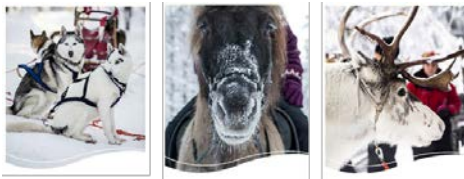


JOSÉ-CARLOS GARCÍA-ROSELL JA MIKKO ÄIJÄLÄ  
MATKAILUALAN TUTKIMUS- JA KOULUTUSINSTITUUTTI (MTI), LAPIN YLIOPISTO

# Lapin matkailijoiden käsityksiä eläinmatkailusta



# Arvoisa lukija

---

- Tämä raportti on osa Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin (Lapin yliopisto) julkaisemaa raporttisarjaa ja infograafeja, jotka käsittelevät **eläinmatkailua Lapissa**.
- Raportin tiedot perustuvat selvitykseen, jossa kartoitettiin **Lapin matkailijoiden kulutustottumuksia, heidän asenteitaan eläimiä ja eläinmatkailua kohtaan sekä vastaajien taustatekijöiden vaikutusta näihin tekijöihin**.
- Raporttisarja on kokonaisuudessaan tuotettu osana **“Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa” –hanketta** (2016-2018), jonka tavoitteena on tukea eläinten hyvinvoinnin toteutumista lappilaisissa matkailupalveluissa ja lisätä matkailuyrittäjien sekä muiden matkailutoimijoiden mahdollisuuksia hyödyntää eläinten hyvinvointia toiminnassaan.

# Lisätiedot

---

- Toteuttajat ja rahoitus
  - ✓ Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti (MTI) (Lapin ammattikorkeakoulu ja Lapin yliopisto)
  - ✓ Lapin AMKin Teollisuuden ja luonnonvarojen osaamisala
  - ✓ Lapin ELY-keskus/Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto
- Lisätietoja **“Eläinten hyvinvointi matkailupalveluissa”** –hankkeesta ja sen rinnakkaishankkeesta **“Eläimet ja vastuullinen matkailu”** (rahoittajana Business Finland/Euroopan aluekehitysrahasto) löytyy raportin lopussa esitellyistä sosiaalisen median kanavista.

# Aineisto

---

- Aineisto kerättiin Rovaniemellä kesäkuun 2016 ja helmikuun 2017 välisenä aikana.
- Otantamenetelmänä käytettiin ryväotantaa. Aineistonkeruupaikkoina olivat lentoasema, kaupungin keskusta ja Joulupukin pajakylä. Keskittämällä lentokentällä tapahtuva aineistonkeruu pääosin charter-lentojen ajankohtiin saatiin kattava edustus Lapin matkailun tärkeimpien kohdemarkkinoiden matkailijoista. Kaikki vastaajat valittiin satunnaisesti. Vastaajan tuli olla yli 15-vuotias.
- Aineisto kerättiin puolistrukturoidulla kyselylomakkeella ja kyselylomakkeet olivat saatavilla kuudella eri kielellä: suomi, englanti, saksa, espanja, venäjä ja mandariinikiina.

# Aineisto

---

- Kyselylomakkeita palautettiin 601 kappaletta. Kyselystä kieltäytyi 108 henkilöä, eli vastausprosentti on 85. Lomakkeista hylättiin 25 kappaletta puutteellisten tietojen vuoksi.
- **Aineisto koostuu 586 vastauksesta. Raportissa esitetyt tulokset perustuvat näihin vastauksiin.**
- Aineistonkeruusta vastasivat Lapin yliopiston tutkijat. MTI:n opiskelijat Lapin AMKista ja Lapin yliopistosta osallistuivat aineistonkeruuseen.

# Taustatiedot

---



Kuva: Lapin materiaalipankki, Terhi Tuovinen

# Kansallisuus

16 %

Kiina (sis. HK  
ja Taiwan)

14 %



Iso-Britannia

11 %



Espanja

7 %



Sveitsi

6 %



Israel

6 %



Ranska

4 %



Suomi

4 %



Venäjä

4 %



Irlanti

4 %



Turkki

4 %



Saksa

3 %



Singapore

2 %



Alankomaat

2 %



Australia

7 %



Muu Eurooppa

4 %



Muu Aasia

2 %



Muu maailma

# Sukupuoli ja asuinpaikka

60 %



40 %



63 %



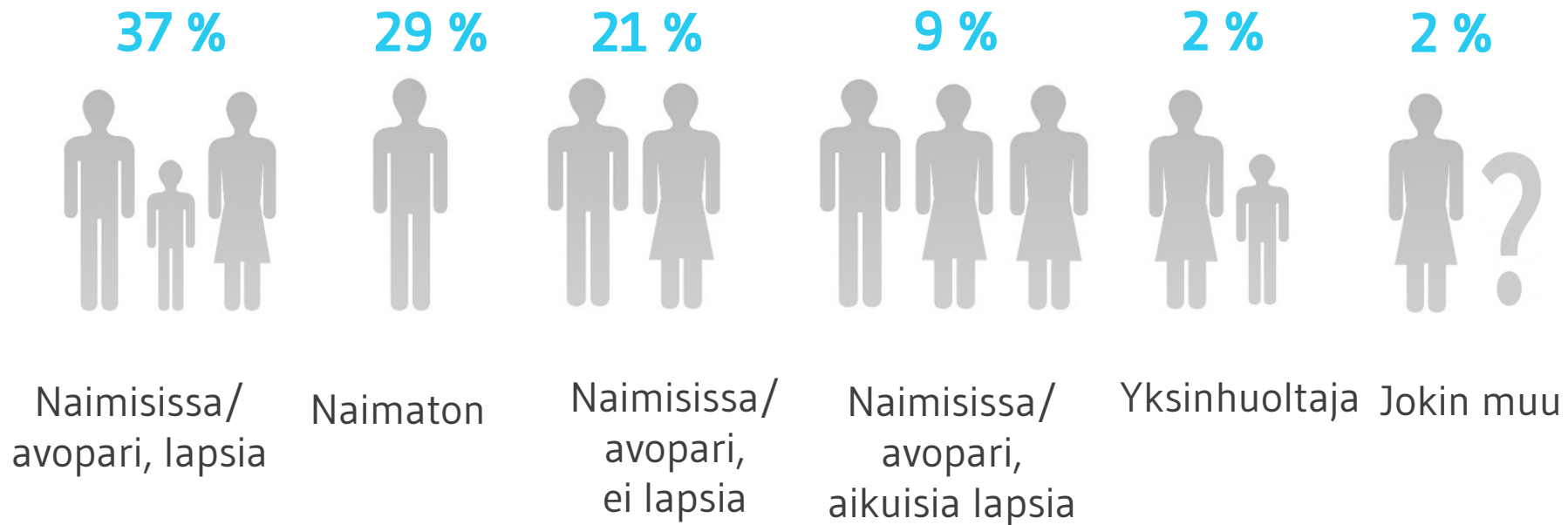
Kaupunkimainen  
asutus

37 %



Maaseutumainen  
asutus

# Perheasema



**51 %** omistaa eläimiä

# Ikäluokka

---

13 %



15–24  
-vuotiaat

29 %



25–34  
-vuotiaat

30 %



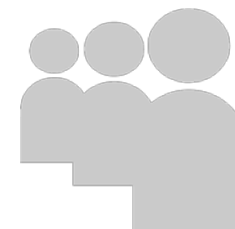
35–44  
-vuotiaat

16 %



45–54  
-vuotiaat

12 %



Yli 54  
-vuotiaat

# Koulutus

---

8 %



Peruskoulu

18 %



Toisen asteen  
koulutus

39 %



Alempi  
korkeakoulututkinto  
(AMK, kandidaatti)

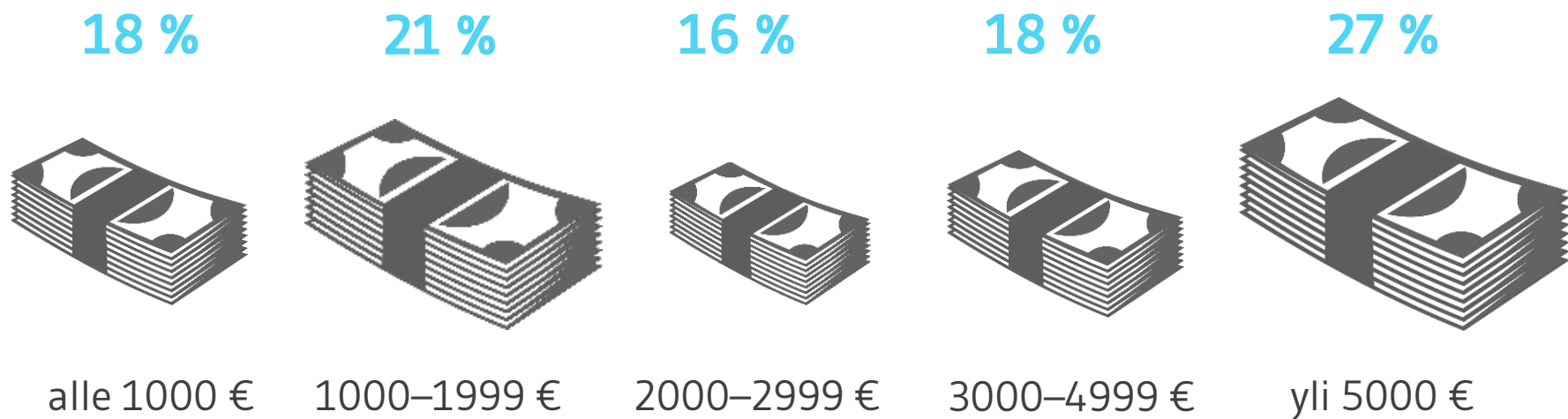
35 %



Ylempi  
korkeakoulututkinto  
(YAMK, maisteri,  
lisansiaatti, tohtori)

## Kuukausitulot (brutto)

---

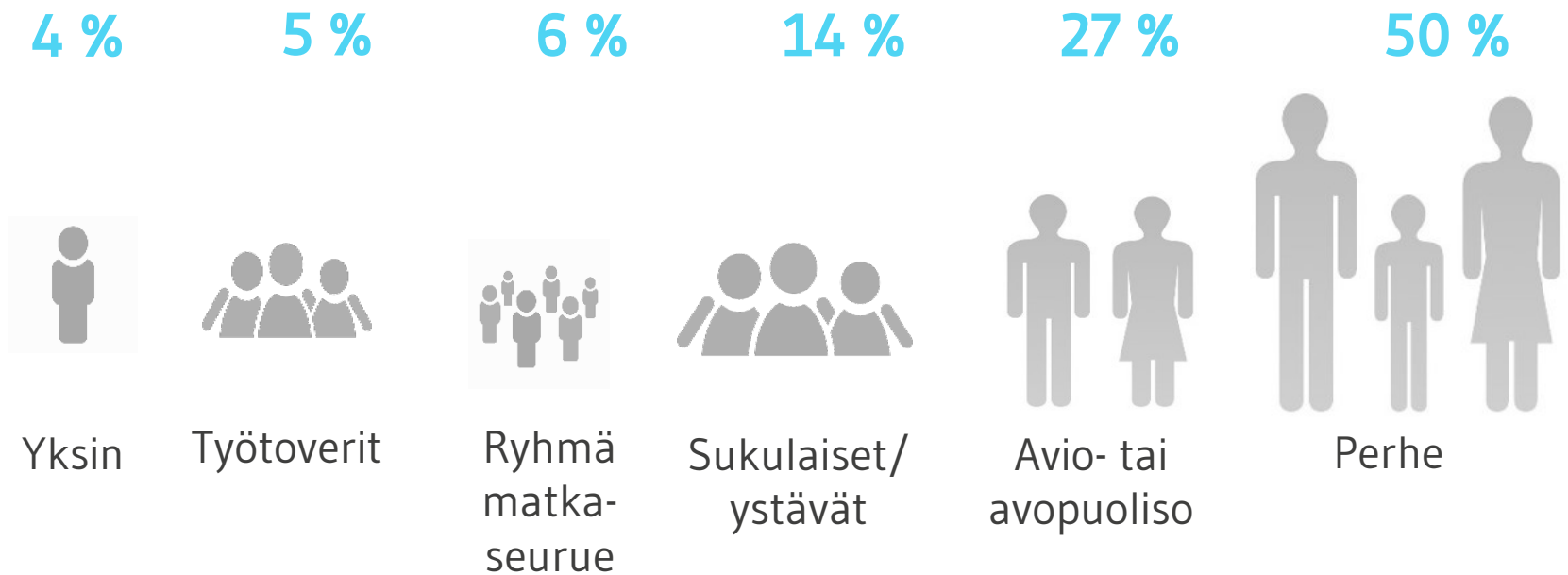


# Matkasuunnittelu



© Lay / Marko Juntila

# Matkaseura



\*Vastausprosenttien summa on enemmän kuin 100%, koska vastaaja on saattanut valita useamman vaihtoehdon (esim. avio- tai avopuoliso ja ystävät).

# Matkan ja muiden palveluiden ostaminen

7 %



Valmiiksi maksettu matka (esim. Incentive)

12 %



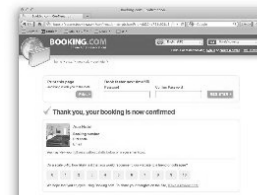
Matkanjärjestäjän kautta sekä suoraan paikallisilta yrityksiltä

15 %



Suoraan paikallisilta yrityksiltä

28 %



Online-hakukoneiden kautta ja suoraan paikallisilta yrityksiltä

39 %



Valmis matkapaketti matkanjärjestäjän kautta

\*Vastausprosenttien summa on enemmän kuin 100%, koska vastaaja on saattanut valita useamman vaihtoehdon.

# Tiedonhankinta ennen matkaa

37 %



Sosiaalinen  
media

13 %



Lähtömaan  
matkanjärjestäjä

12 %



Sukulaiset,  
ystävät,  
tuttavat

11 %



Visit  
Finland

9 %



Paikalliset  
matkailuyritykset

6 %



Paikalliset  
matkailuorganisaatiot  
(esim. Visit Rovaniemi)

6 %



Muualta

4 %



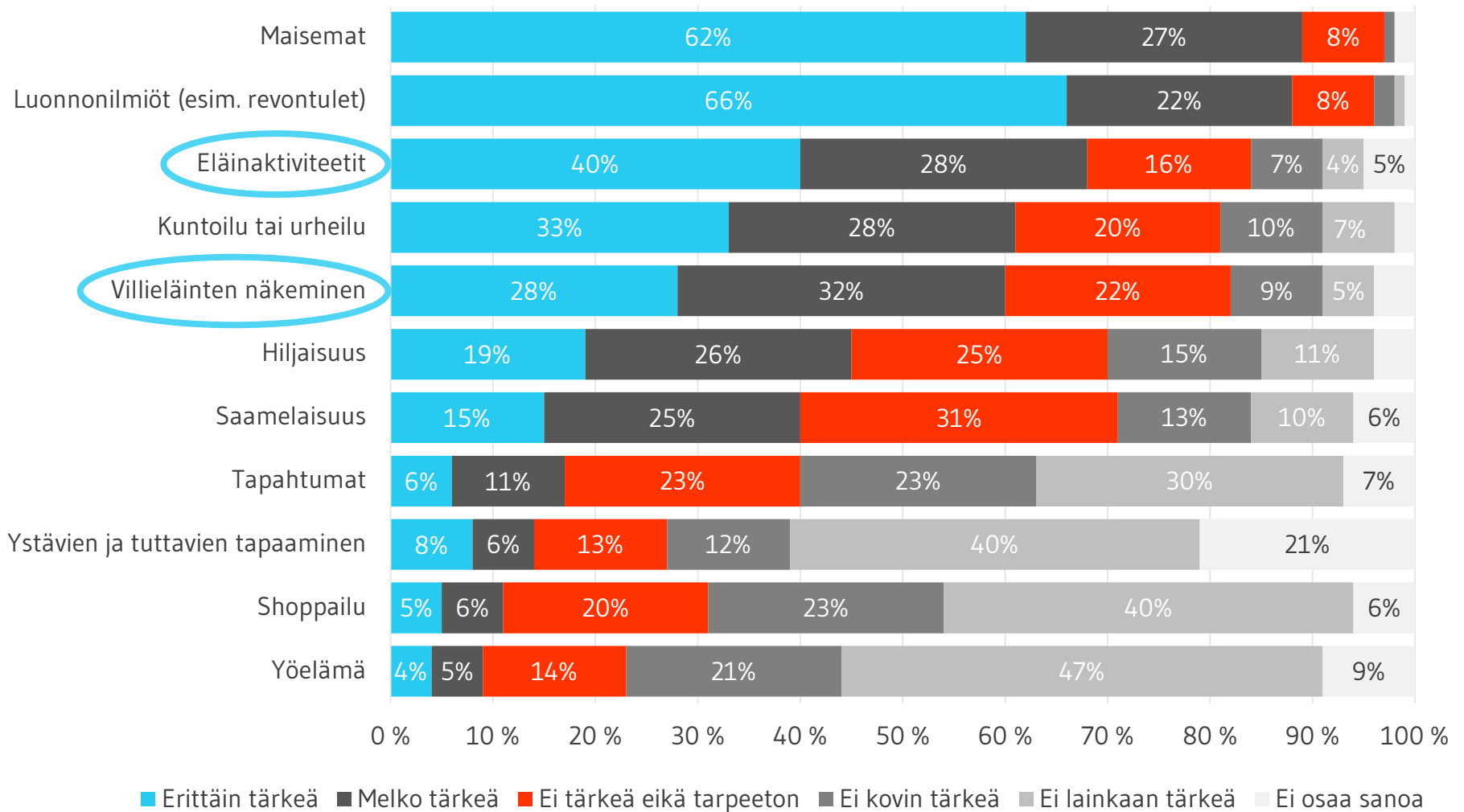
Ei mistään

2 %



Muu,  
kuin lähtömaan  
matkanjärjestäjä

# Syitä matkustaa Lappiin



# Syitä matkustaa Lappiin

**68 % PITÄÄ ELÄINAKTIVITEETTEJA (ESIM. KOIRAVALJAKKO- JA POROAJELUT) ERITTÄIN TÄRKEÄNÄ TAI TÄRKEÄNÄ SYYNÄ MATKUSTAA LAPPIIN**



## Muita tärkeämpiä ne ovat:

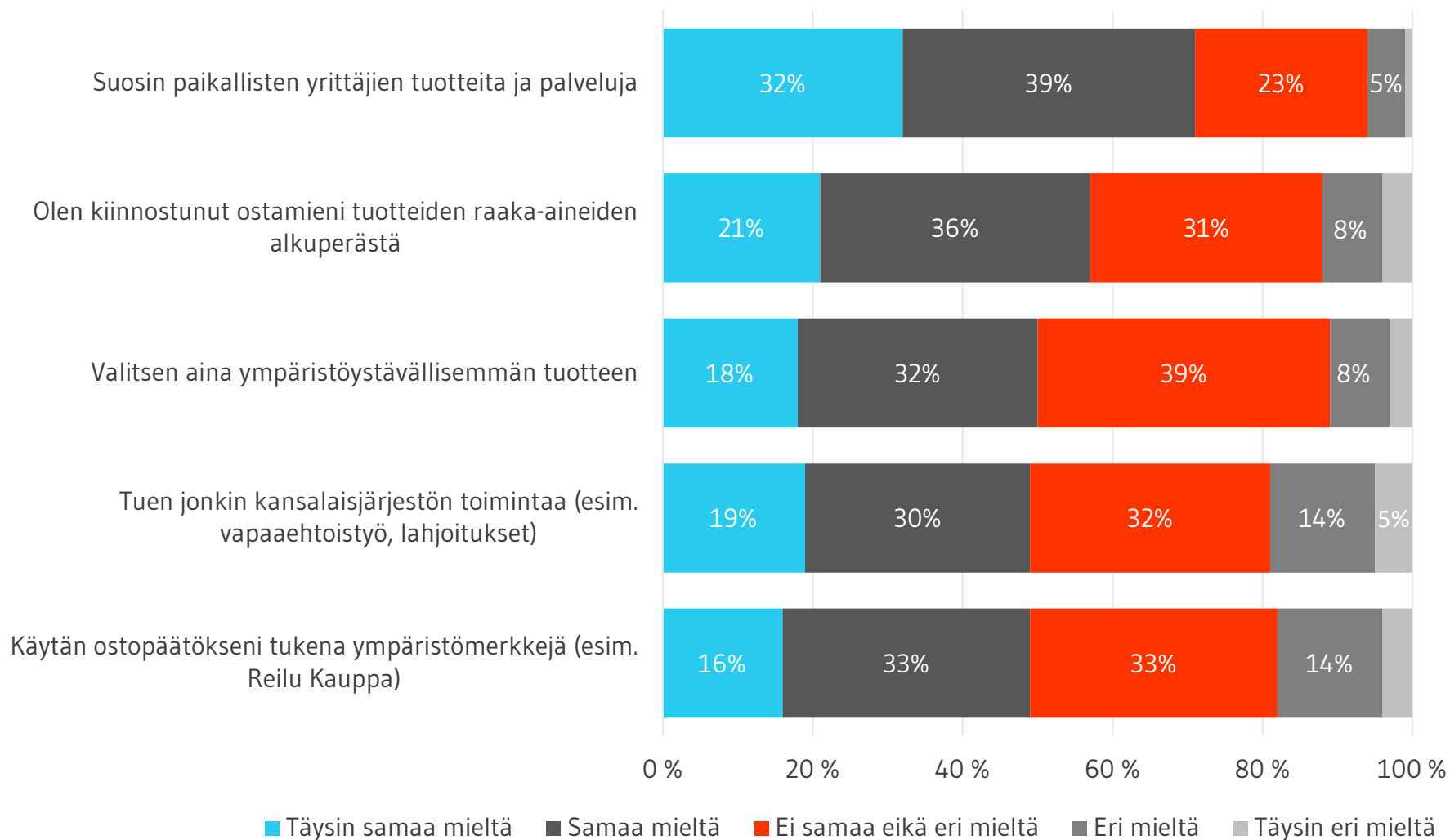
- ✓ Britteinsaarilta tuleville
- ✓ Lapsiperheille
- ✓ Ikäryhmälle 35–44 -vuotiaat

# Kulutuskäyttäytyminen



Kuva: José-Carlos García-Rosell

# Ostopreferenssit



# Ostopreferenssit

---

## **MATKAILIJAT TEKEVÄT ARVOPOHJAISIA KULUTUSVALINTOJA, SILLÄ...**

**71 %** suosii paikallisten yrittäjien tuotteita ja palveluja

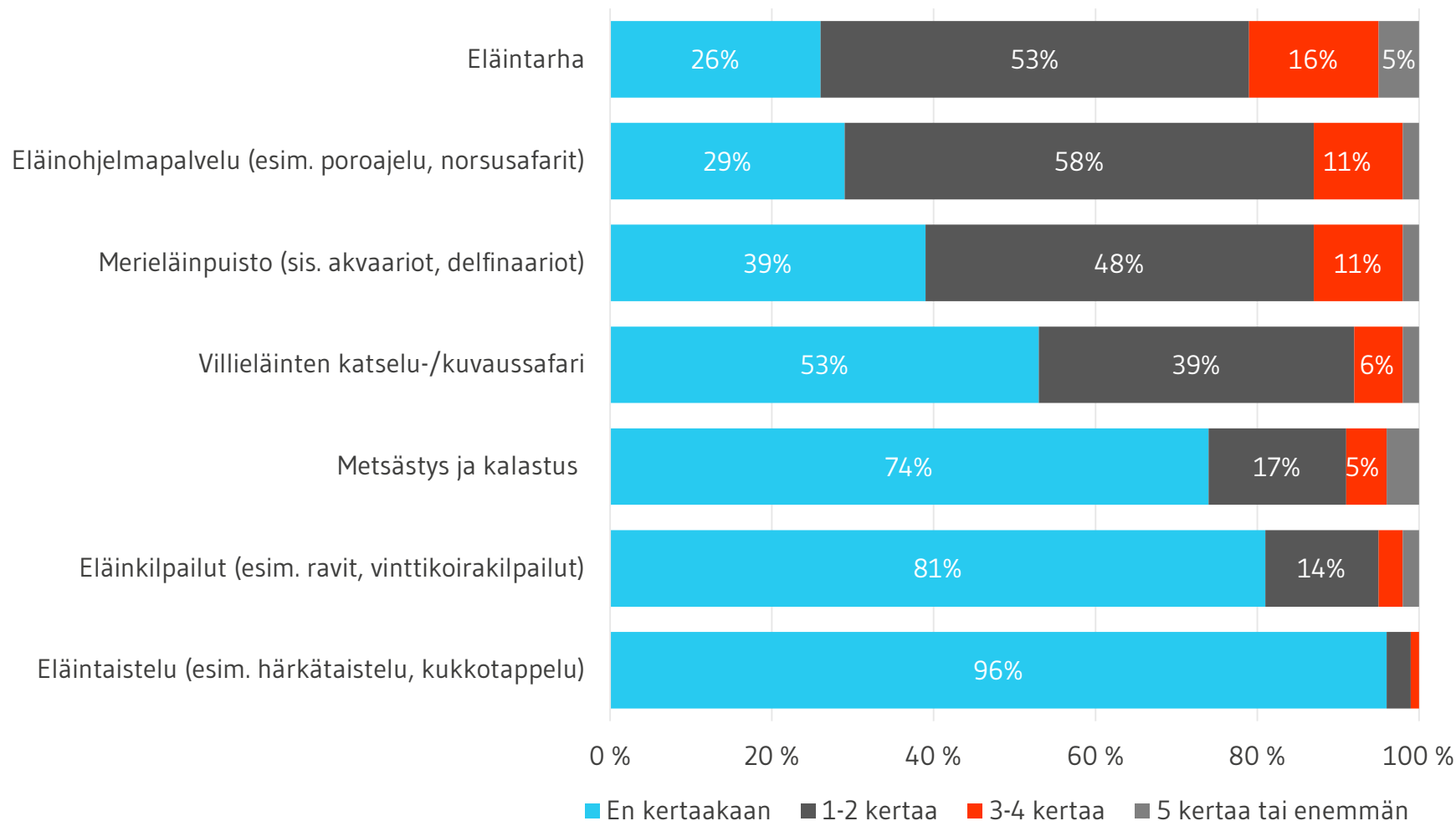
**57 %** on kiinnostunut ostamiensa tuotteiden raaka-aineiden alkuperästä

**50 %** suosii ympäristöystävällisiä tuotteita

**49 %** tukee jonkin kansalaisjärjestön toimintaa

**49%** käyttää ostopäätöksensä tukena ympäristömerkkejä

# Osallistuminen eläinaktiviteetteihin viimeisen kolmen vuoden aikana



# Osallistuminen eläinaktiviteetteihin viimeisen kolmen vuoden aikana

---

## MATKAILIJAT OSALLISTUVAT ELÄINAKTIVITEETTEIHIN VAIN SATUNNAISESTI, SILLÄ...

**n. 20 %** on säännöllisesti (vähintään kerran vuodessa) vierailut eläintarhassa, osallistunut eläinohjelmapalveluun ja/tai vierailut merieläinpuistossa

**n. 50 %** on osallistunut villieläinten katselu-/ kuvaussafarille

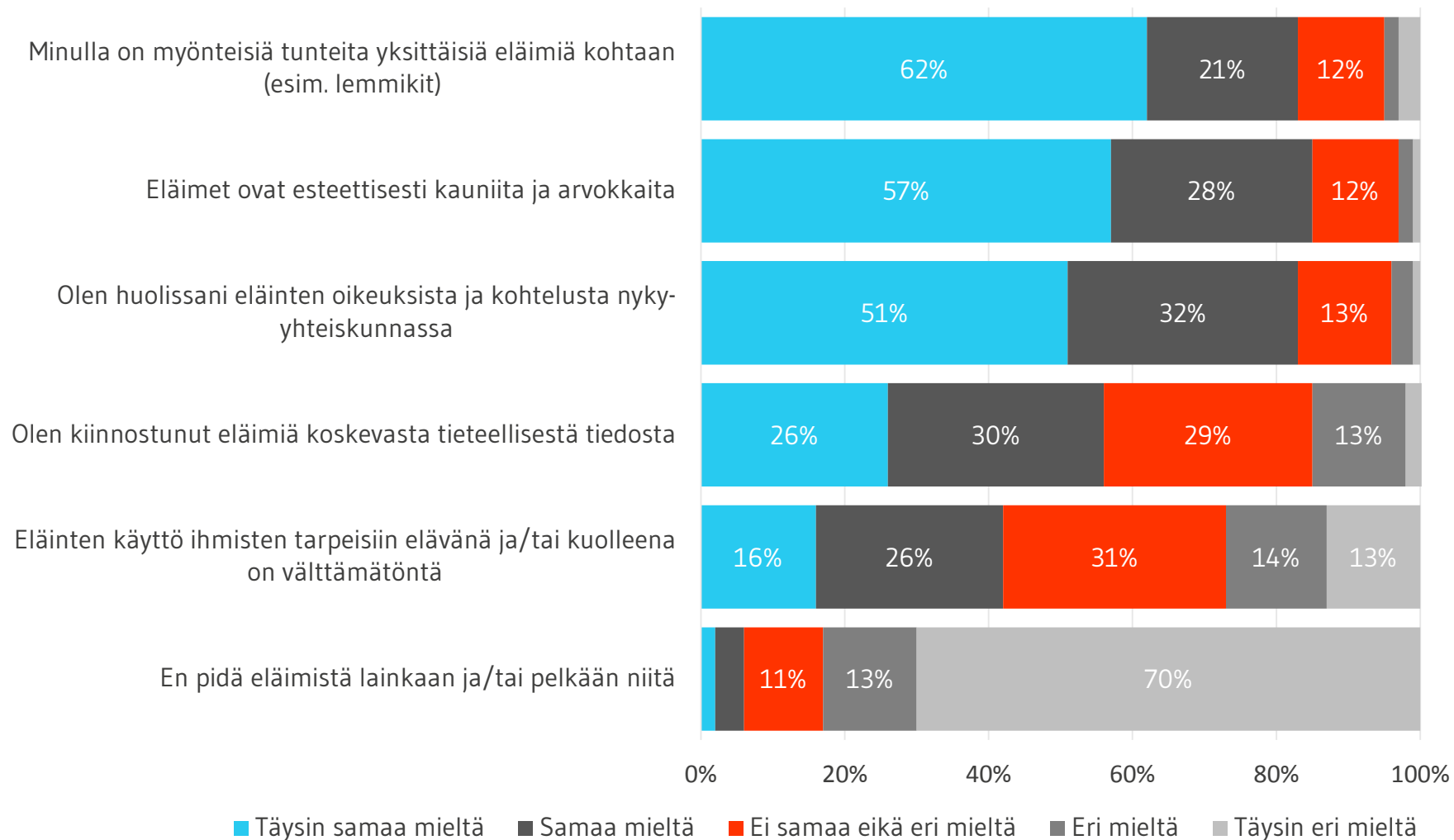
**n. 20 %** on osallistunut eläinkilpailuihin (esim. ravit)

**n. 5 %** on osallistunut eläintaisteluihin (esim. härkätäistelu)

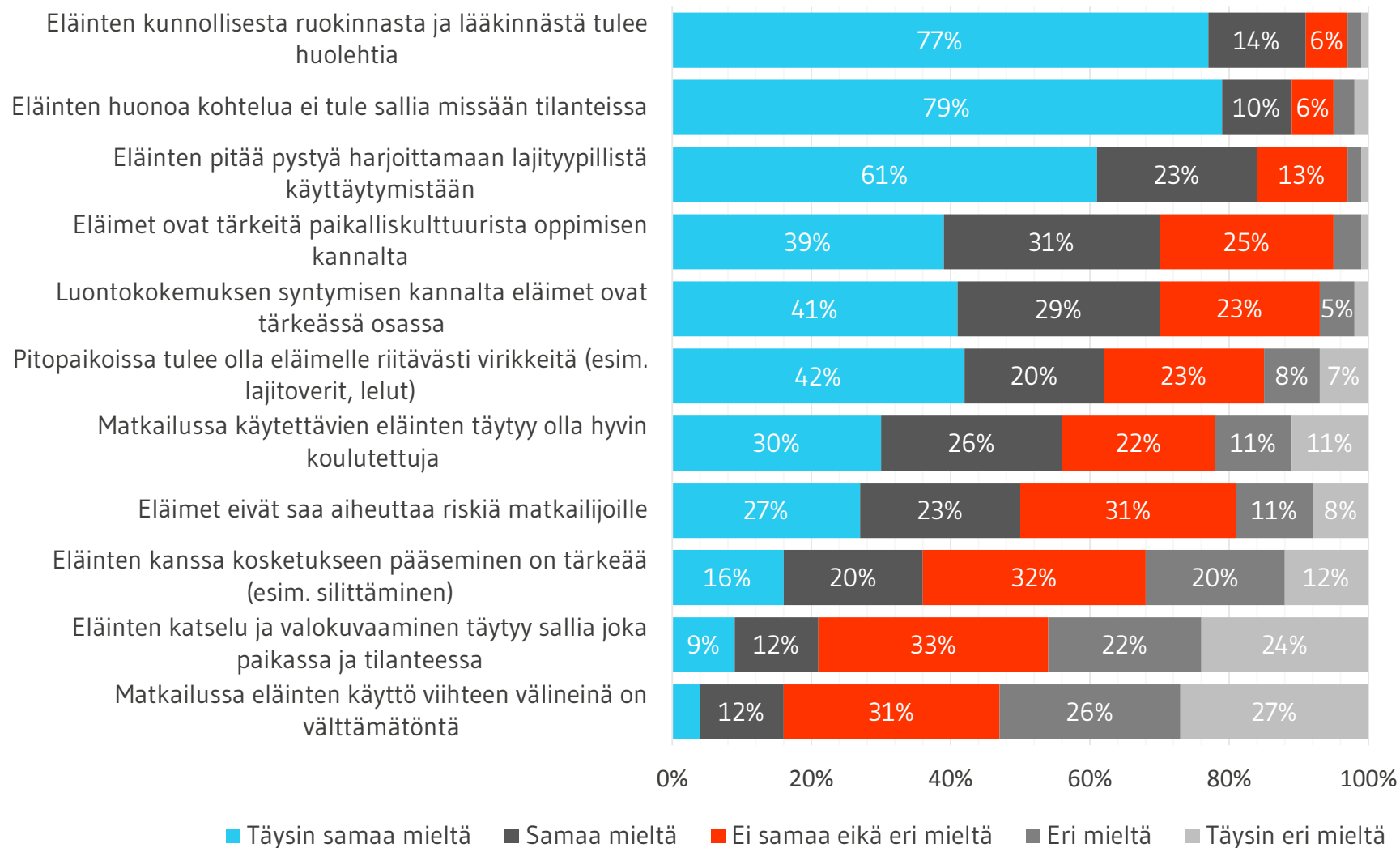
# Käsitykset ja asenteet eläimiä ja eläinmatkailua kohtaan



# Eläimet ja niiden asema yhteiskunnassa



# Eläimet ja niiden asema matkailussa



# Matkailijat ovat kiinnostuneita eläinten asemasta myös matkailualalla, mutta...

---

- Eläimiä omistavat näkevät eläimissä syvempiä arvoja ja ovat enemmän huolissaan eläinten kohtelusta nyky-yhteiskunnassa.
- Kaupunkimaisella alueella asuvat ovat enemmän sitä mieltä, että matkailussa käytettävien eläinten täytyy olla hyvin koulutettuja ja että ne eivät saa aiheuttaa riskiä matkailijoille. Maaseutumaisella alueella asuvat puolestaan näkevät tärkeämmäksi sen, että eläimillä on mahdollisuus lajityypilliseen käyttäytymiseen.
- Aasialaisille sekä Etelä- ja Itä-Euroopasta kotoisin oleville eläinten kanssa kosketuksiin pääseminen ja valokuvaaminen on muita tärkeämpää. He ovat myös eniten sitä mieltä, että eläimet eivät saa aiheuttaa minkäänlaista riskiä matkailijoille.

# Eläinmatkailu on hyväksyttävää, kunhan eläinten hyvinvointia ei laiminlyödä

---

*“Animals (e.g. huskies, reindeer) make travel experience more unforgettable, but I agree that they should be treated well (e.g. enough rest).”*

*“I do not like to participate in activity that requires animals to overwork.”*

*“No cruelty should be allowed. Tourists should understand what impact is made on animals when they are used in tourism.”*

*“Company X should be closed down! A terrible environment for the dogs.”*

\*Lainaukset on otettu kyselylomakkeen lopussa olleesta avoimesta kysymyksestä.

## Eläinmatkailu ei ole hyväksyttävää

---

*“No matter what kind of activity, animals should not be used for any kind of benefit.”*

*“The use of huskies is deplorable. They are thin, tired and don't have a place for recovery. I have Galgos that have been rescued from maltreatment.”*

*“Personally, I don't like activities such as reindeer and husky sledding. Animals are supposed to have freedom and their own living environment.”*

\*Lainaukset on otettu kyselylomakkeen lopussa olleesta avoimesta kysymyksestä.

# Eläinmatkailussa vallitsevista käytännöistä halutaan lisätietoa

---

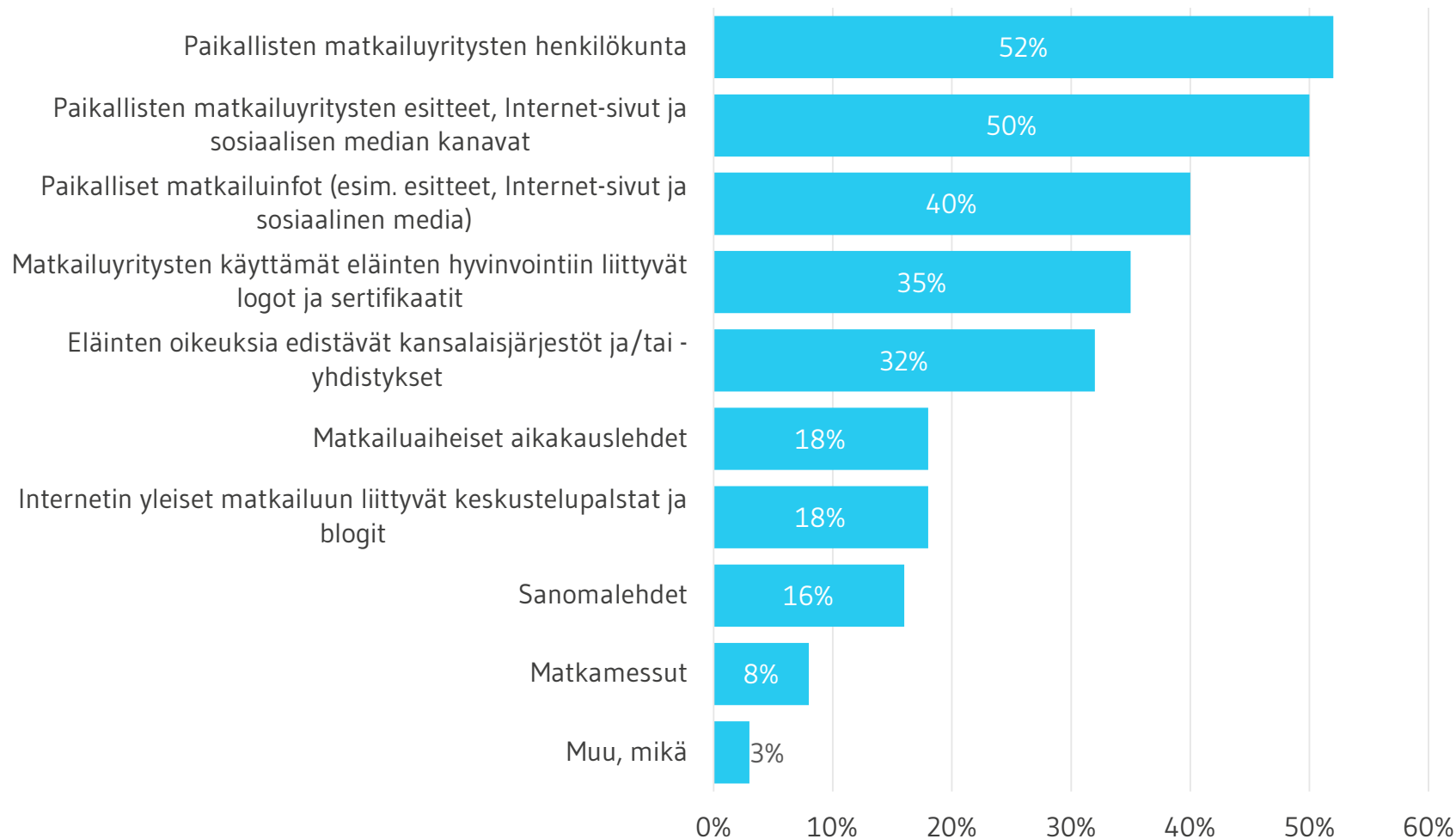
*“I hope that animal-based activities can give tourists more time to know about animals' life, food and training activities. I think that these are very interesting and can make us to know better animals and their daily life.”*

*“I would like to see more of correct feeding and right treatment of animals through videos, photos etc. to ensure it is ok.”*

*“Often we are probably unaware of the true welfare of animals we see. But we need to be aware of and educated about animals. Therefore it is necessary, but needs control.”*

\*Lainaukset on otettu kyselylomakkeen lopussa olleesta avoimesta kysymyksestä.

# Viestintäkanavat, joiden kautta toivotaan tietoa eläinten hyvinvoinnista



# Näkökulmia lappilaiseen eläinmatkailuun

---



# Näkökulmia lappilaiseen eläinmatkailuun

---

- Matkailijat ostavat yleisimmin valmiin matkapaketin matkanjärjestäjän kautta.
- Matkailijoille sosiaalinen media on selvästi yleisin kanava, mistä he hakevat tietoa Lapista ennen matkaa.
- Matkailijoille eläinaktiviteetit sekä villieläinten näkemien ovat tärkeitä syitä matkustaa Lappiin.
- Matkailijat tekevät arvopohjaisia kulutusvalintoja, sillä he suosivat usein paikallisesti tuotettuja ja ympäristöystävällisiä tuotteita ja palveluja.



## Lisätiedot

José-Carlos García-Rosell, [jgarcia@ulapland.fi](mailto:jgarcia@ulapland.fi)

Mikko Äijälä, [mikko.aijala@ulapland.fi](mailto:mikko.aijala@ulapland.fi)

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti  
Viirinkankaantie 1, 96300 Rovaniemi  
[matkailu.luc.fi](http://matkailu.luc.fi)



[www.matkailuelaimet.fi](http://www.matkailuelaimet.fi)



[www.animaltourismfinland.com](http://www.animaltourismfinland.com)



matkailuelaimet



Animal Tourism Finland



@animaltourfi