönnettävä, että oma mielikuvani muuttui tutkimusta tehdessä merkittävästi – positiiviseen suuntaan. Leirintämatkailu on harrastus siinä missä mikä tahansa muukin. Se on myös matkailua, ja matkailualan yrittäjien ja ammattilaisten ei pitäisi väheksyä tai unohtaa sitä.

Tutkimuksen parissa työskentelyn aloitin jo keväällä, maaliskuussa. Tuolloin pääsin ensimmäistä kertaa näkemään vuonna 2012 käytettyä kyselylomaketta, sekä aiempaa tutkimusta. Opin paljon kvantitatiivisen tutkimuksen tekemisestä. Ennen muuta opin sen, kuinka tärkeää on suunnitella tutkimus hyvin ja edetä suunnitelman mukaisesti. Kun suunnitelma on hyvin tehty, toteutus on helppoa, mikä säästää aikaa ja energiaa. Jatkoa ajatellen tulen varmasti työskennellessäni panostamaan vielä enemmän hyvään suunnitteluun, erityisesti ajankäytön. Kriittisesti ajateltuna olisin varmasti voinut aloittaa kirjoitusprosessi aiemmin, jolloin aikaa niihin perehtymiseen olisi jäänyt enemmän. Erityisesti minulle tuli yllätyksenä se, kuinka työlästä kyselylomakkeiden tallentaminen sähköiseen muotoon oli. Työskentelytavoistani huomasin paljon tutkimusta tehdessäni. Nyt tiedän entistä paremmin, millainen työskentelytapa, -ympäristö ja -ajat sopivat minulle parhaiten, erityisesti kirjoitustyötä tehdessä. Uskon tästä olevan valtavasti hyötyä minulle tulevaisuudessa.

Työelämälähtöisenä tutkimus oli hyvin konkreettinen. Tutkimuksessa tutkittiin oikeita asioita, ja tuloksilla oli suuri merkitys toimeksiantajalle. Pääsin kokemaan, millaista oikean tutkimuksen tekeminen on. Tutkimuksen tekeminen tuntuikin enemmän työltä, kuin opinnäytetyön tekemiseltä. Tulosten valmistumisen jälkeen sain esitellä tuloksia lyhyesti Lahdessa Caravan-messuilla lehdistötilaisuudessa. Oli hienoa huomata, kuinka toimeksiantaja oli tyytyväinen tekemääni työhön. Opinnäytetyöni tuntui merkitykselliseltä.

Sanana opinnäytetyö kuvaa tutkimusprosessia hyvin, sillä tutkimusta tehdessäni pääsin näyttämään, mitä olen opiskelujeni aikana oppinut. Mielestäni onnistuin hyvin valitsemasani aiheessa. Voin ylpeänä sanoa, että opintojeni tuloksena syntynyt opinnäytetyö on oikeasti hyödyllinen opiskelemalleni alalle sekä toimeksiantajalle.

Lähteet

Dwif 2009. Economic impact of touristic camping in the EFC-member states. Luettavissa: http://civd.adm.in/fileadmin/civd/images/touristik/dwifTouristikcampingECF_WEST.pdf. Luettu: 1.9.2015.

Eurostat 2015. Nights spent at tourist accommodation establishments. Luettavissa: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do>. Luettu 31.8.2015.

EVTTC 2015 Tampere. EVTTC 2015. Luettavissa: <http://www.evttc2015.fi/fi/>. Luettu: 10.9.2015.

Google 2015. Karttatiedot. Luettavissa: <https://www.google.fi/maps/@64.8929581,26.0218001,5z>. Luettu 7.10.2015

Grönroos, M. 2003. Johdatus tilastotieteeseen. Kuvailu, mallit ja päättely. Tammer-Paino Oy. Tampere.

Holloway, J. C. & Humphreys C. 2012. The business of tourism. Pearson Education Limited. Harlow.

Holopainen M. & Pulkkinen P. 2004. Tilastolliset menetelmät. WSOY. Helsinki.

Hotrec 2011. Hotel Stars in Europe. Finland. Luettavissa: <http://www.hotrec.eu/hotel-stars-in-europe/finland.aspx>. Luettu: 19.5.2015.

Hänninen H., Jaakonaho K., Moilanen T. & Salmi J. 2013. Suomen leirintämatkailualan nykytila. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Saukkonen, A. 29.6.2015. Toiminnanjohtaja. Suomen Leirintäalueyhdistys. Sähköposti.

SF-Caravan 2015a. SF-Caravan ry. Luettavissa: <http://www.karavaanarit.fi/sf-caravan-ry/>. Luettu: 5.6.2015.

SF-Caravan 2015b. Jäsenyhdistykset: Luettavissa: <http://www.karavaanarit.fi/jasenyys/jasenyhdistykset/>. Luettu: 5.6.2015.

SF-Caravan 2015c. Toimintasuunnitelma 2015-2016. Luettavissa: <http://www.karavaanarit.fi/@Bin/123908415/Toimintasuunnitelma+2015-2016+-+SF-Caravan+ry.pdf>. Luettu: 5.6.2015.

SF-Caravan 2015d. Leirintäalueista. Luettavissa: <http://www.karavaanarit.fi/leirintamatkailu/matkalla-ulkomaille/tiedoksi/leirintaalueista/>. Luettu: 24.9.2015.

Siljamäki A. 17.9.2015. Toiminnanjohtaja. MAT:n tervehdys. Matkailuajoneuvotuoja ry. Lehdistötilaisuus. Lahti.

Suomen Leirintäalueyhdistys 2015. Luokitellut leirintäalueet. Luettavissa: <http://www.camping.fi/Luokitellut-leirintaalueet-2015>. Luettu: 19.5.2015.

Suomen Leirintäalueyhdistys 2015. Suomen Leirintäalueyhdistys. Luettavissa: <http://www.camping.fi/Suomen-Leirintaalueyhdistys>. Luettu: 19.5.2015.

Suomen Pankki 2015. Tilastot. Valuuttakurssit – Norjan kruunu. Luettavissa: http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/valuuttakurssit/valuuttakurssit_%28ekp%29/pages/eurofxref-graph-nok.aspx. Luettu: 16.9.2015.

Suviseurat.fi. Suviseurat Vaasassa. Luettavissa: <http://www.suviseurat.fi/2015/fi/suviseurat/suviseurat/>. Luettu: 10.9.2015.

Talouselämä, 2015. Suomen suosio kasvaa – Instagram ja Twitter vakiinnuttivat paikkansa. Luettavissa: <http://www.talouselama.fi/uutiset/somen+suosio+kasvaa++instagram+ja+twitter+vakiinnuttavat+paikkaansa/a2295822>. Luettu: 23.9.2015.

Tilastokeskus 2015. Majoitustilasto 2014. Helsinki. Tilastokeskus. Luettavissa: http://www.stat.fi/til/matk/2014/matk_2014_2015-04-29_fi.pdf. Luettu: 2.10.2015.

Tilastokeskus 2013a. Majoitustilasto verkkojulkaisu. Liitetaulukko 2, Yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä vuonna 2012. Helsinki. Tilastokeskus. Luettavissa: http://stat.fi/til/matk/2012/matk_2012_2013-05-31_tau_002_fi.html. Luettu: 18.5.2015.

Tilastokeskus 2013b. Majoitustilasto verkkojulkaisu. Liitetaulukko 9.1. Majoitusliikkeiden kapasiteetti ja sen käyttö toimialan mukaan vuonna 2012. Helsinki. Tilastokeskus. Luettavissa: http://stat.fi/til/matk/2012/matk_2012_2013-05-31_tau_011_fi.html. Luettu: 6.10.2015.

Tilastokeskus 2008. Luokitukset. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-1988/4770.html>. Luettu: 8.5.2015.

Tillväxtverket 2015. IBIS 2014. Results from the Swedish Border Survey IBIS 2014, foreign visitors in Sweden. Tukholma. Tillväxtverket.

Trafi. Liikenteen päästöt ilmaan. Luettavissa: http://www.trafi.fi/tietopalvelut/analyysitoiminta/indikaattorit/ymparistoindikaattorit/liikenteen_paastot_ilmaan. Luettu: 1.9.2015.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2015a. Matkailun luvut infograafi 2015. Luettavissa: http://www.tem.fi/files/35515/Matkailun_luvut_infograafi_2015_fin.pdf. Luettu: 28.5.2015.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2015b. Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Luettavissa: http://www.tem.fi/files/41898/TEMrap_2_2015_16012015.pdf. Luettu: 7.6.2015.

Töttö, P. 2012. Paljonko on paljon? Luvuilla argumentoinnista määrällisessä tutkimuksessa. Vastapaino. Tampere.

Ulkoilulaki (22.12.1994/1343). Luettavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1973/19730606>. Luettu: 8.5.2015.

Valli, R. 2015. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. PS-kustannus. Jyväskylä.

Vanhanen, H. 2015. Leirintäyrittäjänä elää, mutta ei rikastu. Kauppalehti. Luettavissa: <http://www.kauppalehti.fi/uutiset/leirintayrittajana-elaa-mutta-ei-rikastu/fDHq4e9x>. Luettu: 23.9.2015.

Viitanen, J. 2013. Matkailuautojen kulutus pudotettava alle 7 litraan. Luettavissa: <http://www.camper.fi/uutiset/matkailuautojen-polttoaineenkulutus-pudotettava-alle-7-litraan>. Luettu: 1.9.2015.

Visit Finland. Matkailu on kasvava toimiala. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tama-on-visit-finland/matkailu-on-kasvava-toimiala/>. Luettu: 31.5.2015.

Visit Finland. Markkinointiteemat ja aluejako. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/markkinointi-ja-myynti/haastajabrandi/markkinointiteemat-ja-aluejako/>. Luettu: 18.9.2015.

Ympäristöministeriö 2003. Suomen leirintämatkailun nykytila ja kehittämisenäkymät. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake



Kysely leirintäalueiden asiakkaille

Tällä tutkimuksella saadaan arvokasta ja ajankohtaista tietoa tyypillisestä leirintämatkailijasta, päivä- ja matkakohtaisista kuluista, matkaseurueista, matkan tarkoituksesta, majoitusmuodosta, matkan kestosta, viipymästä, matkojen pituuksista ja toiminnasta vierailupaikkakunnalla. Näiden tietojen avulla nostetaan leirintämatkailun tunnettuutta ja osoitetaan sen merkitys kotimaanmatkailussa. Samanlainen tutkimus tehtiin viimeksi kesällä 2012.

Tutkimuksen toimeksiantajina ovat Suomen Leirintäalueyhdistys ry ja SF-Caravan ry. Toteuttajana toimii Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Vastaa kysymyksiin valitsemalla sopiva vaihtoehto tai kirjaamalla vastauksesi sille varattuun tilaan. Tutkimukseen vastataan anonyyminä, yksittäiset vastaukset eivät erotu missään tutkimuksen osavaiheessa. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 15 minuuttia.

Lisätietoja tutkimuksesta antaa

Jirka Lehtonen, jirka.lehtonen@myy.haaga-helia.fi

Kristiina Adamsson, kristiina.adamsson@haaga-helia.fi



VASTAAJIEN KESKEN ARVOTAAN 5 Eckerö Linen risteilyä Tallinnaan. Jos haluat osallistua arvontaan, jätä yhteystietosi kyselyn lopussa.

Taustatiedot

1. Sukupuoli

- Nainen
- Mies

2. Minkä ikäinen olette?

- Alle 25
- 25-34
- 35-49
- 50-64
- 65- tai enemmän

3. Mikä on kansallisuutenne?

- Suomalainen
- Ruotsalainen
- Venäläinen
- Saksalainen
- Virolainen
- Englantilainen
- Muu, mikä?
- _____

–

4. Pidättekö itseänne leirintämatkailun osalta

- Harrastajana?
- Satunnaisena kokeilijana?
- Muuna, minä?
- _____

5. Miksi harrastatte tai kokeilette leirintämatkailua? Mikä siitä tekee mieluista?

6. Kuinka monta henkilöä matkaseurueestanne on tällä matkalla?

_____ lapsia
_____ aikuisia (yli 18-vuotiaita)

7. Mikä on matkanne pääasiallinen tarkoitus?

Lomamatka

Työ- ja liikematka

Muu, mikä?

8. Minkälainen taloutenne on?

Aikuistalous

Talous, jossa alle 18-vuotiaita lapsia

9. Mitkä ovat taloutenne yhteenlasketut bruttotulot (ennen veroja) vuodessa?

15 000€ tai vähemmän

15 001-30 000€

30 001-45 000€

45 001-60 000€

60 001€ tai enemmän

Matkanne tiedot

10. Mikä on majoitusmuotonne tällä matkalla?

Matkailuauto

Matkailuvaunu

Mökki

Huone

Teltta

Muu, mikä

11. Mikä on pääasiallinen kulkuneuvonne tällä matkalla?

Auto

Auto ja matkailuvaunu

Matkailuauto

Moottoripyörä

Polkupyörä

Muu, mikä?

12. Montako vuorokautta arvioitte olevanne tällä matkalla yhteensä?

_____ vuorokautta

13. Montako vuorokautta arvioitte olevanne tällä leirintäalueella tämän matkan aikana?

_____ vuorokautta

14. Montako yötä arvioitte yöpyväne muualla kuin tällä leirintäalueella matkanne aikana?

_____ yötä

15. Montako leirintämatkaa arvioitte tekevänne vuoden 2015 aikana?

_____ matkaa

16. Missä kuussa olette tehneet tai tulette tekemään leirintämatkan vuoden 2015 aikana?

(voitte valita niin monta vaihtoehtoa, kuin tarvetta)

tammikuu

- helmikuu
- maaliskuu
- huhtikuu
- toukokuu
- kesäkuu
- heinäkuu
- elokuu
- syyskuu
- lokakuu
- marraskuu
- joulukuu

17. Paljonko teille kertyy ajokilometrejä yhteensä kaikilla leirintämatkoillanne vuoden 2015 aikana?

_____ km

18. Kuinka monta kilometriä arvioitte leirintämatkoistanne tapahtuvan Suomessa vuoden 2015 aikana?

_____ km

19. Aiotteko tehdä ensi vuonna samantyyppisen leirintämatkan, jolla nyt olette?

Kyllä

Ei, miksi?

Palvelut ja leirintäalueiden kehittäminen

20. Mitä tai millaisia palveluita haluaisitte leirintäalueille? (sellaisia, joita ei ole vielä tarjolla)

21. Näettekö itsenne potentiaalisena leirintämatkailun harrastajana lähitulevaisuudessa?

kyllä

ei, miksi?

22. Miten leirintäalueita pitäisi mielestänne kehittää?

Aktiviteetit ja rahankäyttö

23. Kuinka paljon rahaa olette käyttäneet tai tulette käyttämään seuraaviin asioihin paikkakunnalla, jossa olette tällä hetkellä, leirintäalue mukaan luettuna.

Teatterissa käyminen matkanne aikana, euroa _____

Kesäjuhlissa ja festivaaleissa käyminen matkanne aikana, euroa _____

Tansseissa ja lavatansseissa käyminen matkanne aikana, euroa _____

Urheilutapahtumissa ja kisoissa käynti matkanne aikana, euroa _____

Huvi- ja vesipuistossa käyminen, matkanne aikana, euroa _____

Ravintolassa ja kahvilassa käyminen matkanne aikana, euroa _____

Erialaisten aktiviteettien tekeminen (golf, tennis ym.) matkanne aikana, euroa _____

Kestokulutustavaroiden ostaminen (vaatteet, kengät ym.) matkanne aikana, euroa _____

Ruoka- ja elintarvikkeiden ostaminen (poisluokien alkoholi), matkanne aikana, euroa _____

Alkoholin ostaminen Alkosta tai ruokakaupasta, matkanne aikana, euroa _____

Polttoaineen- ja/tai nestekaasun ostaminen paikkakunnalta, matkanne aikana, euroa _____

Muu, mikä, matkanne aikana, euroa? _____

24. Paljonko arvioitte kuluttavanne rahaa tällä leirintäalueella yhteensä?

tänään, euroa _____

koko oleskelunne aikana, euroa _____

25. Paljonko arvioitte ajoneuvon käyttökulujen olevan koko matkanne aikana?

_____ euroa

26. Paljonko arvioitte kuluttavanne koko matkanne aikana yhteensä kaikkeen mahdolliseen (esimerikiksi veneet, pyörävuokrat, sauna, huvit, ostokset, ravintolat, alkoholi, polttoaineet ym.)?

_____ euroa

Kiitokset arvokkaista tiedoista leirintämatkailun kehittämisen hyväksi! Mukavaa kesää!

27. Jos haluatte osallistua risteilyjen arvontaan, jätättehän yhteystietonne.

Etunimi _____

Sukunimi _____

Matkapuhelin _____

Sähköposti _____

Osoite _____

Postinumero _____

Postitoimipaikka _____

Maa _____

Puhelin _____

28. Millä leirintäalueella vastasit?

- Camping Heinäsaari, Heinola
- Messilä Camping, Messilä
- Toivolansaaren leirintäalue, Ikaalinen
- Holiday Linnunlahti, Joensuu
- Kokkola Camping, Kokkola
- Matkailukeskus Rauhalhti, Kuopio
- Huhtiniemen Matkailukeskus, Lappeenranta
- Mericamping, Merikarvia
- Visulahden Matkailukeskus, Mikkeli
- Harrinivan Lomakeskus, Muonio

- Hyvärilän Matkailukeskus, Nurmes
- Ekenäs Camping, Tammisaari
- Ranua Zoo Camping, Ranua
- Poroholman Lomakeskus, Rauma
- Ounaskoski Camping, Rovaniemi
- Seinäjoen leirintäalue, Seinäjoki
- Camping Nilimella, Sodankylä
- Sysmän leirintäalue, Sysmä
- Camping Tornio, Tornio
- Ruissalo Camping, Turku
- Nallikari Camping, Oulu
- Top Camping Vaasa, Vaasa
- Top Camping Kalajoki, Kalajoki
- Tampere Camping Härmälä, Tampere
- Punkaharju Resort, Punkaharju
- Yyteri Pori, Pori
- Tykkimäki Camping, Kouvola
- Rastilan Leirintäalue, Helsinki

29. Leirintäalueen sijainti Matkailu-Suomen yksinkertaistetun aluejaon mukaan

- Saaristo- ja rannikkoalueet
- Helsinki
- Järvi-Suomi
- Lappi



LEIRINTÄMATKAILU LUO TULOJA
JA TYÖLLISYYTTÄ!



Suomalainen leirintämatkailu luo merkittäviä tuloja ja työllisyyttä! Tulokset nousujohteisia ja positiivisia!



Leirintämatkailija käytti keskimäärin rahaa 900/nrk (510/nrk 2013)



Josta 250/nrk lisa leirintäalueilla (190/nrk 2013)



650/nrk leirintäalueen ulkopuolella (470/nrk 2013)

LEIRINTÄMATKAILUN LIIKEVAIHTO
197 000 000 €
VUONNA 2015
(ei sisällä matkailujoukkokauppa)



- Leirintämatkailijoiden rahankäyttö on noin 197 000 000 € vuodessa. Kasvu 26 % vuodesta 2013. ▲ 26 %
- Leirintämatkailulla on muun matkailun ohella alkea vierailu, joka maksaa Suomeen myös arvokkaimman. Tästä- vierailin verrattuna matkailun valtion tuloja kasvattava vaikutus on sen vuoksi paljon suurempi.
- Leirintämatkailijoiden rahankäytön välittömä työllisyysvaikutus 1817 henkilötyövuotta. Kasvu 17 % vuodesta 2013. ▲ 17 %
- Rahankäytön kokonaisvaikutus 2567 henkilötyövuotta/vuosi. Kasvu 13 % vuoden 2013 tutkimukseen verrattuna. ▲ 13 %



LEIRINTÄMATKAILUN AIKAANSAAMAT VEROT OVAT 71 600 000 EUROA

▲ 43 % ▲ 28 % ▲ 16 %

- 19,9 milj. € polttoainemyyriin kohdistuvat verot, 43 % enemmän kuin vuonna 2013.
- 21,5 milj. € matkailijoiden muun kulutuksen (ei polttoainemyyriä) siv., 28 % enemmän kuin vuonna 2013.
- 30,2 milj. € henkilöverotus, 16 % enemmän kuin vuonna 2013.

TÄRKEIMMÄT SYYT HARRASTAA LEIRINTÄMATKAILUA



VAIHTELUA ARKEEN

LUONNON-LÄHEISYYS

SOSIAALISUUS JA YHTEISÖLLISYYS

VAPAU

HELPPOUS KULKEA ILMAN AIKATAULUJA JA VARAUKSIA

EDULLINEN HINTATASO

LEIRINTÄMATKAILU TYÖLLISTÄÄ
2567
HENKILÖTYÖVUOTTA
2243 HV VUONNA 2013



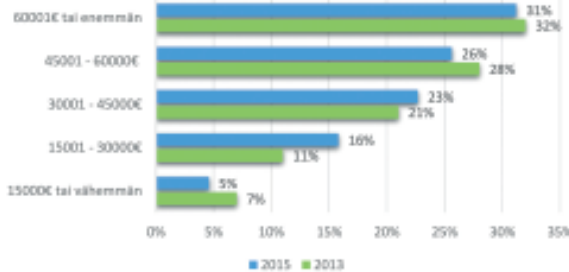
LEIRINTÄALUEILLA YÖVYTTIIN 2014
1 988 201 YÖTÄ



Millaiset ihmiset majoittuvat leirintäalueella?



TALOUDEN YHTEENLASKETUT VUOSITULOT



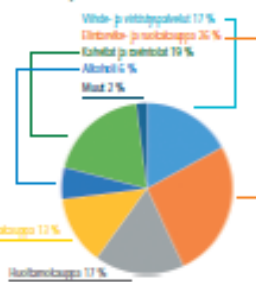
Leirintäalueiden yöpymiset valtaosaltaan kotimaisia, mutta ulkomaiset matkailijat käyttävät enemmän euroja.

MIHIN JA KUINKA PALJON LEIRINTÄMATKAILIJAT KÄYTTÄVÄT RAHAA?

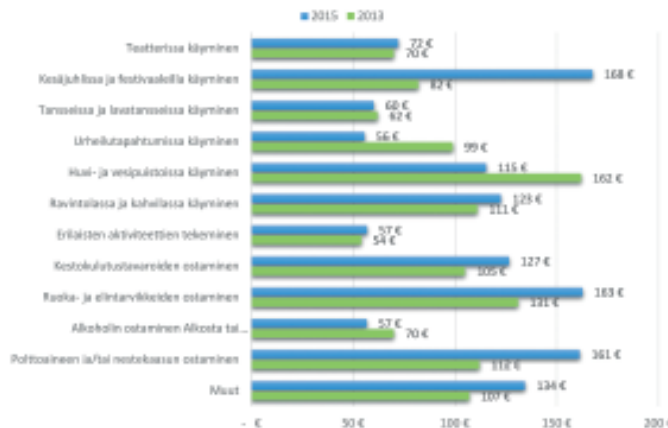
Leirintäalueella majoittuva seuree käyttää rahaa vierailupaikkakunnallaan joka päivä **225 euroa**. Valtaosa leirintämatkailijoiden rahankäytöstä kohdistuu leirintäalueen ulkopuolelle.

- Vuonna 2015 seuree käytti keskimäärin rahaa 99€ matkaa kohden. Vuodesta 2013 keskiarvo on noussut 200 euroa, tuolloin vastaava keskiarvo oli 783€.
- Kotimaiset matkailijat käyttävät 817 euroa matkaa kohden ja ulkomaiset matkailijat 182 YE. Miheet vastaavat käyttäviensä rahaa selvästi enemmän kuin naiset.
- Kalkkien tuottolien ja palveluiden ostaminen paikkakunnalla on yleistynyt vuodesta 2013. Tosin itse leirintäalueella käytetyt eurot ovat vähentyneet.

Leirintämatkailijoiden rahankäyttö kulutuskohteittain 2015



SEURUEIDEN RAHANKÄYTTÖ ERI PALVELUIHIIN JA TUOTTEISIIN MATKAN AIKANA (KA)



Eläintarhaan 12%

Ravintolassa 17%

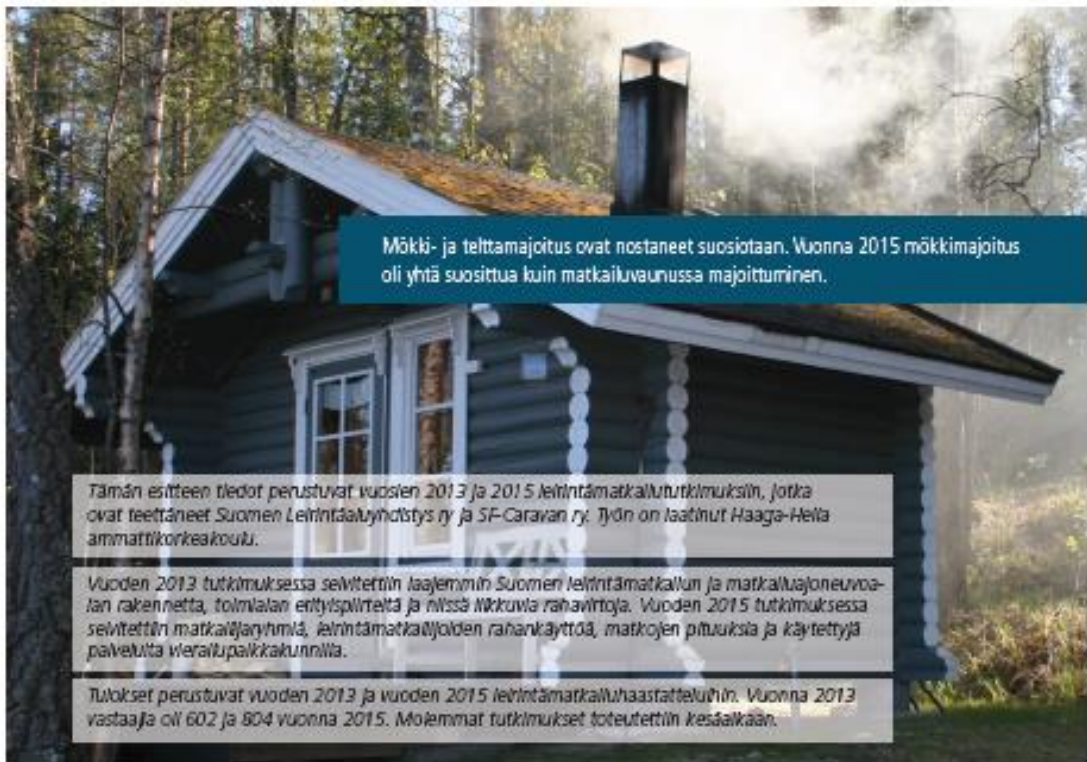
92 % vastaajista näkee itsensä potentiaalisena leirintämatkailun harrastajana tulevaisuudessa.



Leirintäalue tuo paikkakunnalle tuloja ja työpaikkoja.



- Aikustalousten määrä leirintäalueiden asiakkaina + 11 %.
- Leirintämatkoja tehdään lukumääräisesti vähemmän vuoden 2015 tutkimuksen mukaan, mutta matkat ovat pidempiä kilometraisä kuin vuonna 2013.
- Selkeästi leirintämatkailijan istn kasvoissa kaikki lisääntyy: matkan kusto vuorokautna, viipymä leirintäalueella, leirintämatkojen lukumäärä, ajatut kilometrit ja rahankäyttö.
- Huolimatta talouden laskusuhdanteesta, leirintämatkailijoiden rahankäyttö ja palveluiden hyödyntäminen vierailupaikkakunnalla kasvavat positiivisesti vuoden 2013 tutkimuksesta.



Mökki- ja telttamajoitus ovat nostaneet suosiotaan. Vuonna 2015 mökkimajoitus oli yhtä suosittua kuin matkailuvaunussa majoittuminen.

Tämän esitteen tiedot perustuvat vuosien 2013 ja 2015 leirintämatkailututkimuksiin, jotka ovat teettäneet Suomen Leirintäalueyhdistys ry ja SF-Caravan ry. Työn on laatinut Haaga-Heila ammattikorkeakoulu.

Vuoden 2013 tutkimuksessa selvitettiin laajemmin Suomen leirintämatkailun ja matkailuajoneuvostan rakennetta, toimialan erityispiirteitä ja niissä ilkkuvia rahavirtoja. Vuoden 2015 tutkimuksessa selvitettiin matkailijaryhmiä, leirintämatkailijoiden rahankäyttöä, matkojen pituuksia ja käytettyjä palveluita vierailupaikkakunnilla.

Tulokset perustuvat vuoden 2013 ja vuoden 2015 leirintämatkailuhaastatteluihin. Vuonna 2013 vastaaaja oli 602 ja 804 vuonna 2015. Molemmat tutkimukset toteutettiin kesäaikaan.

Suomen Leirintäalueyhdistys ry / SF-Caravan ry

LISÄTIETOA

Antti Saukkonen
Suomen Leirintäalueyhdistys ry
+358 440 595 931
antti.saukkonen@camping.fi

Timo Piilonen
SF-Caravan ry
+358 50 592 6561
timo.piilonen@karavanantti.fi