

Suomen Latu Retkeilytutkimus 2019

TUTKIMUSRAPORTTI

Erna Icen

12.9.2019/Taloustutkimus Oy

Sisälllys

Johdanto

Tutkimuksen sisältö

Tiivistelmä

Vastaajien taustatiedot

Nuku yö ulkona –haaste

Retkeily



Johdanto

Kohdejoukko ja otantamenetelmä

Tutkimus on toteutettu Taloustutkimuksen internet-paneelissa. Tutkimuksen kohderyhmänä on Manner-Suomen suomenkielinen aikuisväestö (15–79-vuotiaat).

Tiedonkeruun ajankohta

Tutkimus kutsut lähetettiin panelisteille 2.9.2019. Kysely suljettiin 5.9., jolloin kyselyyn oli vastannut 1041 panelistia.

Otoksen koko ja painotus

Tutkimukseen vastasi 1041 henkilöä. Tutkimuksen otos painotettiin iän, sukupuolen, asuinalueen mukaan kohderyhmää edustavaksi. Otoksen painottamaton ja painotettu rakenne on selvitetty raportissa. Taulukoissa painottamaton luku (unweighted) kertoo haastateltujen määrän eri taustaryhmissä ja painotettu luku (weighted) vastaavan populaation tuhansina (.000) henkilöinä.

Tietojen käsittely ja raportointi

Aineiston atk-tulostus on tehty Taloustutkimus Oy:n laitteistoilla ja ohjelmistoilla. Tulokset esitetään pääosin graafisessa muodossa

Taloustutkimuksessa tutkimuksesta on vastannut tutkimusjohtaja Erna Icen.



Tutkimuksen sisältö

Taloustutkimus on toteuttanut tutkimuksen Suomen Ladun toimeksiannosta. Kyselyssä käytetyn lomakkeen on suunnitellut Suomen Latu. Tutkimuksella selvitettiin suomalaisten asenteita ja kiinnostusta retkeilyä kohtaan. Tutkimuksella selvitettiin, mitä retkeilyllä käsitetään, harrastaako itse retkeilyä ja esimerkiksi miten ja missä seurassa retkeilyä harrastetaan. Tutkimuksella on myös haluttu saada tietoa niistä syistä, joiden vuoksi retkeilyä ei harrasteta – onko syynä se, että retkeily ei kiinnosta vai onko olemassa muita syitä.



Tiivistelmä

Lähes kaksi kolmesta oli tietoisia Nuku yö ulkona –haasteesta ja 3% oli itse osallistunut haasteeseen, pääosin omatoimisesti majoittuen. Yli 35-vuotiaat olivat muita useammin tietoisia haasteesta. Myös naiset tieto haasteesta oli tavoittanut miehiä paremmin.

Suomalaisten käsitykset retkeilystä käsitteenä jakautuvat kolmeen luokkaan. Kolmannekselle retkeily tarkoittaa luonnossa oleilua ja kävelyä. Toisen joukon muodostavat ne, joille retkeily on luonnossa liikkumista omin lihasvoimin esim. liikkumista pyörällä tai hiihtäen kävelyn ohella. Kolmannen joukon muodostavat ne, joille retkeily tarkoittaa myös luonnossa yöpymistä.

Kaksi kolmesta oli retkeillyt luonnossa viimeisen vuoden aikana. Valtaosa oli tehnyt päiväretkiä. Joka kymmenes kertoi olleensa yön yli kestäneellä retkellä. Nuorimpien vastaajien (alle 35- vuotiaat) keskuudessa yöpyminen oli yleisempää. Myös miehet tekivät yön yli retkiä useammin kuin naiset. Vaeltamassa oli käynyt 6%. Vaellukset olivat jonkin verran suosittuimpia Itä- ja Pohjois-Suomessa asuvien keskuudessa.

Keskimäärin päiväretkiä oli viimeisen vuoden aikana tehty kerran kuukaudessa. Joukossa on kuitenkin niitä, jotka kertovat tekevänsä hyvinkin usein päiväretkiä, mikä nostaa keskiarvoa. Päiväretkien mediaani on 5, mikä ehkä kuvaa paremmin tyypillisen retkeilijän vuosittaisten päiväretkien lukumäärää. Yön yli retkellä tai vaelluksella oli tyypillisesti käyty 2-3 kertaa vuoden aikana.



Tiivistelmä

Kävely oli ylivoimaisesti suosituin liikkumismuoto retkeillessä. Tästä oli kokemusta käytännössä kaikilla. Sen ohella oli myös pyöräilty ja hiihdetty. Pyöräily oli jonkin verran yleisempää naisten keskuudessa. Joka viides oli myös retkeillyt hiihtäen viimeisen vuoden aikana. Hiihto oli suositumpaa yli 50- vuotiaiden keskuudessa.

Suomalaiset suosivat retkeilyä muiden seurassa - tyypillisimmin yhdessä jonkun toisen aikuisen kanssa. Vain joka viides kertoi retkeilevänsä yksin.

Vajaa puolet kertoi retkeilevänsä myös talvella. Talvella retkeily kuitenkin painottuu päiväretkiin.

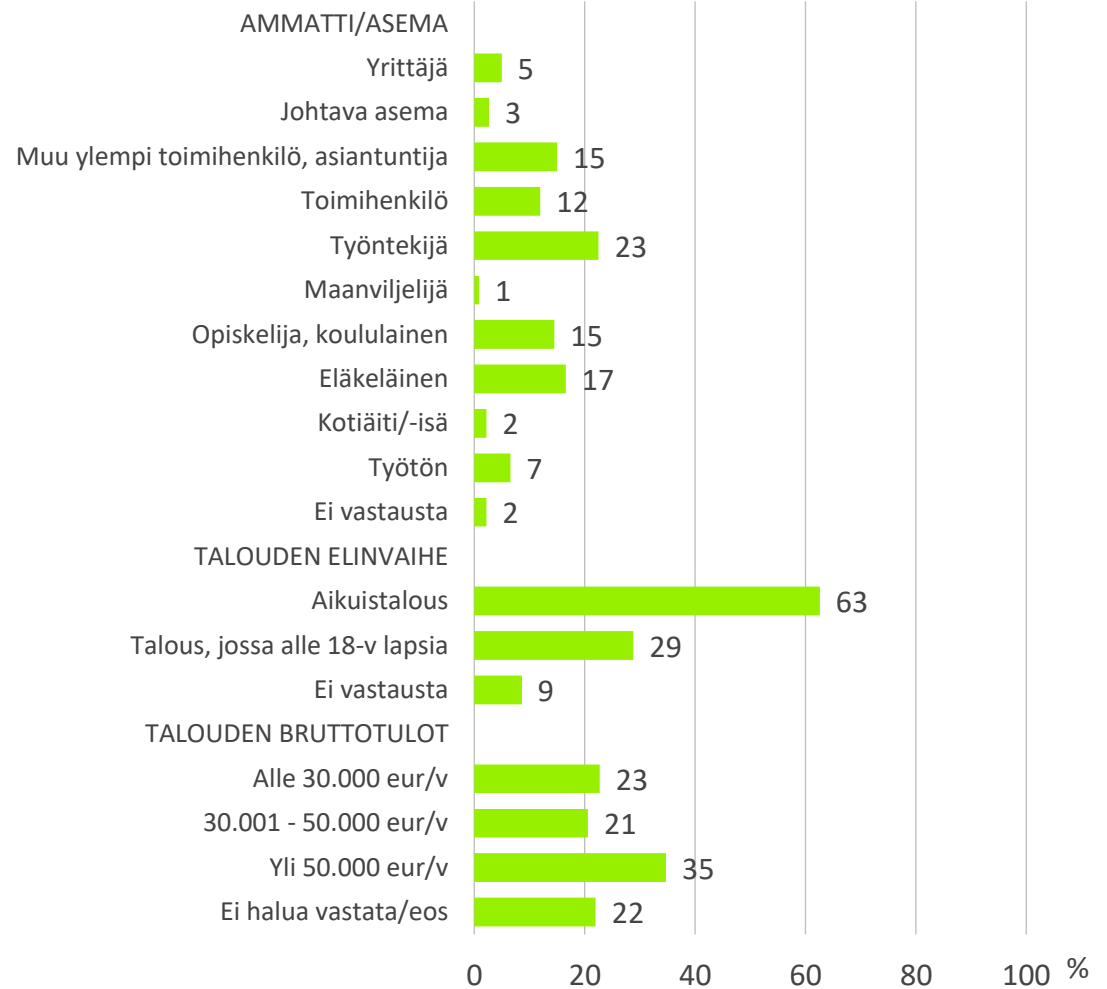
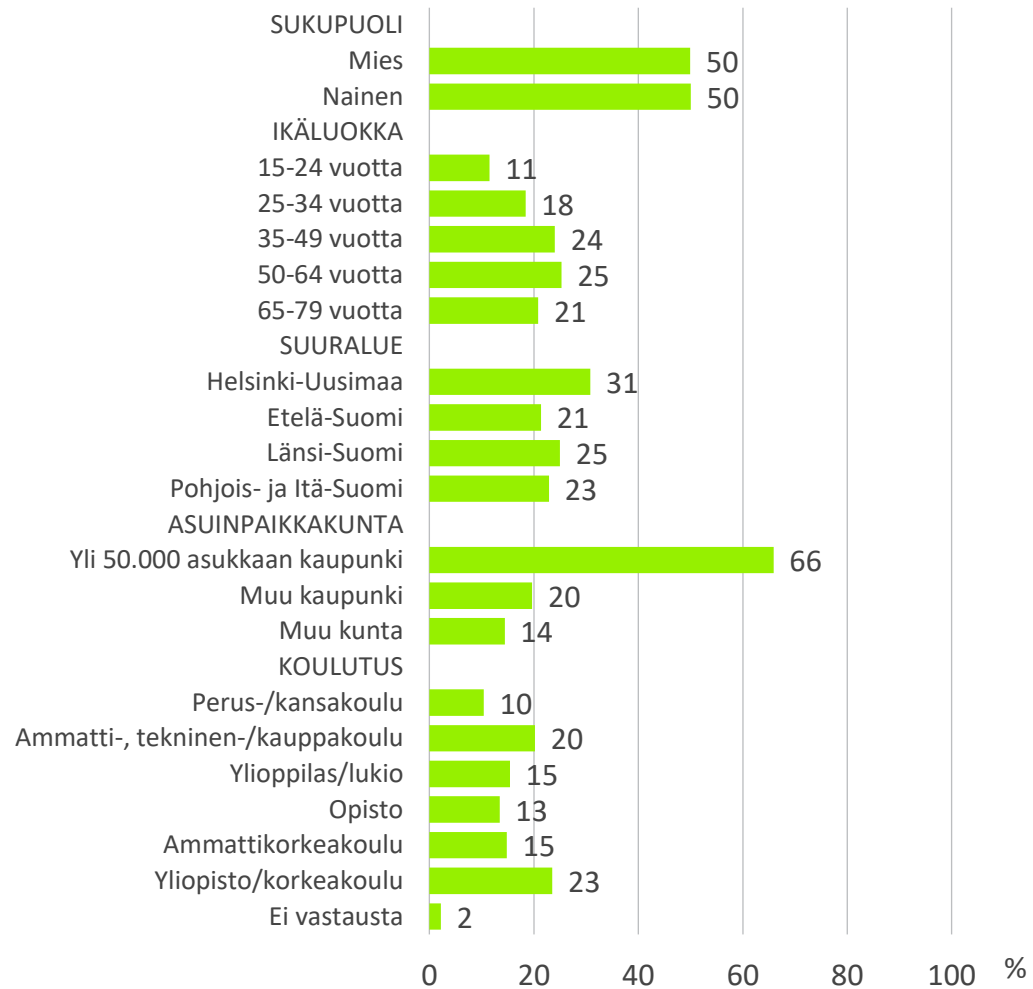
Yleisin syy siihen, että viimeisen vuoden aikana ei oltu retkeilty oli ajanpuute, mutta myös retkiseurun, retkeilytaitojen tai sopivien varusteiden puute olivat varsin usein mainittuja syitä. Ainoastaan kolmannes ei retkeillyt, koska retkeily ei kiinnostanut. Miehillä syy oli kiinnostuksen puute naisia useammin, kun taas naisilla oli miehiä useammin esteenä sopivan seurun tai retkeilytaitojen puute. Sopivan retkiseurun puuttuminen korostui myös erityisesti iäkkäämpien vastaajien keskuudessa.

Jos haasteena ei olisi aikapula, sopivan seurun, taitojen tai varusteiden puuttuminen, niin kolme viidestä olisi kiinnostunut retkeilystä. Erityisesti alle 50- vuotiaiden vastaajien joukosta löytyy kiinnostusta retkeilyn aloittamiseen.



Vastaajien taustatiedot

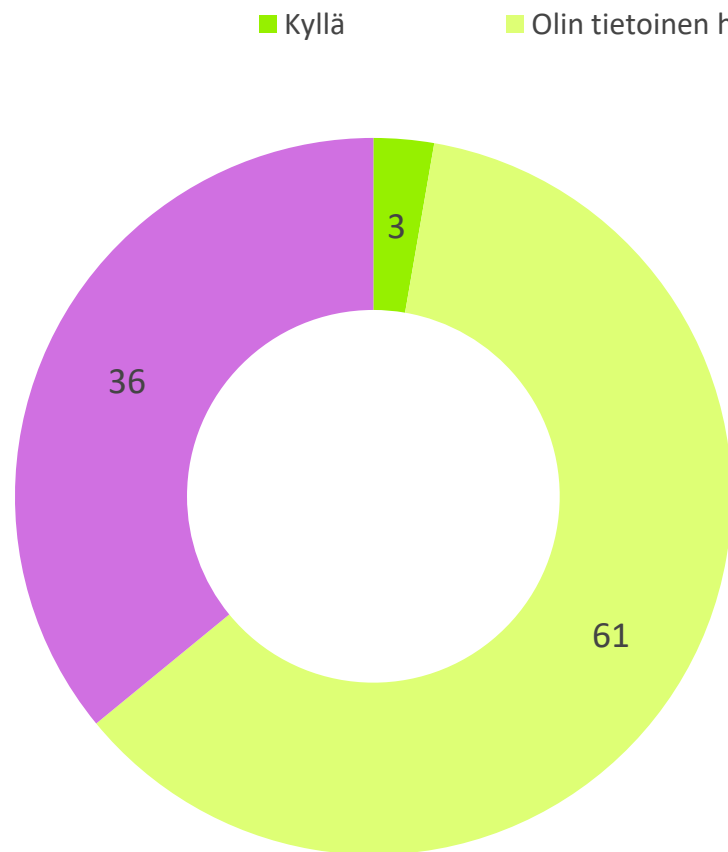
Vastaajien taustatiedot



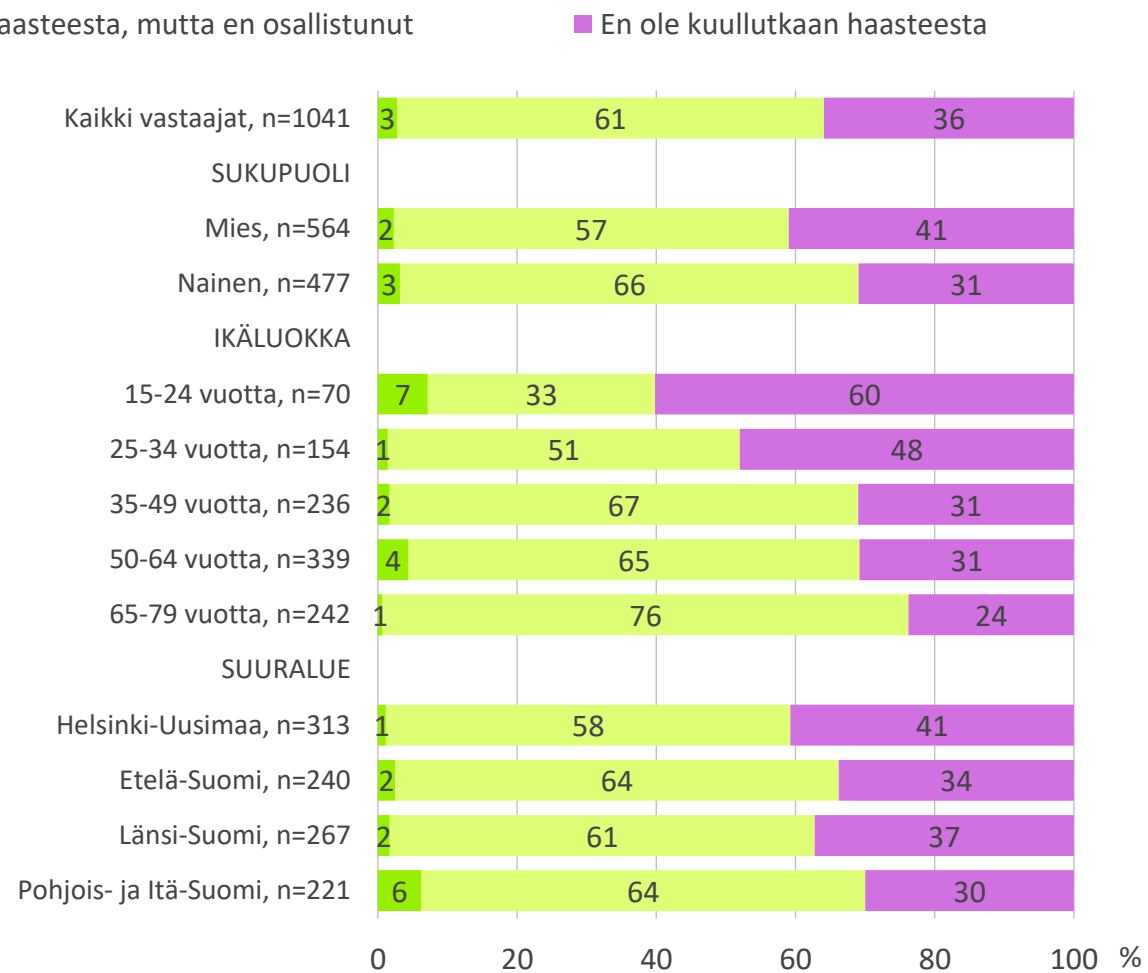
Kaikki vastaajat, n=1041

Nuku yö ulkona - haaste

Osallistuitko Nuku yö ulkona -haasteeseen lauantaina 31.8.2019?

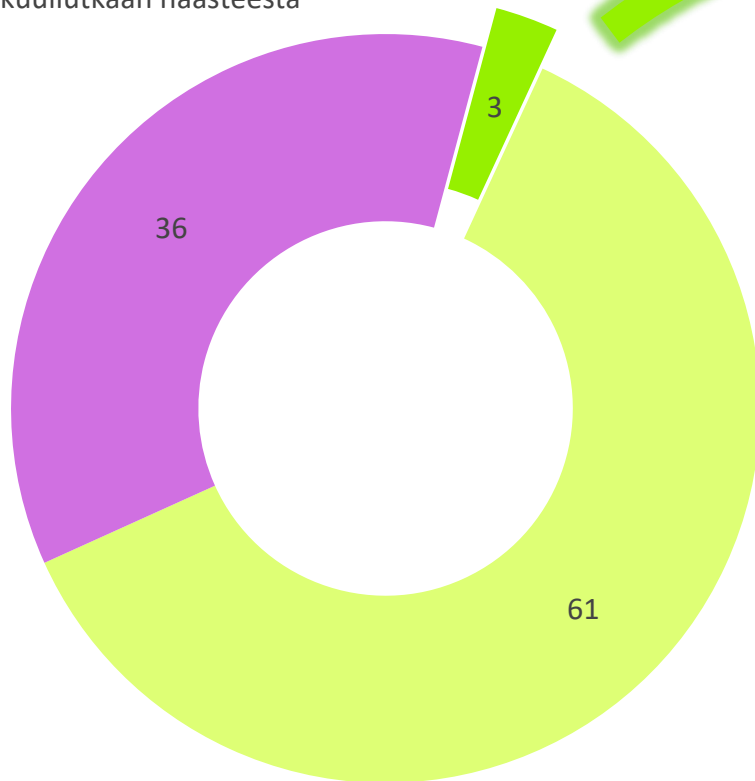


n=kaikki vastaajat



Osallistuitko Nuku yö ulkona - haasteeseen lauantaina 31.8.2019?

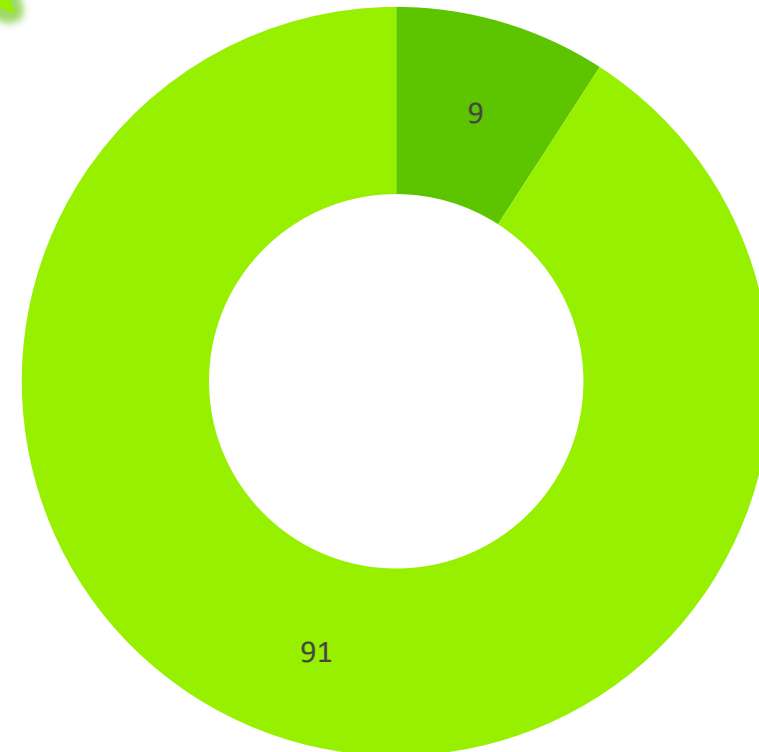
- Kyllä
- Olin tietoinen haasteesta, mutta en osallistunut
- En ole kuullutkaan haasteesta



Kaikki vastaajat, n=1041

Osallistuitko Nuku yö ulkona -haasteeseen...

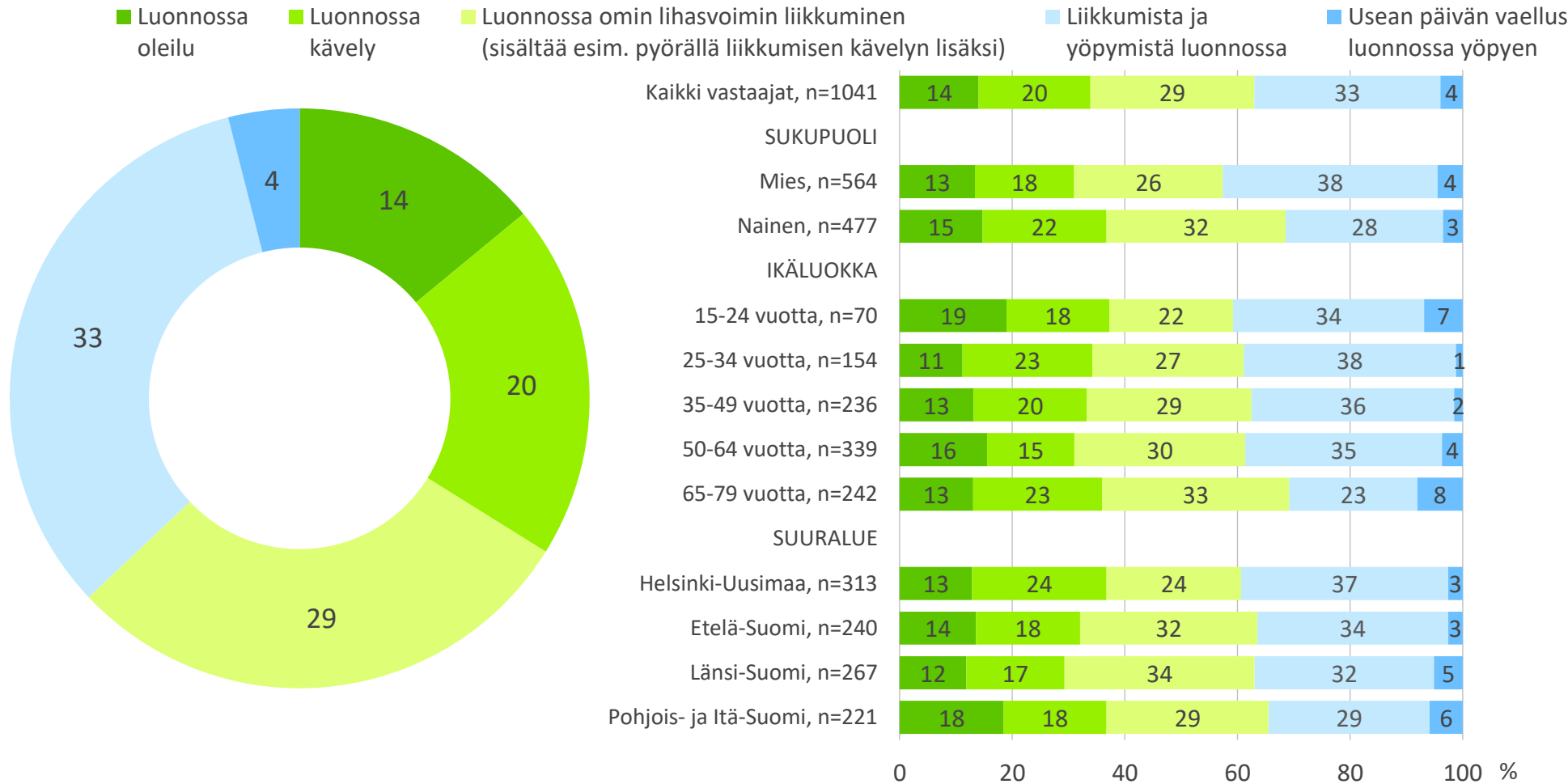
- Järjestetyssä tapahtumassa
- Omatoimisesti majoittuen



Osallistui, n=23*

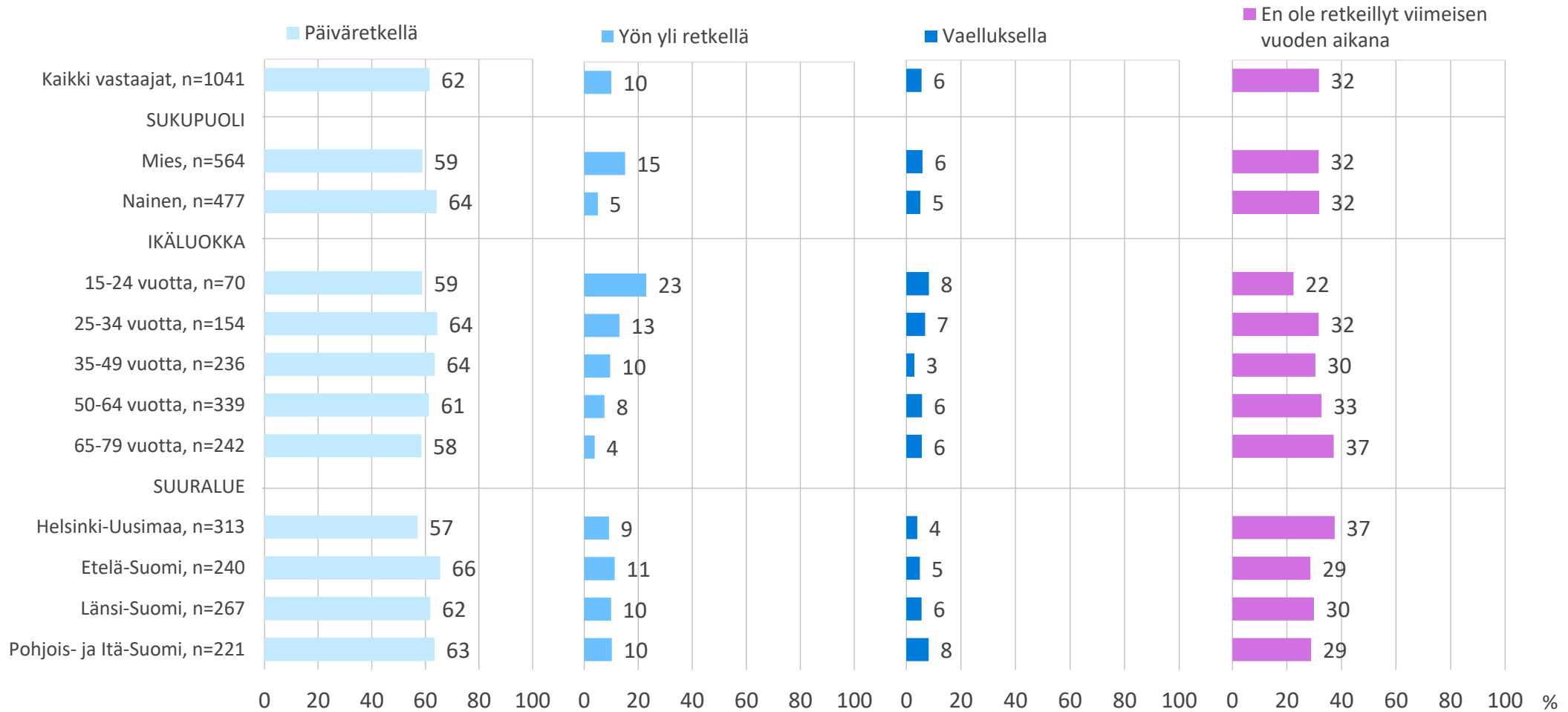
Retkeily

Mikä seuraavista vaihtoehtoista kuvaa sinusta parhaiten käsitettä retkeily?



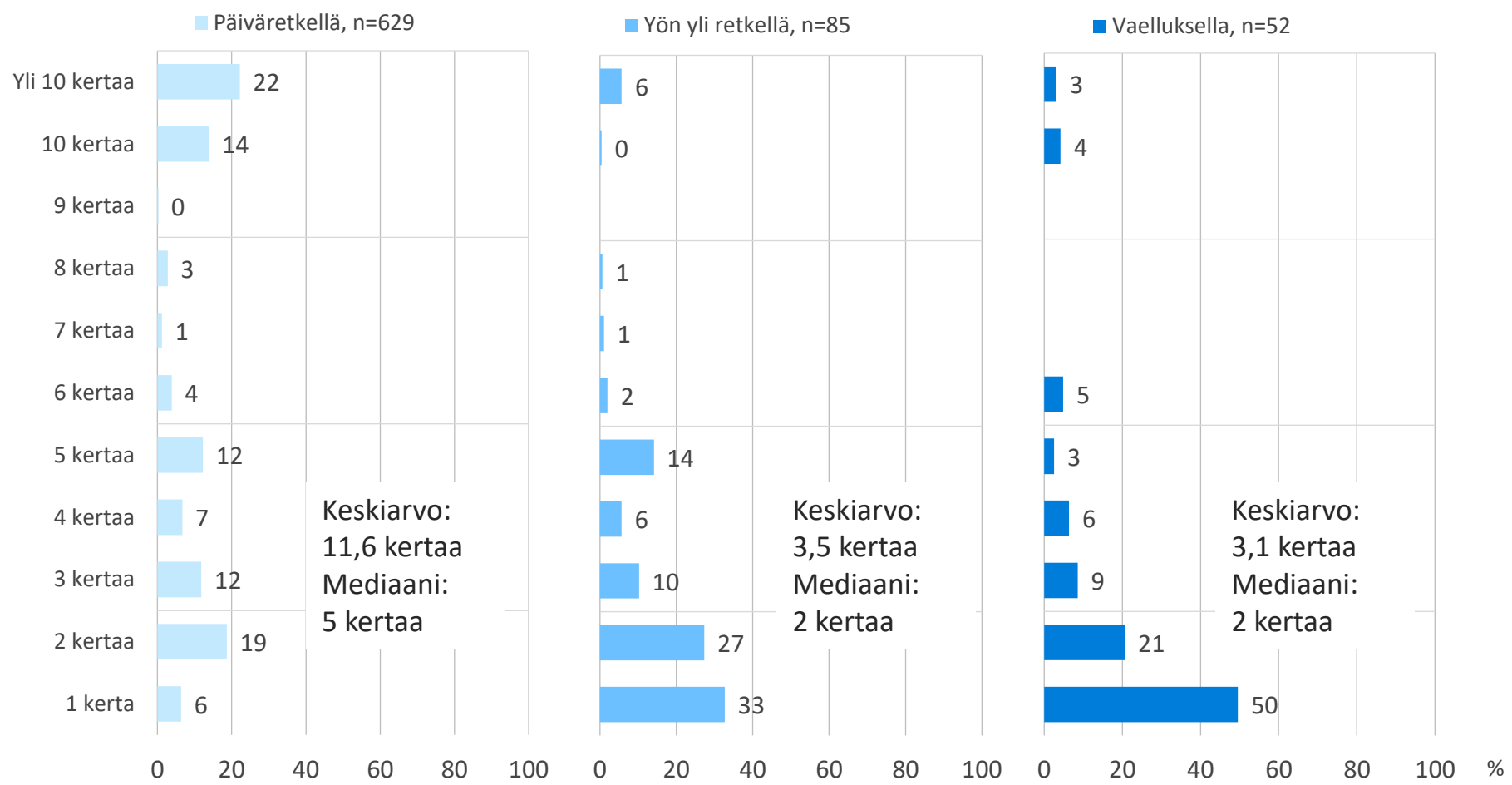
n=kaikki vastaajat

Oletko retkeillyt viimeisen vuoden aikana luonnossa...?



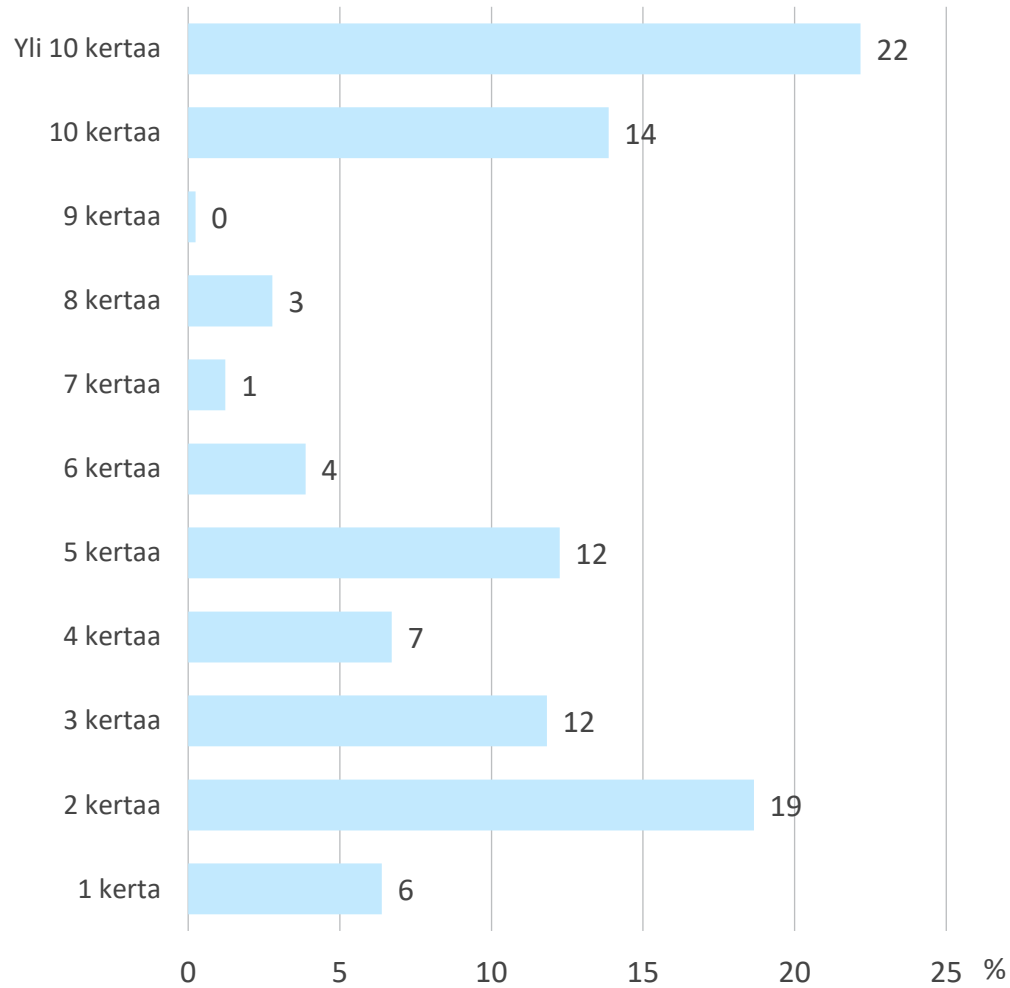
n=kaikki vastaajat

Kuinka useasti retkeilty viimeisen vuoden aikana luonnossa...?

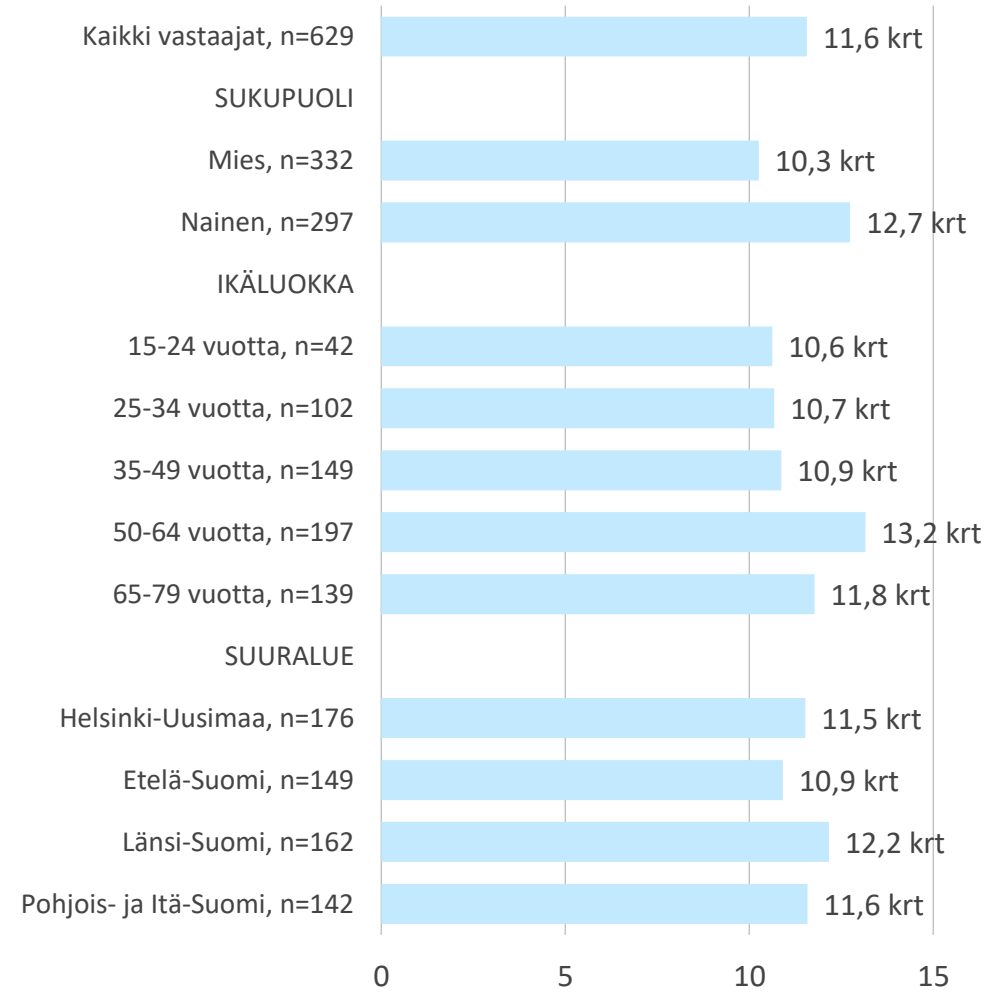


n=retkeilyt

Ollut päiväretkellä viimeisen vuoden aikana luonnossa



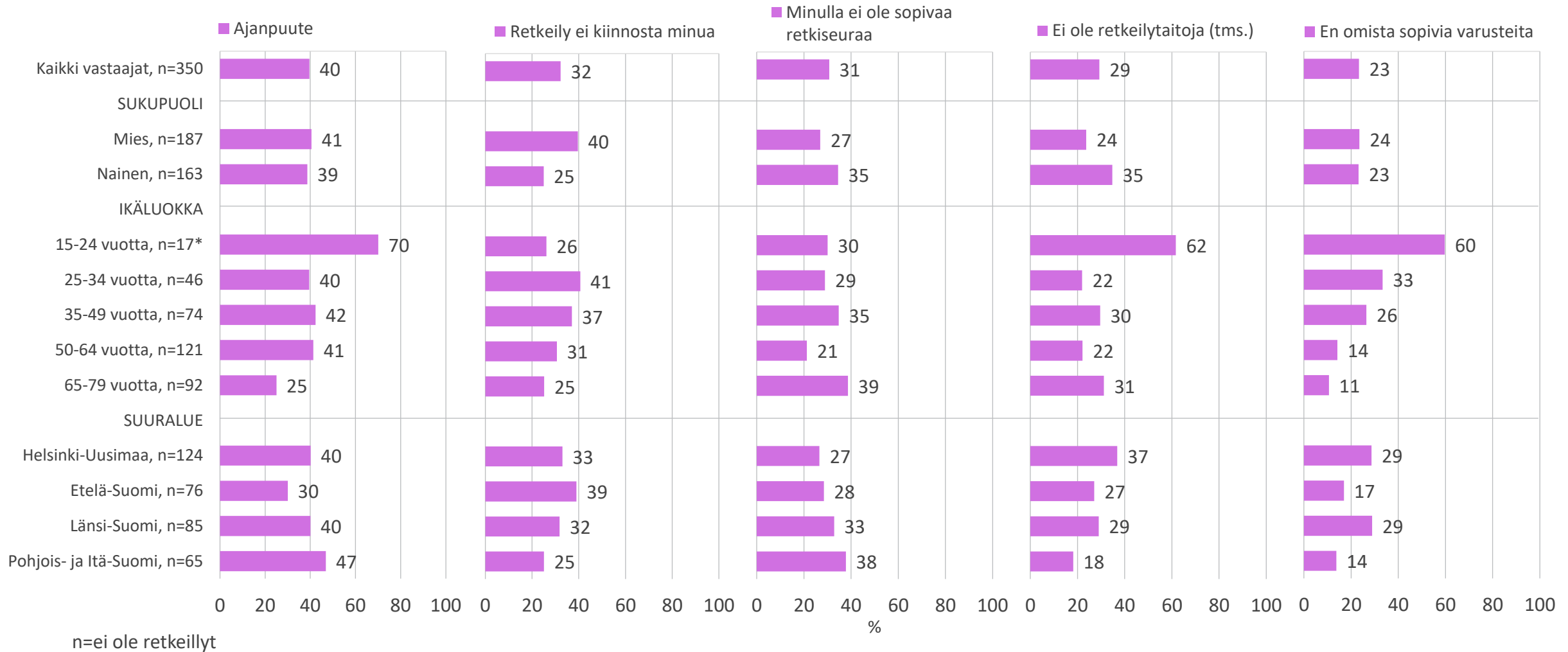
Ollut päiväretkellä, n=629



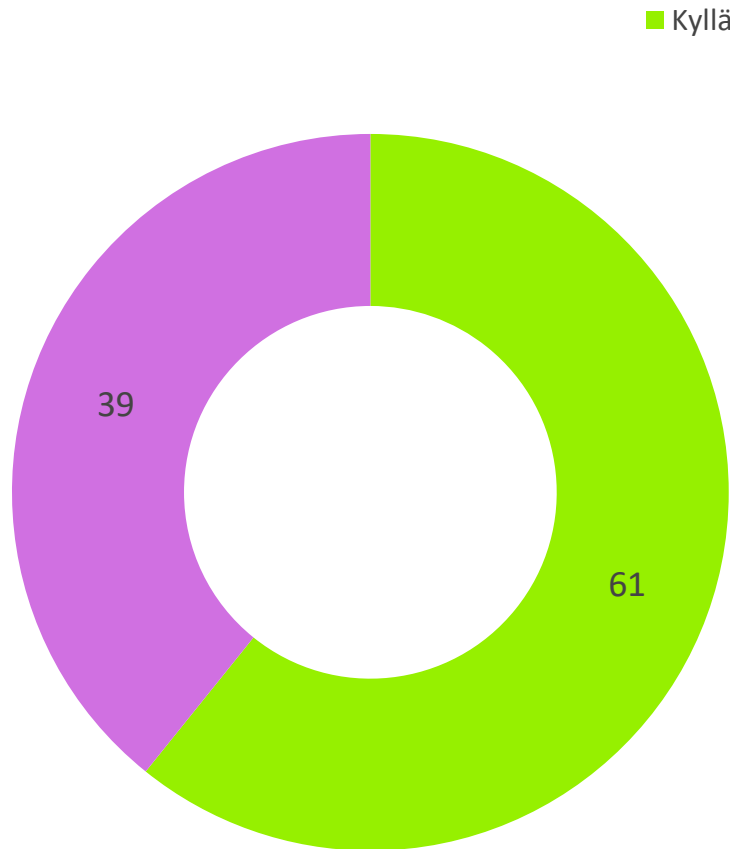
n=ollut päiväretkellä

Keskisarvo (kerta)

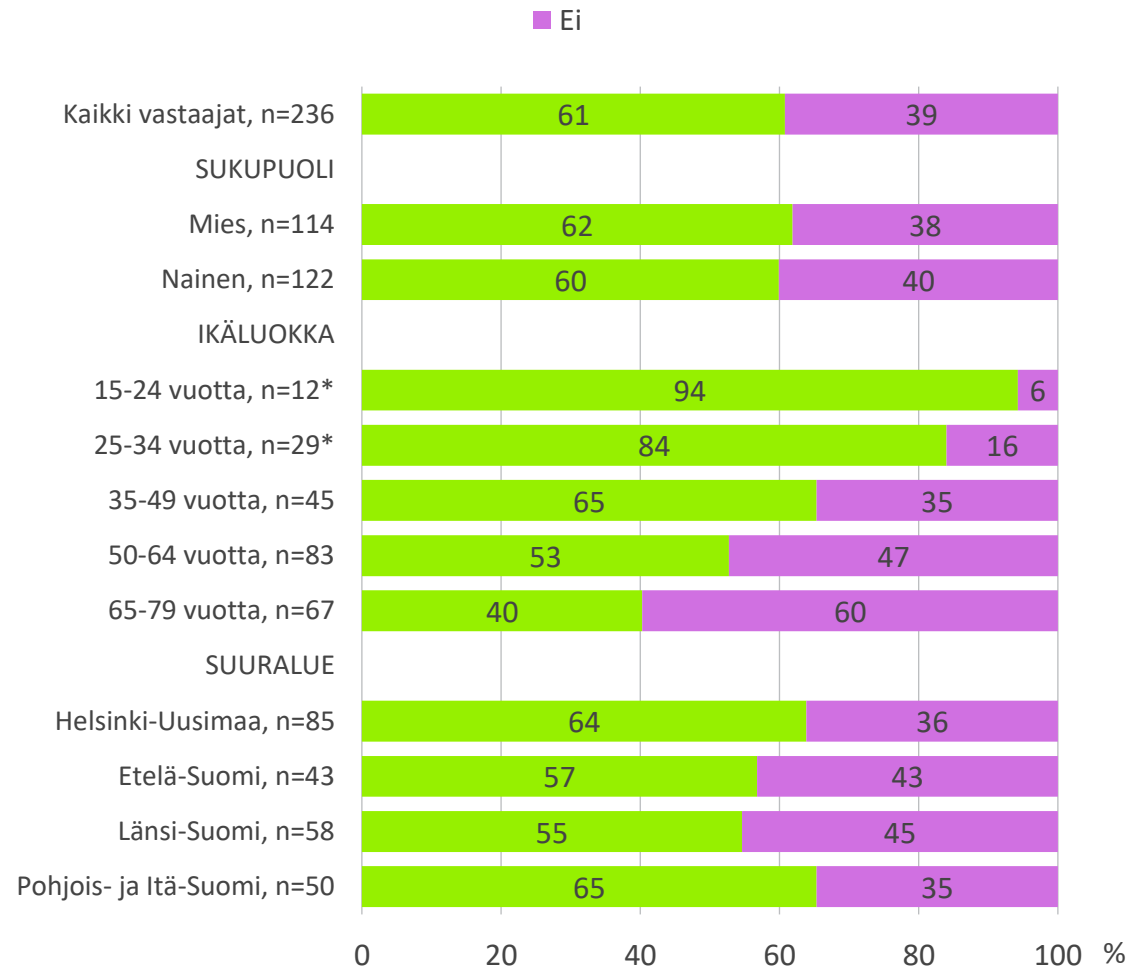
Miksi et ole retkeillyt?



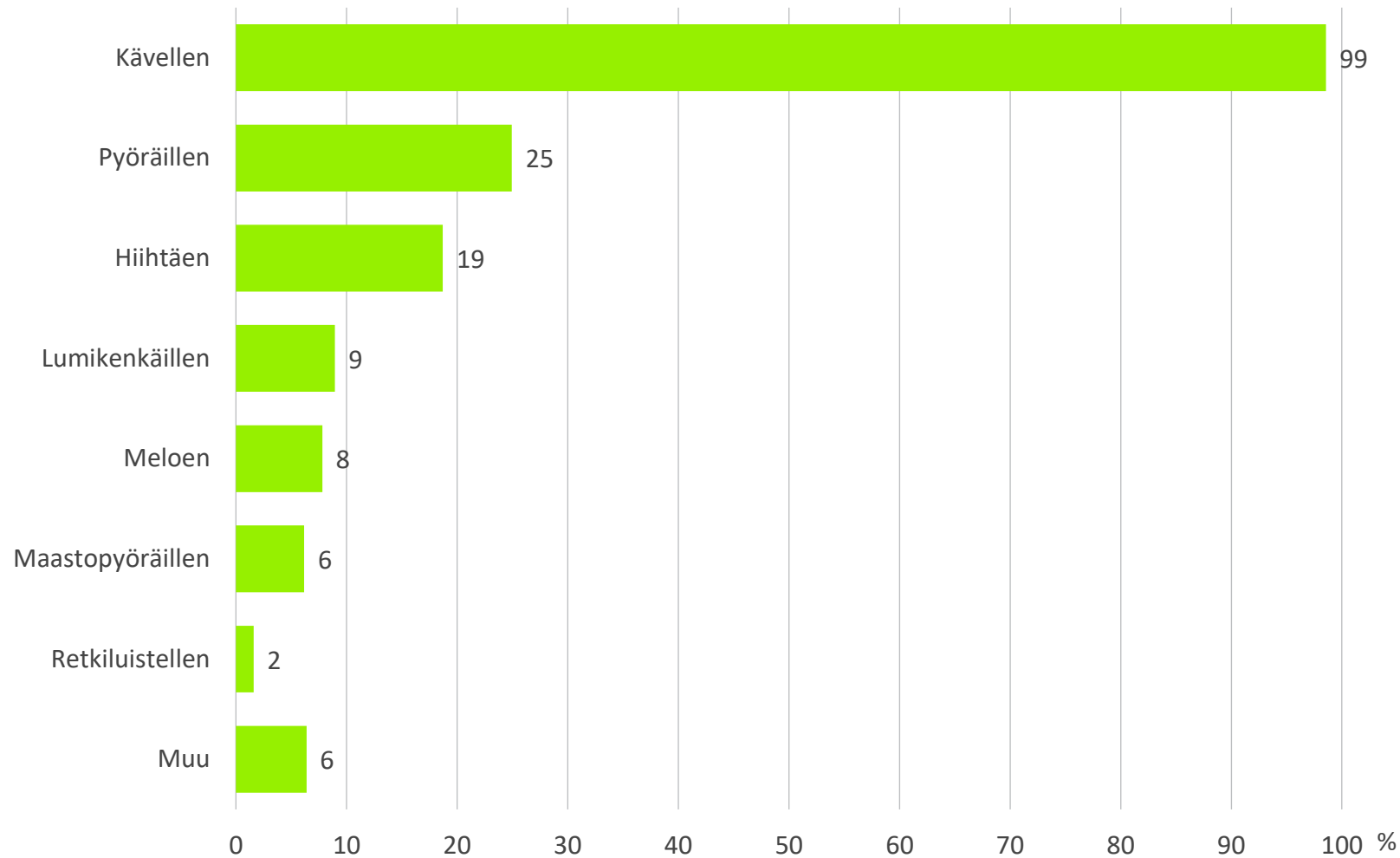
Oletko kiinnostunut retkeilystä / haluaisitko aloittaa retkeilyn?



Kiinnostaa, mutta ei voi retkeillä, n=236



Millä tavoin olet viimeisen vuoden aikana retkeillyt?



On retkeillyt, n=691

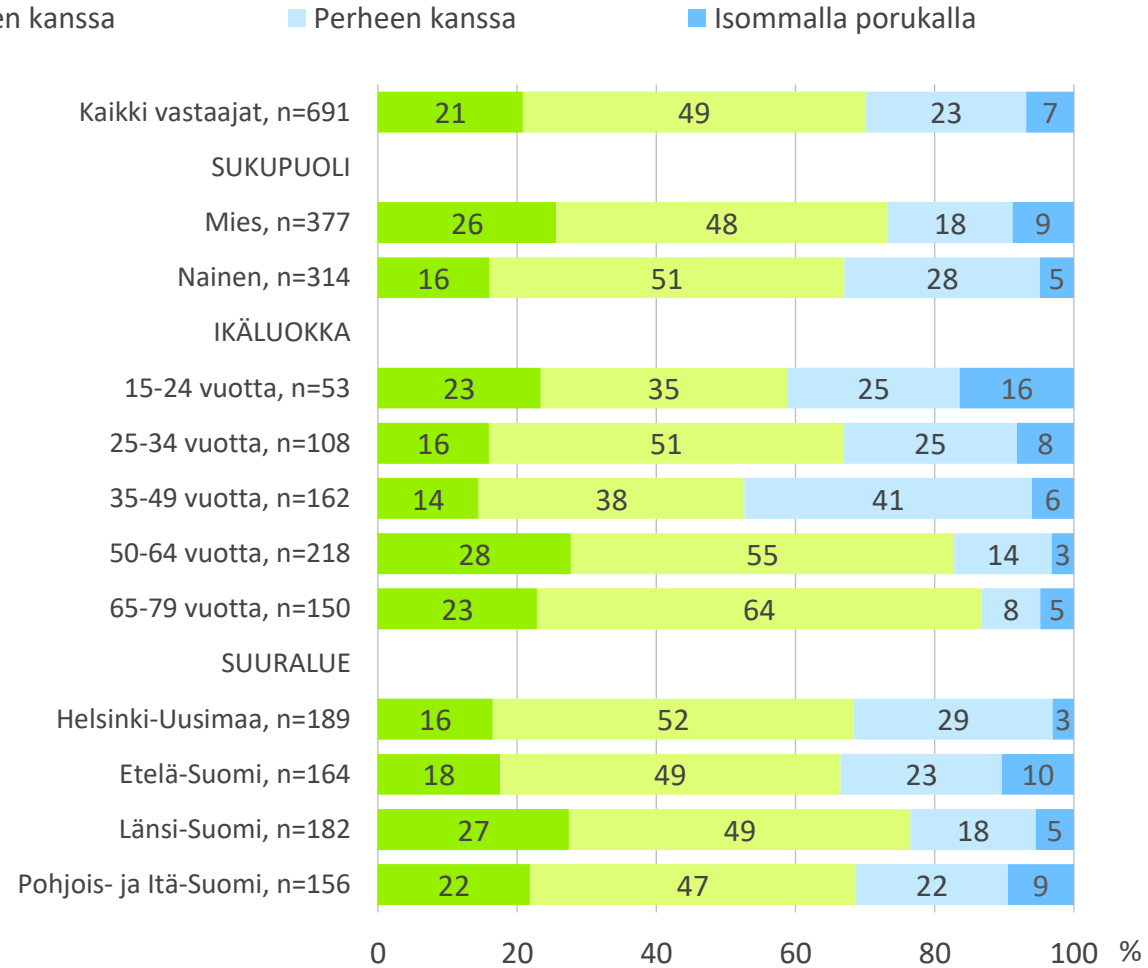
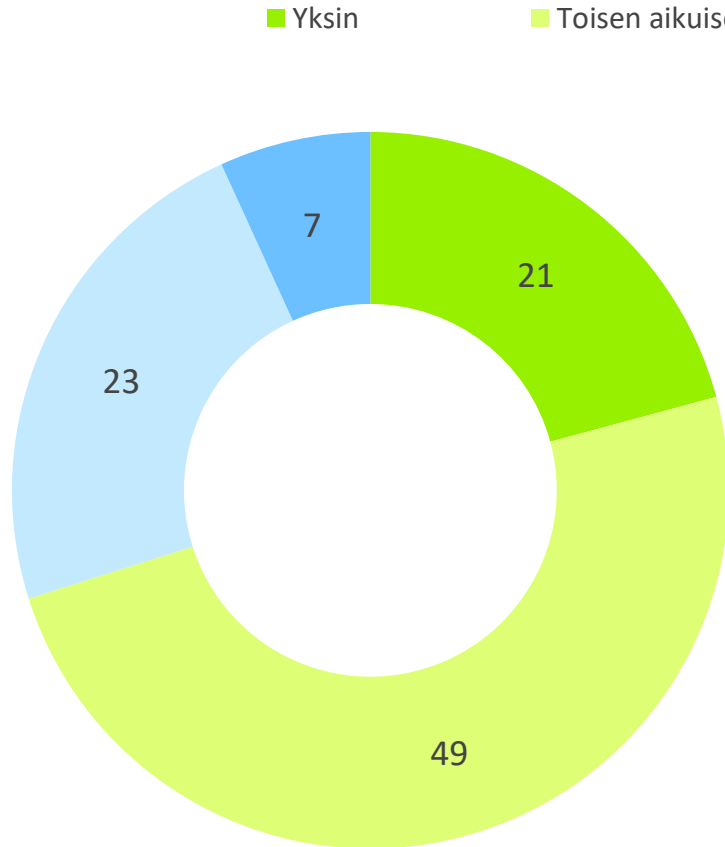
Millä tavoin olet viimeisen vuoden aikana retkeillyt?

	Kaikki vastaajat, n=691	SUKUPUOLI		IKÄLUOKKA					SUURALUE			
		Mies, n=377	Nainen, n=314	15-24 vuotta, n=53	25-34 vuotta, n=108	35-49 vuotta, n=162	50-64 vuotta, n=218	65-79 vuotta, n=150	Helsinki-Uusimaa, n=189	Etelä-Suomi, n=164	Länsi-Suomi, n=182	Pohjois- ja Itä-Suomi, n=156
Kävelen	99	98	99	100	100	96	98	99	98	100	99	98
Pyöräillen	25	20	30	29	19	26	24	27	26	26	24	23
Hiihtäen	19	22	16	5	16	20	23	24	12	14	23	26
Lumikenkäillen	9	7	10	9	8	11	9	7	7	8	9	12
Meloen	8	8	8	9	9	9	6	8	8	9	12	2
Maastopyöräillen	6	8	4	3	3	10	9	2	3	7	8	7
Retkiluistellen	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	3	1
Muu	6	6	6	6	3	9	6	6	5	4	5	11



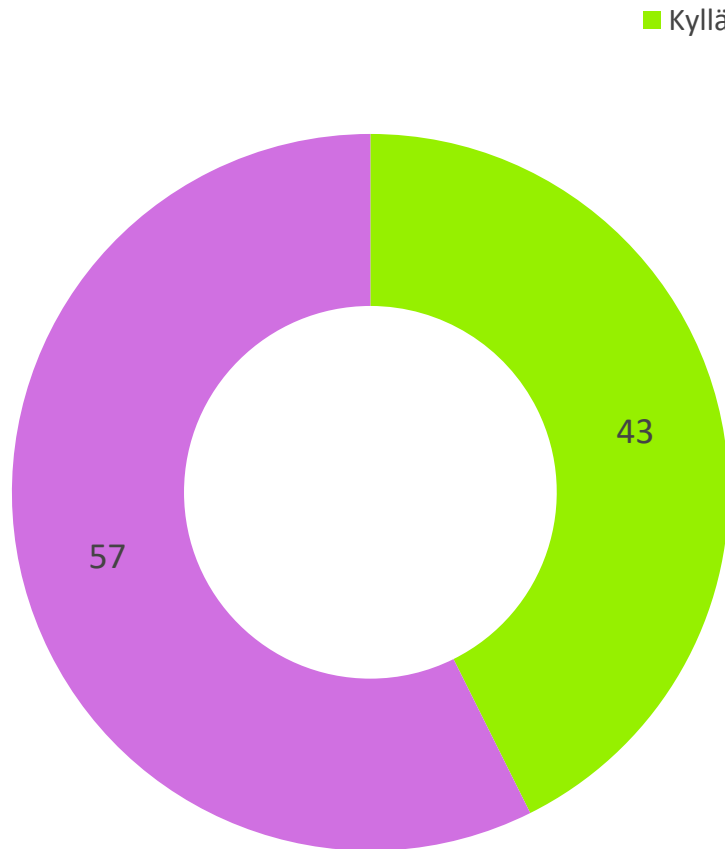
n=on retkeillyt

Retkeiletkö yleisimmin...?



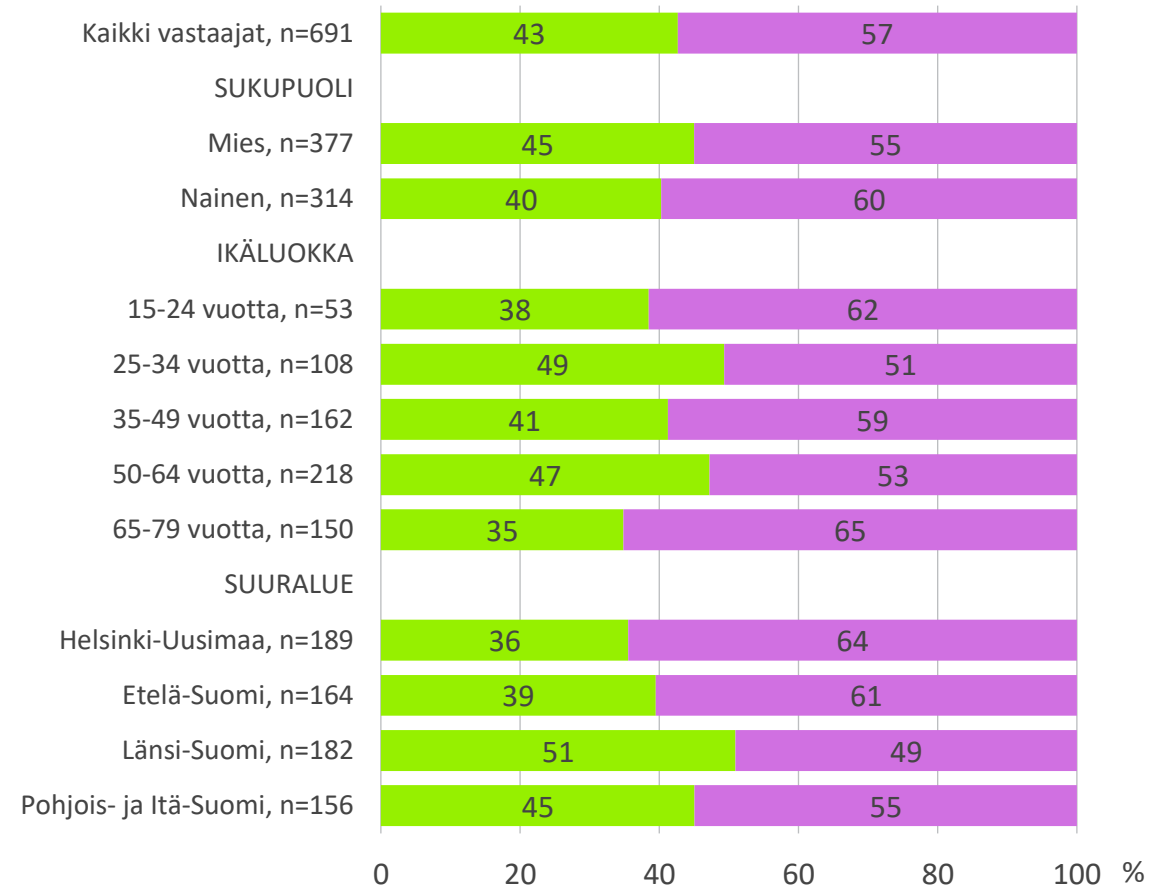
n=on retkeilyt

Harrastatko talviretkeilyä?



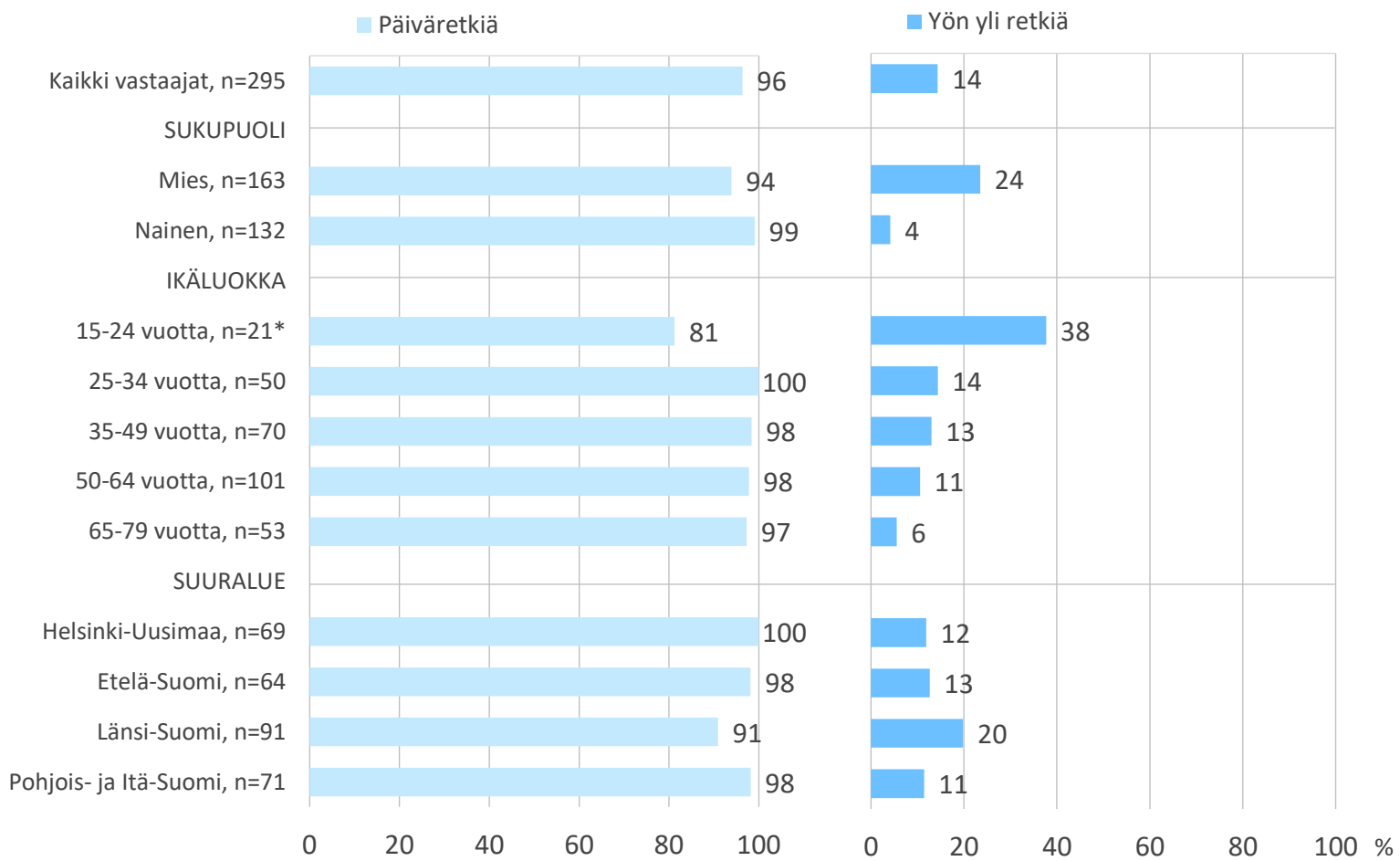
Kyllä

En



n=on retkeilyt

Teetkö talvisin...?



n=harrastaa talviretkeilyä

LISÄTIETOJA:

Erna Icen
Tutkimusjohtaja
010 758 5292
erna.icen@taloustutkimus.fi

www.taloustutkimus.fi



Liitteet

Laadunvarmistus Taloustutkimuksessa

- SGS Fimko on myöntänyt Taloustutkimukselle ISO 20252 -toimialasertifikaatin, ja tämän projektin kaikki vaiheet on toteutettu kyseisen standardin ja Suomen lakien mukaisesti.
- Taloustutkimus käsittelee aina kaikkia tutkimuksiin liittyviä, sekä asiakkailta saatuja että tutkimuksen yhteydessä syntyneitä, tietoja ehdottoman luottamuksellisina.
- Taloustutkimus on sitoutunut noudattamaan ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan kansainvälisiä perussääntöjä.
- Taloustutkimus ei ole käyttänyt alihankkijoita tässä tutkimuksessa.

Erillistutkimuksen tulosten julkaiseminen ja edelleen luovuttaminen

- Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
- Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta.
- Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
- Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistavat tiedot ym.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kyselyihin.
- Olemme mielellämme avuksi viestinnässänne.



LUOTETTAVUUSRAJATAULUKKO 95 %:N TASOLLE

% -luku, joka tuli tulokseksi	VASTAAJAMÄÄRÄ															
	25	50	75	100	150	200	250	300	400	500	600	800	1000	2000	3000	5000
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2 tai 98	±5,6	±4,0	±3,2	±2,8	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±1,1	±0,98	±0,9	±0,61	±0,51	±0,4
3 tai 97	±6,8	±4,9	±3,9	±3,4	±2,8	±2,4	±2,2	±2,0	±1,7	±1,5	±1,4	±1,2	±1,1	±0,75	±0,62	±0,49
4 tai 96	±7,8	±5,6	±4,5	±3,9	±3,2	±2,8	±2,5	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±0,86	±0,71	±0,56
5 tai 95	±8,7	±6,2	±5,0	±4,4	±3,6	±3,1	±2,7	±2,5	±2,2	±2,0	±1,8	±1,5	±1,4 1	±0,96	±0,79	±0,62
6 tai 94	±9,5	±6,8	±5,5	±4,8	±3,9	±3,4	±3,0	±2,8	±2,4	±2,1	±2,0	±1,7	±1,5	±1,0	±0,87	±0,68
8 tai 92	±10,8	±7,7	±6,2	±5,4	±4,4	±3,8	±3,4	±3,1	±2,7	±2,4	±2,2	±1,9	±1,7	±1,2	±0,99	±0,77
10 tai 90	±12,0	±8,5	±6,9 3b	±6,0	±4,9 3a	±4,3	±3,8	±3,5	±3,0	±2,7	±2,5	±2,1	±1,9	±1,3	±1,1	±0,85
12 tai 88	±13,0	±9,2	±7,5	±6,5	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,3	±2,9	±2,7	±2,3	±2,1	±1,4	±1,2	±0,92
15 tai 85	±14,3	±10,1	±8,2	±7,1	±5,9	±5,1	±4,5	±4,1	±3,6	±3,2	±2,9	±2,5	±2,3	±1,6	±1,3	±1,0 2
20 tai 80	±16,0	±11,4	±9,2	±8,0	±6,6	±5,7	±5,0	±4,6	±4,0	±3,6	±3,3	±2,8	±2,5	±1,8	±1,4	±1,1
25 tai 75	±17,3	±12,3	±10,0	±8,7	±7,1	±6,1	±5,5	±5,0	±4,3	±3,9	±3,6	±3,0	±2,8	±1,9	±1,6	±1,2
30 tai 70	±18,3	±13,0	±10,5	±9,2	±7,5	±6,5	±5,8	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,2	±2,9	±2,0	±1,7	±1,3
35 tai 65	±19,1	±13,5	±11,0	±9,5	±7,8	±6,8	±6,0	±5,5	±4,8	±4,3	±3,9	±3,3	±3,1	±2,1	±1,7	±1,4
40 tai 60	±19,6	±13,9	±11,3	±9,8	±8,0	±7,0	±6,2	±5,7	±4,9	±4,4	±4,0	±3,4	±3,1	±2,2	±1,8	±1,4
45 tai 55	±19,8	±14,1	±11,4	±9,9	±8,1	±7,0	±6,2	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4
50 tai 50	±20,0	±14,2	±11,5	±10,0	±8,2	±7,1	±6,3	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4

Esimerkki 1

Jos tuhannesta vastaajasta 5 % on ostanut tuotetta, on virhemarginaali ±1,4 prosenttiyksikköä. Koko väestössä on siis 95 %:n luotettavuustason mukaan 3,6–6,4 % tuotetta ostaneita.

Esimerkki 2

Oletetaan ennen tutkimusta, että tuotteen markkinaosuus on noin 15 %. Halutaan selvittää asia ±1 prosenttiyksikön tarkkuudella. Tutkimukseen tarvitaan 5000 vastaajaa.

Esimerkki 3

a) Tuhannen vastaajan joukossa 15–19-vuotiaita on 150, ja näistä 10 % ilmoittaa ostavansa säännöllisesti tuotetta X. Todellinen ostajien osuus 95 %:n luotettavuustasolla on 10 % ±4,9 eli 5,1–14,9 %.

b) Jos otoskoko olisi puolta pienempi eli 500, 15–19-vuotiaita vastaajia olisi 75 ja todellinen ostajien osuus olisi 10 % ±6,9 eli 3,1–16,9 %.

KAHDESTA ERI TUTKIMUKSESTA SAATUJEN TULOSTEN VÄLISTEN EROJEN LUOTETTAVUUSTAULUKKO 95 %:N TASOLLE

p = 50 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,8						
250	11,6	8,8					
500	10,7	7,6	6,2				
750	10,4	7,2	5,7	5,1			
1000	10,3	6,9	5,4	4,7	4,4		
1500	10,1	6,7	5,1	4,4	4,0	3,6	
2000	10,0	6,6	4,9	4,2	3,8	3,4	3,1

p = 40 tai 60 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,6						
250	11,4	8,6					
500	10,5	7,4	6,1				
750	10,2	7,0	5,5	5,0			
1000	10,1	6,8	5,2	4,6	4,3		
1500	9,9	6,6	5,0	4,3	3,9	3,5	
2000	9,8	6,4	4,8	4,1	3,7	3,3	3,0

p = 30 tai 70 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	12,7						
250	10,6	8,0					
500	9,8	7,0	5,7				
750	9,6	6,6	5,2	4,6			
1000	9,4	6,3	4,9	4,3	4,0		
1500	9,3	6,1	4,6	4,0	3,7	3,3	
2000	9,2	6,0	4,5	3,8	3,5	3,1	2,8

p = 20 tai 80 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	11,1						
250	9,3	7,0					
500	8,6	6,1	5,0				
750	8,3	5,7	4,5	4,1			
1000	8,2	5,6	4,3	3,8	3,5		
1500	8,1	5,3	4,1	3,5	3,2	2,9	
2000	8,0	5,3	3,9	3,4	3,0	2,7	2,5

p = 10 tai 90 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	8,3						
250	7,0	5,3					
500	6,4	4,5	3,7				
750	6,3	4,3	3,4	3,0			
1000	6,2	4,2	3,2	2,8	2,6		
1500	6,1	4,0	3,0	2,6	2,4	2,2	
2000	6,0	3,9	2,9	2,5	2,3	2,0	1,9

Näiden taulukoiden avulla voidaan arvioida eri-suuruisten otosten ja eri tutkimusten avulla saatujen prosenttilukujen erotusten merkitsevyyttä.

Taulukoista valitaan aina se, jossa p (=prosenttiluku) on lähinnä saatua tulosta/osuutta.

ESIMERKKI

Tehtiin kaksi eri tutkimusta eri aikoina. Toisessa oli 250 vastaajaa ja toisessa 1000. Tuotteen markkina-osuus oli pienemmässä tutkimuksessa 37 % ja suuremmassa 35 %.

Tarkasteluun valitaan taulukko p = 40 tai 60 %, koska saadut tulokset ovat kaikkein lähimpänä sitä. Taulukosta katsotaan luku otoskokojen 1000 ja 250 risteyskohdasta. Tässä tapauksessa tulosten eron merkitsevyyteen olisi vaadittu 6,8 prosenttiyksikön ero, joten tehtyjen tutkimusten tulosten ero (2 prosenttiyksikköä) ei ollut merkitsevää.