

Miten COVID-19 matkustusrajoitukset vaikuttavat matkakohteen valintaan?

Saara Pietarinen



Tekijä(t) Saara Pietarinen.	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma.	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Miten COVID-19 matkustusrajoitukset vaikuttavat matkakohteen valintaan?	Sivu- ja liitesivumäärä 23+7
<p>Tämän tutkimuksen päämääränä on kartoittaa suomalaisten matkasuunnitelmia, asenteita ja lomasuunnittelua covid-19 pandemian aikana. Tutkimuksessa selvitetään kvalitatiivisella tutkimusmenetelmällä, miten matkoja suunnitellaan ja minne.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu suomalaisten matkailutottumuksista, matkailun motivaatioteoriasta, matkakohteen valinnan teoriasta ja SWOT-analyysistä. Teoreettisen viitekehysten aineisto perustuu suurimmalta osalta matkailun kirjallisuuteen.</p> <p>Haastatteluja suoritettiin kuusi kappaletta ja haastateltavat olivat nuoria aikuisia pääkaupunkiseudulta. Aineisto kerättiin teemahaastatteluilla ja aineisto analysoitiin käyttäen hyväksi sisällönanalyysimenetelmää. Tuloksista nousi esiin se, että matkustus ei kiinnostanut tällä hetkellä ja pandemia pelotti haastateltavia. Matkailua ei pidetty ajankohtaisena asiana ja oltiin valmiita odottamaan pandemian loppumista.</p>	
Asiasanat Matkailu, Covid-19, Motivaatio, Matkakohde	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomalaisten vapaa-ajan matkustustottumukset.....	3
2.1	Ulkomaan matkailu	4
2.2	Kotimaan matkailu	5
2.3	Matkustusrajoitukset Korona-epidemian aikana	5
2.4	Tulevaisuuden näkymät	5
3	Matkailu motivaatio	7
4	Matkakohteen valinta	10
5	Tutkimuksen toteutus	12
5.1	Menetelmä	12
5.2	Haastattelu.....	13
5.3	Analysointi	13
5.4	Aineiston koodaus.....	14
5.5	Luotettavuus	14
6	Tutkimustulokset	16
7	Johtopäätökset.....	18
	Lähteet	20
	Liitteet.....	22
	Liite 1. Haastattelu kysymykset	22

1 Johdanto

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia miten matkustusrajoitukset ja epävakaa tilanne matkailualalla on vaikuttanut matkailijoiden kohteen valintaan. Työssä haetaan vastausta kysymyksiin: Miten pandemian aiheuttamat rajoitukset ovat vaikuttaneet matkustustottumuksiin, miten tulevaisuuden matkasuunnitelmat nähdään ja millaiset matkakohteet kiinnostavat tällä hetkellä? Opinnäytetyön tavoitteena on saada tietoa, miten nämä rajoitukset ja matkojen peruutukset ovat vaikuttaneet uusien matkojen varaamiseen.

Matkanjärjestäjät ovat joutuneet perumaan pakettimatkoja ja lentoyhtiöt lentoja vuoden aikana 2020. Aurinkomatkat on tällä hetkellä perunut esimerkiksi kaikki ulkomaan kohteiden pakettimatkat, joiden lähtö olisi ollut 1.11.–30.11.2020. Aurinkomatkat oli jo aiemmin perunut matkat, jotka olisivat alkaneet 31.10. tai aiemmin. Matkoja on toteutettu kuitenkin maihin, joihin ei ole ollut voimassa matkustusrajoituksia. (Aurinkomatkat 2020.)

Tutkimuksen tavoitteena on saada tietää millaiset asiat motivoivat matkalle ja miten kohde valitaan normaalioloissa, kun matkustusrajoituksia ei ole ja miten nämä tarpeet saadaan tyydytettyä tässä tilanteessa. Opinnäytetyö keskittyy erityisesti selvittämään voiko näitä tarpeita kenties tyydyttää kotimaan matkakohteissa vai odotetaanko mieluummin matkustusrajoitusten purkamista. Opinnäytetyö on rajattu tutkimaan suomalaisten vapaa-ajan matkustusta.

Matkailulla tarkoitetaan toimintaa, jossa ihmiset matkustavat jokapäiväisen elinpiirinsä ulkopuolella sijaitsevaan paikkaan ja viettävät siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa. (Edelheim & Ilola 2017, 23.) Työssä keskitytään suomalaisten vapaa-ajan matkailuun ja suomalaisilla tarkoitetaan Suomessa eläviä henkilöitä. Vapaa-ajan matkailulla viitataan työssä matkaan, joka suuntautuu matkailijan tavallisen elinpiirin ulkopuolelle. Matka ei ole työ- eikä kokousmatka ja se kestää vähintään yhden yön.

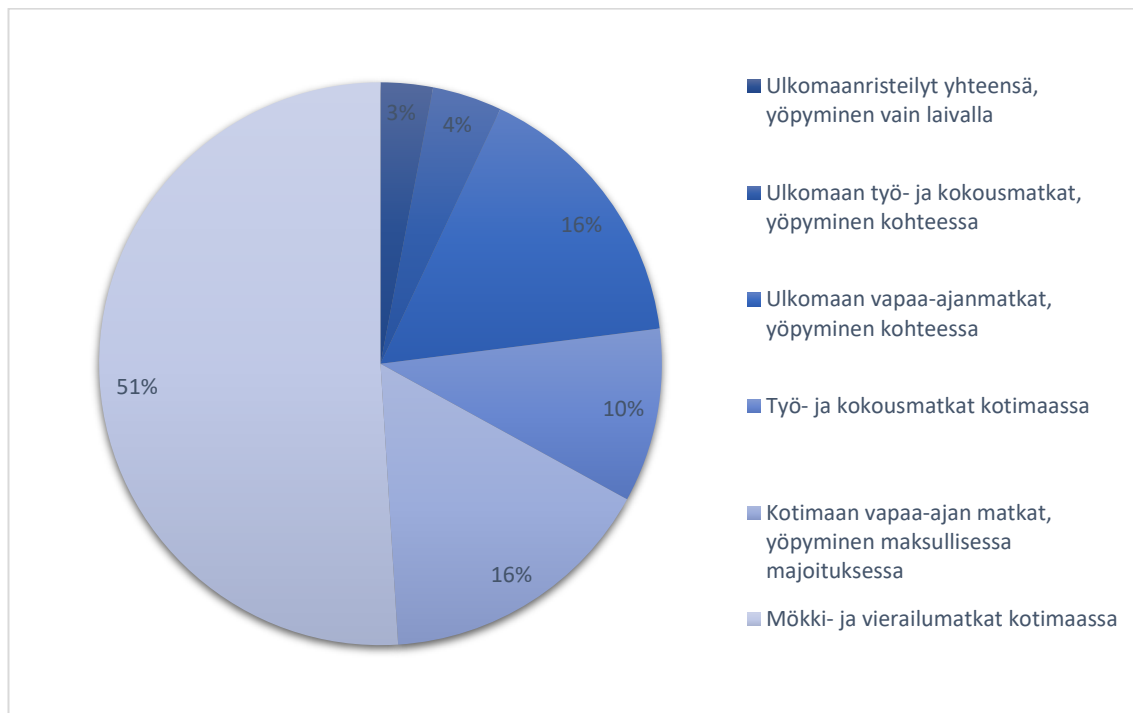
COVID-19 on uusi koronavirus, joka lähti leviämään Kiinasta joulukuussa 2019. Maailman terveysjärjestön WHO:n mukaan koronavirus on pandemia. Pandemialla tarkoitetaan tautia, joka on levinnyt kaikkialle maailmaan. Uuteen koronavirukseen ei ole lääkettä ja koronavirusta vastaan ei ole olemassa rokotetta. Virus tarttuu, kun sairastunut ihminen aivastaa tai yskii. Koronavirus voi myös tarttua kosketuksesta. Virus voi tarttua myös pinnoilta. (THL 2020.)

Työn rakenne koostuu teoreettisesta viitekehystä. Viitekehys koostuu Suomalaisten vapaa-ajan matkailutottumuksista, matkailun motivaation teoriasta ja matkakohteen valinnasta, sekä SWOT-analyysistä tutkimukseen liittyen. Tutkimustavaksi valittiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus ja tutkimustapa oli haastattelu. Tutkimustulokset analysoitiin sisällönanalysointi menetelmällä ja aineisto koodattiin teemoittain. Tutkimustulokset koottiin yhteen ja niistä haettiin yhteisiä teemoja, jota verrattiin työn teoreettiseen viitekehykseen.

2 Suomalaisen vapaa-ajan matkustustottumukset

Tilastokeskuksen mukaan vapaa-ajan matkailun voi luokitella matkaksi, joka ei ole työ- tai kokousmatka. Se on tavanomaisesti matka, joka tehdään normaalin elinpiirin ulkopuolelle. Sen tarkoitus on esimerkiksi ajanviette, loman vietto, virkistyminen, rentoutus tai harrastus. Tyypillistä vapaa-ajan matkalle on se, että matkan tekijä maksaa matkasta aiheutuneet kustannukset itse. Vapaa-ajan matkaksi voi luokitella mm. mökkimatkat, vierailumatkat tuttavien luo, risteilyt ja päivämatkat. (Tilastokeskus 2020)

Työ- ja Elinkeinoministeriön 2019 vuoden julkaisun Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista mukaan suomalaiset tekevät vuosittain noin 40 miljoonaa yöpymisen sisältävää matkaa. Näistä reilu kolme neljäsosaa on kotimaan matkoja (Kuvio 1.). Suurin osa näistä matkoista on mökki- ja vierasmatkoja, eli matkoja ilmaismajoituksessa esimerkiksi omalle mökille. Nämä matkat käsittävät noin puolet suomalaisten tekemistä matkoista. Kotimaan ja ulkomaan maksullisen majoituksen matkoja tehdään lähes yhtä paljon ja ne muodostavat noin kolmanneksen suomalaisten matkailusta. Työmatkustus kattaa noin viidesosan koko matkailusta. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 21.)



Kuvio 1. Yöpymisen sisältävät matkat, vuosien 2012–2017 keskiarvo. (mukaillen Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 22.)

Analysoidessa vain suomalaisten yöpymisen maksullisessa majoituksessa sisältäviä kotimaan ja vapaa-ajan ulkomaan matkoja, matkailun lisääntyminen on ollut huomattavaa.

Viimeisen kymmenen vuoden aikana kotimaan matkat ovat lisääntyneet 36 prosenttia ja ulkomaan matkat 96 prosenttia. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 22-23.)

Helsingin Sanomien artikkelissa Suomalaiset ovat Euroopan ahkerimpia mutta myös pi-
heimpiä matkailijoita: Tilastot kertovat, miten ja missä eurooppalaiset lomailevat perehdy-
tään Eurostatin uusimpiin tutkimus tuloksiin suomalaisten matkailusta. (Onali & Mäkelä
2019) Eurostatin uusimmat matkailutilastot ovat vuodelta 2017, tilastot perustuvat joka
maan tilastoviranomaisten dataan. Eurostatin tutkimuksessa tutkitaan yli 15-vuotiaita,
jotka matkustavat tavallisen elinympäristönsä ympärille vähintään yhden yön ajaksi mutta
kuitenkin alle vuodeksi. Tutkimuksen mukaan suomalainen matkailija:

- tekee keskimäärin vuoden aikana kahdeksan matkaa,
- matkalla yövytään keskimäärin kolme yötä
- Matka taittuu yleensä autolla
- Rahaa käytetään keskimäärin 344€ matkaa kohden
- Kotimaassa yövytään useimmiten omalla mökillä tai läheisten luona
- Ulkomailla suomalainen valitsee useimmin majoituspaikaksi hotellin

Suurin suomalaisten matkailusta kohdistuu pohjoisesta etelään. Matkailu koetaan olennai-
sena osana kulttuuria, matkoja tehdään usein ja kauas. Suomessa ulkomaille matkusta-
mista pidetään tavoiteltuna asiana. Suomessa on myös vahva kyläily ja mökkeily kulttuuri
ja kotimaassa matkustetaan paljon. Toistuvasta matkustelusta huolimatta suomalaiset ei-
vät käytä paljon rahaa lomakohteissaan. Keskiverto eurooppalainen käyttää matkallaan
rahaa 382€ kun taas suomalainen vain 314€. (Onali & Mäkelä 2019.)

2.1 Ulkomaan matkailu

Tilastokeskuksen selvityksen mukaan suomalaiset toteuttivat vuonna 2018 ulkomaille 8,2
miljoonaa vapaa-ajan matkaa. Suomalaisten suosikki kohteet löytyvät Euroopasta, näitä
ovat Viro, Espanja ja Ruotsi. Eurooppaa kauemmaksi tehtyjen matkojen määrä lisääntyi
hieman vuonna 2018. Yhä useampi matkailija valitsee kohteensa Amerikan mantereelle ja
Aasiaan. Aasian suosikkikohteet Thaimaa vastaanotti edellisvuotta suuremman määrän
matkailijoita. (Tilastokeskus 2019.)

Matka 2018-messujen matkailututkimuksen mukaan joka neljäs suomalainen on tehnyt ul-
komaan matkan vuoden 2017 aikana ja 16 prosenttia suomalaisista on tehnyt kaksi ulko-
maan matkaa. Eniten tutkimuksen mukaan matkustavat ovat iältään 50-60-vuotiaat, joista
26 prosenttia on tehnyt useamman kuin kolme ulkomaanmatkaa 2017 vuoden aikana.
(Messukeskus 2020.)

2.2 Kotimaan matkailu

Kotimaan maksullisen majoituksen sisältävien matkojen määrä vuonna 2018 oli lähes 7 miljoonaa. Vähintään 4 yötä kestäneiden matkojen määrä on lisääntynyt aikaisemmista vuosista, kun taas lyhyet matkat ovat taas vähentyneet. Suosituin aika matkustaa kotimaassa on kesäkuukausina. Joka viides maksullisen majoituksen käsittäneistä matkoista suuntautuu kotimaassa Uudellemaalle. Seuraavaksi suosituimmat kohteet ovat Pirkanmaa ja Lappi. Suosituimmat kaupungit ovat Helsinki, Tampere ja Turku. Myös mökki- ja vierailumatkojen suosituin kohde oli Uusimaa. Päivämatkojen suosituimmat kohteet sijaitsevat Uudellamaalla, Pirkanmaalla ja Varsinais-Suomessa. Suosituimmat kaupungit ovat myös Helsinki, Tampere ja Turku. (Tilastokeskus 2019.)

2.3 Matkustusrajoitukset Korona-epidemian aikana

Covid-19 epidemian vuoksi Suomen hallitus on suositellut välttämään ylimääräistä matkustamista muualle paitsi maihin, joita maahantulon rajoitukset eivät kosketa. Maahantulo rajoitukset ovat vaihtuneet useampaan otteeseen vuoden aikana ja niitä voi seurata liikennevalomallin avulla. Terveystieteiden tutkimuskeskus on luonut liikennevalo mallin, joka auttaa arvioimaan ulkomaille matkaamiseen liittyvää koronatartunnan riskiä. Mallissa otetaan huomioon hallituksen valmistamat matkustamista koskevat linjaukset. Mallissa maat jaetaan kolmeen luokkaan: Vihreässä kategoriassa ovat matalan koronailmaantuvuuden maat. COVID-19-ilmaantuvuus on alle hallituksen määräämän raja-arvon 25 tapausta per 100 000 asukasta per 14 päivää. Punainen kategoria on korkean koronailmaantuvuuden maat. Ilmaantuvuus on yli 25 tapausta per 100 000 asukasta per 14 päivää. Harmaaseen kategoriaan kuuluu EU:n ulkorajapäätöksen mukaiset maat. Näihin maihin tulisi välttää tarpeetonta matkustamista. Liikennevalo-mallia päivitetään kerran viikossa ja maa rajoitukset ovat muuttuneet useaan otteeseen vuoden aikana. (THL 2020.)

2.4 Tulevaisuuden näkymät

Visit Finlandin tutkimuksessa Trends and signals of the future of travel 2020, nouseviksi matkailun trendeiksi nostettiin mm. matkailu kodin läheisyydessä, turvallisuus ja epävarmuus. Kansainvälisten matkarajoitusten voimassaolo, matalammat matkakustannukset, epävarmuus liikenteen saatavuudesta ja lisääntynyt riskien välttäminen, todennäköisesti lisää kuluttajien matkustamista lähemmäksi kotia. Ulkomaan matkailua voidaan toteuttaa sovittujen alueiden "matka kuplilla" tai "käytävillä", joissa matkustus on sallittua. Lähimatkailu on nähty trendinä jo ennen pandemiaa. Lähimatkailun syyt ovat olleet aikaisemmin lähinnä ympäristöön liittyviä, kun jatkossa syyt painottuvat turvallisuuteen ja terveyteen. Eristystilanne matkailussa näkyy myös matkailijoissa, jotka välttävät suurkaupunkeja ja

väenpaljoutta ja matkustavat enemmän syrjäisissä paikoissa perheen tai ystävien kanssa. Tutkimuksessa painottui matkustamisen turvallisuus ja kohteen turvallisuus. Turvallisuus on ollut pitkään Suomen kilpailuetu matkakohteena, pandemian aikana Suomella on ollut erityisen hyvä kyky torjua Korona-viruksen leviäminen. Tämä voi lisätä kiinnostusta nähdä Suomi hyvänä matkakohteena. Tutkimuksessa nähtiin myös vastakohtaista tietoa. Matkailu nähtiin ilmiönä, jota kaivattiin ja osa matkailijoista oli valmiina ostamaan lennon, minne vain. (Visit Finland 2020.)

3 Matkailu motivaatio

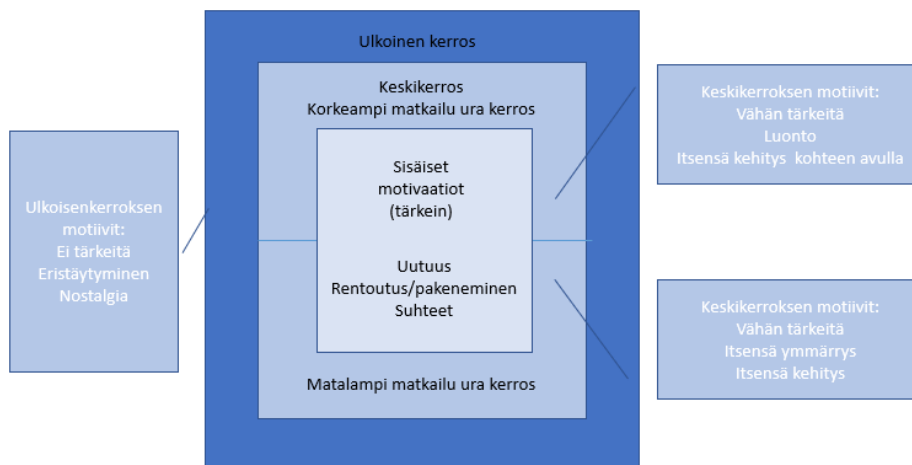
Philip L. Pearcen mukaan motivaatioteorian, joka palvelee turistikäyttäytymisen ymmärtämistä, on otettava huomioon pitkän aikavälin tavoitteet, tarkkailijan näkökulma, käyttäytymisen monisäikeiset syyt, mittauskysymykset ja sisäisesti motivoituneen käyttäytymisen laadullisesti erilainen ei-deterministinen luonne. (Pearce 1982, 53.)

Ymmärrys miksi matkailijat ostavat lomamatkan, miten he valitsevat matkustus ajankohdan ja minkä matkanjärjestäjän tai ostokanavat he valitsevat on keskeistä matkailualan toimijoille. 1970-luvulta lähtien ala on kerännyt kiinnostusta tutkijoilta ympäri maailmaa. Matkailu on yleisesti jaettu kolmeen osaan: business matkailuun, vapaa-ajan matkailuun ja muuhun matkailuun, johon kuuluu uskonnolliset ja terveyteen liittyvät syyt. J. Christophe Holloway ja Claire Humphreys teoksessa *The business of tourism 2012* nostetaan tärkeiksi teemoiksi matkailijoiden tarpeet ja halut. Motivaatio ja tarkoitus liittyvät läheisesti toisiinsa ja ovat pääsyitä matkailuun. Matkailijat usein puhuvat tarpeesta päästä matkalle. Tutkiessa matkailun motivaatiota on tarpeellista selvittää, onko matkailu tarve vai halu. Tarpeella tarkoitetaan tuotetta /palvelua, jota tarvitaan jokapäiväisessä elämässä. Tämä ei usein kuvaa matkailualan tuotteita. Matkailuun voi olla myös aito tarve, se voi lieventää stressiä. Ihmisillä on tiettyjä tarpeita, joita heidän tulee tyydyttää selvitäkseen. Ihmisten tulee syödä, juoda ja nukkua – nämä ovat esimerkkejä tarpeista mitä ilman ei voi elää. Näiden lisäksi on tarpeellista hyvinvoinnillemme kuten rakkaus, ystävyys suhteet ja itsensä kehittäminen ja toisten arvostuksen saaminen. Maslown tarvehierarkia teoria asettelee nämä tarpeet hierarkkiseen malliin (kuvio 2.). Teorian mukaan tärkeimmät tarpeemme tulisi olla tyydytettynä ennen, jotta voidaan tyydyttää pyramidin huipulla olevia tarpeita. Tutkiessa tarpeita haasteita luo usein se, että ihmiset ovat tietämättömiä tarpeistaan tai miten niitä tyydytetään. Tarpeita ei myöskään haluta välttämättä paljastaa. Esimerkiksi matkakohteen valinnassa ei haluta myöntää, että kohde valitaan toisten mielipiteen vuoksi tai arvostuksen hakemiseksi. Matkailu voi olla yksi keino tyydyttää tarpeita. Näitä tarpeita ei usein kuitenkaan tunnisteta. Saman matkakohteen valinnan vuosi toisensa jälkeen voi selittää tarve ja turvallisuuden haku. Tapa, jolla tarve tyydytetään, on halu, halu voi olla esimerkiksi lomamatka. (Holloway & Humphrey 2012, 68-70.)



Kuvio 2. Maslowin tarvehierarkian. (mukaillen Holloway & Humphrey 2012, 69.)

Price on luonut Travel career patterns (TCP) mallin (kuvio 3.) Mallikuvaa matkailun motivaation eritasoja ja sisäisiä ja ulkoisia motivaattoreita. Malli integroi järjestelmällisesti matkailun motivaation ja kokemuksen. Sen keskeiset motiivit ovat uutuus, pakeneminen / rentoutus ja ihmissuhteet. Keskikerroksen motiivit ovat itsensä kehittäminen, luonto ja isäntäkohteen osallistuminen. Ulkokerroksen motiivit ovat eristäytyminen ja nostalgia. Malli keskiosassa kuvataan kaikkein tärkeimpiä elementtejä. Näitä ovat esimerkiksi uutuu- den kokeminen, rentoutuminen ja arjesta pakeneminen, sekä ihmissuhteet. Seuraava kerros kuvaa myös motivaattoreita mutta nämä eivät ole niin tärkeitä, kun ensimmäisen kerroksen motivaattorit. Toiseen kerrokseen kuuluu sekä sisäisiä motivaation lähteitä, että ulkoisia motivaation lähteitä. Pearcen mukaan tämän kerroksen motivaation lähteet yleistyvät enemmän matkustavien keskuudessa. Viimeisen kerroksen motivaattorit luokitellaan vähiten tärkeiksi. Vapaa-ajan matkailua tutkiessa ensimmäisen kerroksen motivaation lähteet koskettavat matkailijoita riippumatta heidän matkailu kokemuksestaan. Matkailu kokemuksen kasvaessa motivaatio muuttuu muotoaan ja ulkoiset motivaattorit koetaan tärkeämmiksi kuin aikaisemmin. Kuten Maslowin tarvehierarkia mallissa, sisemmät osat on täytettävä ennen ulkoisia kerroksia. (Pearce 2005, 78-80.)



Kuvio 3. Travel career patterns malli (mukaillen Pearce 2005, 79.)

Chris Ryan taas kirjoittaa matkailijoiden käyttäytymisen olevan moni syistä ja motivaatiolista, kuitenkin tutkittaessa motivaatiota reduktionistisesti motivaatioita on pohjimmiltaan vähän. Matkailijoiden käyttäytymismuodot ovat erilaisia, koska vaikka tarpeita on vähän, tarpeiden ilmaisu ja keinot, joilla tarpeet voidaan tyydyttää voivat vaihdella suuresti. Esimerkkinään hän käyttää kahta ei kohderyhmää samassa matkakohteessa: nuori henkilö, joka juo alkoholia diskossa ja seniori tansseissa. Molempien käyttäytyminen kumpuaa tarpeesta olla toisten seurassa ja yhteinen motivaatio molemmissa tapauksissa on sosiaalinen kanssakäyminen. (Ryan 2002, 27-28.)

Ryan luokittelee motivaation neljään osaan. Hänenkin teoriansa pohjautuu paljolti Maslown tarvehierarkiaan (kuvio 2.). Osat ovat intellektuaalinen, sosiaalinen, osaaminen-hallitseminen ja ärsykkeiden välttäminen. Intellektuaaliset tarpeet voivat olla sisäisiä motivoivia voimia tai ne voivat laua tietyistä tapahtumista tai ympäristöistä. Matkailija voi varata loman historialliseen kohteeseen opastuksella, motivaatio muodostuu halusta oppia. Matkailija voi myös varata rantaloman, jolla kiinnostuu kohteessa sen historiasta, jolloin motivaatio syntyy ympäristöstä. Sosiaalinen motivaatio on tarve ystävyydelle ja tarve muiden arvostukseen, sosiaalinen vuorovaikutus on myös itsessään nautinnon lähde. Matka voi olla tärkeä egoa ja statusta nostava asia, nyky-yhteiskunnassa emme ole vain mitä olemme vaan myös sitä missä olemme olleet. Esimerkkinä hän käyttää adjektiiviä well-travelled, henkilö, joka on matkustanut paljon, joka koetaan positiivisena ja ihailtavana kuvauksena. Osaamisella ja hallinnalla hän tarkoittaa. Osaamisella ja hallitsemisella tarkoitetaan fyysisten taitojen ja kykyjen kehitystä, tämä voi olla myös intellektuaalisten taitojen kehitystä. Tämä alue ja intellektuaalinen osa-alue menee päällekkäin osittain. Esimerkkinä alueesta on kilpailu matkat ja urheiluun liittyvät matkat. Monille urheilu on tapa rentoutua, vaikka samalla kehitetään itseään. Ärsykkeiden välttäminen on ehkä ilmeisin syy motivoitua. Loma on monille tapa levätä ja rentoutua. (Ryan 2002, 35-39.)

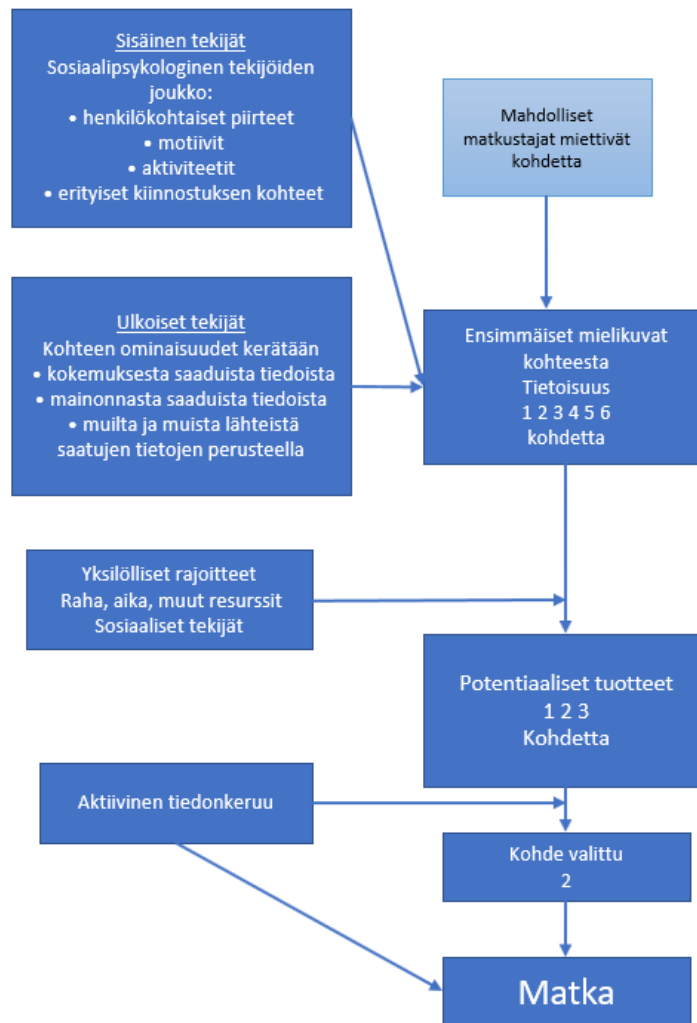
Susan Horner ja John Swarbrooke 2016 huomioivat myös matkailijoiden erilaisuuden kirjoittaessaan motivaattoreista. Jokainen matkailija on erilainen ja eri syyt motivoivat heitä. Päätekijät, jotka määrittelevät matkailijoiden motivaatiota ovat matkailijoiden persoonallisuus, heidän elämäntyyliinsä, matkailijoiden edelliset matkakokemukset, elämän kokemukset ja matkailijan omat näkemykset itsestään ja miten he haluavat muiden näkevän heidät. Motivaatiota tutkiessa tulee myös ottaa huomioon muuttuvat seikat, kuten parisuhteet ja lapset, muuttuvat tulot, terveys ja oletukset mitä matkalta halutaan. (Horner & Swarbrooke 2016, 77.)

4 Matkakohteen valinta

Matkakohteen valinnan prosessi ja sopivimman kohteen löytäminen on kompleksi prosessi. Yksilön persoonallisuus määrittää tätä prosessia. Joillekin se on vaativa kysymyksen ratkaisu prosessi, joka vaatii useamman tuotteen arviointia ja vertailua. Toisilla kuluttajilla ei ole kärsivällisyyttä vaihtoehtojen tutkimiseen. He tarkoituksella rajaavat valikoimansa pienemmäksi, tarkoituksenaan löytää tyydyttävä loma sen sijaan, että löydetään täydellinen loma. Monet kuluttajat valitsevat myös mieluummin tutun vaihtoehdon, sen sijaan että tutkisivat kaikkea tarjontaa. Esimerkiksi vuosi toisensa jälkeen saman kohteen valitsijat kuuluvat tähän kategoriaan. Yksi esimerkki ryhmä on myös impulsiiviset vaalijat. (Holloway & Humphrey 2012, 85.)

Pearce, Philip L. kirjoittaa kirjassaan *Tourist Behaviour 2005*, että matkailijoiden käyttäytymistä tutkiessa käytetään usein kahta eri lähestymistapaa. Taloudellinen lähestymistapa korostaa ideaa, että matkailijan päätös perustuu rahaan ja taloudelliseen puoleen. Tätä teoriaa tukee todisteet siitä, että valuuttakurssit ja hintamuuttujat vaikuttavat matkailua tuottavien ja vastaanottavien maita koskeviin virtauksiin. Teoria ei kuitenkaan kerro, milloin hinta tulee kuluttajan päätöksen tekoprosessiin. Suurin painotus matkailukäyttäytymistä koskevassa kirjallisuudessa on kohdistettu toiseen lähestymistapaan, jota kutsutaan yleisesti valintakokonaisuuksiksi. Nämä auttavat määrittämään, milloin hinta toimii valintaprosessissa, ja auttavat myös muotoilemaan kohdekuvan, kävijän psykologisten profiilien ja kohdevalinnan välisen vuoro vaikutuksen. Philip Pearcen malli (Kuvio 3.) kuvaa tätä lähestymistapaa. (Pearce 2005, 104.)

Malli kuvaa valintaa kolmen eri tason kautta. Ensimmäisellä tasolla valintaan vaikuttaa sisäiset ja ulkoiset motivaattorit. Matkailijalle muodostuu näiden perusteella ensimmäinen kuva kohteesta ja tietoisuus halusta matkalle. Vaihtoehtoja voi olla tässä kohtaa vielä useampia. Toisessa vaiheessa päätökseen vaikuttaa yksilölliset rajoitteet kuten raha ja aika. Päätöksiä ei myöskään tehdä usein yksin ja päätökseen voi vaikuttaa niin perheen kuin puolison mielipide. Tässä kohtaa vaihtoehdot vähenevät ja jäljelle voi jäädä vain muutama kohde. Viimeinen vaihe on aktiivinen tiedonkeruu ja kohteen valinta. Aktiivinen tiedonkeruu voi jatkua vielä kohteen valinnan jälkeen matkaa suunnitellessa. (Pearce 2005, 105-106.)



Kuvio 3. Phillip Pearcen kohteen valinta malli. (mukaillen Pearce 2005, 109.)

Susan Horner ja John Swarbrooke teoria tukee myös tätä mallia. He yksinkertaistavan ostopäätöksen tekijät kahteen ryhmään motivaattorit ja determinantit. Motivaattorit ovat tekijöitä, jotka luovat tarpeen ostaa tuote. Determinantit taas ovat tekijöitä, jotka määrittelevät missä määrin matkailijat voivat ostaa tuotteita. (Horner & Swambrooke 2016, 73.)

5 Tutkimuksen toteutus

Opinnäytetyön tutkimusotteeksi valittiin kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Aineistonkeruumenetelmäksi valittiin teemahaastattelu. Haastattelut suoritettiin noin kuukauden aikana ja yhteensä haastateltavia oli kuusi kappaletta.

5.1 Menetelmä

Opinnäytetyössä käytetään kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Menetelmälle on tyypillistä, että tiedonkeruu on kattavaa ja että tiedot kerätään luonnollisessa ja todellisessa ympäristössä. Tavallinen tapa on suosia ihmisiä tiedonkeruumenetelmänä. On tärkeää muistaa, että menetelmän tarkoituksena ei ole prototyypin tai teorioiden testaaminen, vaan monimutkaisten ja yksityiskohtaisten tietojen kerääminen. Tavallisia tiedonkeruutapoja ovat esimerkiksi haastattelut, osallistava havainto ja ryhmähaastattelut. Kerättyjä tietoja käsitellään ainutlaatuisina ja aineistoa tulkitaan vastaavasti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 160.)

Haastattelujen tekeminen on tärkein menetelmä kvalitatiivisessa tutkimusmenetelmässä. Haastattelu on ainutlaatuinen tapa kerätä tietoa tutkimusta varten, koska se tapahtuu suorassa sanallisessa viestinnässä kohteen kanssa. Tätä tutkimusmenetelmää voidaan käyttää, kun halutaan selventää saatuja vastauksia ja syventää käytettävissä olevaa tietoa. Menetelmällä on monia etuja. Se on helposti tavoitettavissa haastatelluille ihmisille, jos tarvitaan enemmän tietoja. Se on helppo kerätä paljon tietoja. Haastattelua on myös helppo ohjata haluttuun suuntaan. On tärkeää muistaa näitä haastatteluja tehdessään, että ne voivat olla aikaa vieviä. Lisäksi ihmisillä on taipumus valehdella olevansa sosiaalisesti oikeampi. Jotkut ihmiset voivat myös pitää haastattelutilanteen uhkaavana tai pelottavana, mikä voi muuttaa heidän vastauksiaan. (Hirsjärvi ym. 2007, 199-201.)

Opinnäytetyössä käytettiin haastattelumuotona teemahaastattelua. Teemahaastattelu on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto. Teemahaastatteluille on tyypillistä, että aiheet ovat tiedossa, mutta kysymysten muoto ja järjestys puuttuu. (Hirsjärvi ym. 2007, 203.)

Haastattelu koostuu seitsemästä eri vaiheesta (Ruusuvoori, Nikander & Hyvärinen 2010, 10.)

- Tutkimusongelman asettaminen, tutkimuskysymysten tarkentaminen
- Aineiston keruutavan valinta ja aineiston keruu
- Aineistoon tutustuminen, järjestäminen ja rajaaminen
- Aineiston luokittelu ja teemojen löytäminen
- Aineiston analyysi ja teemojen vertailu. Tulkinta säännön muodostaminen
- Tulosten koostaminen, tulkinta, koettelu suhteessa haastattelu aineistoon ja sen ulkopuolelle

- Teoreettinen dialogi, uudelleen hahmottaminen, käytännön vaikutukset ja jatkotutkimustarpeen tunnistaminen

-
Laadulliselle analyysille on tyypillistä, että haastatteluiden aineisto ja tutkimus ongelma ovat vuoropuhelussa keskenään. Aineisto ei aina tarjoa suoria vastauksia tutkimusongelmaan.

5.2 Haastattelu

Tutkimuksen haastattelut suoritetaan fyysisesti kontaktissa haastateltavien kanssa, sekä etänä Teams-haastatteluina. Tutkimusta varten käytettiin haastattelupohjaa, joka sisältää viisi suuntaa antavaa kysymystä, jolla haastattelua johdatetaan (Liite 1). Kysymyksillä johdatetaan haastattelua pysymään oikeassa teemassa. Haastatteluiden materiaalia alettiin käymään läpi litteroimalla haastattelut. Aineistoa oli tällöin helpompi alkaa vertailemaan ja siihen tutustuminen oli helppoa. Koko haastatteluaineistoa ei kuitenkaan litteroitu, vain siihen olennaisesti kuuluvat osuudet. Haastatteluja suoritettiin kuudelle henkilölle. Haastateltavat olivat eri ikäisiä ja eri taustoilta. Haastateltavat olivat kaikki nuoria aikuisia, jotka matkustavat omasta mielestään suhteellisen paljon tai paljon.

Haastattelurunkona käytettiin viittä suuntaa antavaa kysymystä. Ennen haastattelun alkua haastateltaville kerrottiin mitä lomamatkalla tarkoitetaan. Haastattelua johdateltiin myös esimerkiksi mainitsemalla mökkeilyn olevan myös vapaa-ajan matkustamista ja kysymällä erityisesti heidän kotimaansa matkailusta. Haastattelun aika mainittiin myös teemoja, joista haluttiin vastauksia kuten majoitus ja liikkuminen. Haastattelu kysymykset laadittiin avoimiksi, jolloin haastateltavien omat näkemykset pääsisivät esille ja haastateltavan mielipiteen ohjaisi keskustelua.

5.3 Analysointi

Haastattelu tulokset on analysoitu sisällönanalyysimenetelmällä. Aineistosta on haettu samanlaisuuksia ja eroavaisuuksia. Sisällönanalyysi tekstianalyysia, jossa tarkastellaan tekstimuotoisia tai sellaiseksi muunnettuja aineistoja. Sisällönanalyysimenetelmällä voidaan analysoida aineistoja systemaattisesti ja objektiivisesti. Aineisto on tässä tapauksessa haastatteluista kerätty ja litteroitu data. Analyysillä pyritään kokoamaan tutkittavasta ilmiöstä kiteytetty kuvaus, joka sitoo tulokset ilmiön laajempaan yhteyteen ja teemaa koskeviin muihin tutkimustuloksiin. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2020)

5.4 Aineiston koodaus

Koodauksessa aineistoon merkitään tutkimustehtävän ja -kysymysten kannalta merkittäviä teemoja. Koodaus pyrkii selkeyttämään aineiston sisällystä. Koodaamalla voidaan tutkia aineiston rikkautta ja se auttaa löytämään, mitä tutkimusaiheeseen liittyvää aineissa on. Tällä saadaan monivivahteinen näkemys aineistosta, ja siitä on helppo siirtyä analyysiin, tiivistämiseen ja tulkintaan. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2020)

Opinnäytetyön aineisto koodattiin värein yhdistäen yleisimpiä teemoja, jotka toistuivat aineistossa. Teemoiksi nousivat:

- Ilmasto (keltainen)
- Aktiivisuus (vaalean vihreä)
- Budjettimatkailu (petroolinsininen)
- Luonnonkohteet ja -nähtävyydet (vaaleansininen)
- Paikallisuus (harmaa)
- Spontaanisuus/Suunnitelmallisuus (violetti)
- Kokeneisuus matkustuksesta (oranssi)
- Turvallisuuden tunne (punainen)
- Kotimaan matkailu (tumman vihreä)
- Haaveet ja suunnitelmat (sininen)

Koodattuja haastattelun pätkiä merkittiin teemoihin hakemalla samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia haastateltavien kesken. Haastattelut koodattiin myös haastateltavien sukupuolen mukaan N1, N2, N3, N4, M1 ja M2. Etukirjaimella viitataan joko Nainen tai Mies.

5.5 Luotettavuus

Luotettavuuden arvio on merkittävä osa tieteellistä tutkimusta. Tutkimukselle on asetettu tiettyjä sääntöjä ja arvoja, joihin tutkimuksen tulee pyrkiä. Keskeisiä käsitteitä ovat perinteisesti olleet reliabiliteetti ja validiteetti. Laadullisen tutkimuksen pätevyyttä ja luotettavuutta arvioitaessa tämä voi kuitenkin olla haastavaa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2020)

Validiteetti saa laadullisesta tutkimuksesta puhuttaessa usein enemmän mielenkiintoa kuin reliabiliteetti. Validiteetissa on kysymys siitä, onko tutkimus pätevä. Sitä analysoidessa vastataan kysymyksiin; onko tutkimus tehty perusteellisesti, onko saadut tulokset ja päätelmät "oikeita". Validiteetti laadullisessa tutkimuksessa voidaan käsittää ennemminkin uskottavuudeksi ja taattavuudeksi. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2020)

Opinnäytetyön tuloksia tukee analyysin tulokset ja niihin liitetty teoria. Tulokset ovat kuitenkin vain pieneltä joukolta ihmisiä ja tietyltä kohderyhmältä. Generalisoitavimpiin tuloksiin edellytettäisiin laaja-alaisempaa tutkimusta ja kohderyhmää.

Haastatteluiden tuloksiin vaikutti myös paljon haastattelu ajankohta. Tutkimusta aloitettaessa matkustusrajoitukset olivat hyvin erilaiset. Jos haastattelut olisi suoritettu aikaisemmin olisi matkustus motivaatio voinut olla hyvinkin erilainen. Pandemia ja matkustusrajoitukset ovat muuttuneet monesti ja muuttuvat nopealla aikataululla, joka voi vaikuttaa matkustus motivaatioon. Tutkimus tulokset voisivat olla toisenlaiset, jos tutkimus suoritettaisiin esimerkiksi kuukauden kuluttua.

6 Tutkimustulokset

Vastausten linja noudatti pitkälti samoja teemoja kaikkien haastateltavien kanssa (kuvio 6.). Haastateltavat olivat kaikki samaa ikäluokkaa 25-30-vuotiaita kaupungissa asuvia nuoria aikuisia. Haastattelut suoritettiin noin kuukauden sisään toisistaan.

	Vastausten linja
1	<ul style="list-style-type: none">-Haastateltavat kiinnostuneita ulkomaan lomakohteista ja lämmöstä.-Neljä kuudesta haastateltavasti halusi lomakohteen olevan aktiivinen.-Kaksi haastateltavaa mainitsi luontokohteet.
2	<ul style="list-style-type: none">-Suurin osa haastateltavista koki itsensä spontaaneiksi ja avoimiksi matkailijoiksi.-Kolme kuudesta haastateltavasta antoi mieluummin toisten tehdä suunnittelu työn.-Kaikki haastateltavat kertoivat, että ovat jonkin verran kokeneita tai kokeneita matkailijoita.-Kaksi haastateltavaa mainitsi budjetin vaikuttavan matkan suunnitteluun.-Kaksi haastateltavista kertoi olevansa hyvinkin organisoituaja
3	<ul style="list-style-type: none">-Kaikki haastateltavat kaipasivat jotain erikoisuutta/tekemistä kohteeseen.-Kolme haastateltavista mainitsi vuorovaikutuksen paikallisten kanssa.-Vastauksissa toistui matkustus lämpöön.-Kaksi vastaajista sanoi hinnan olevan tärkein kriteeri.-Kolme haastateltavista sanoi olevan avoin kaiken tyyppisille ratkaisuille.
4	<ul style="list-style-type: none">-Neljä kuudesta haastateltavasta oli joutunut peruuttamaan lomamatkojaan vuoden aikana.-Näistä neljästä kukaan ei ole siirtänyt tai varannut matkaa uudelleen.-Kaikki haastateltavat olivat matkustaneet kesällä Suomessa.-Viisi kuudesta haastateltavasta mainitsi mökkeilyn.
5	<ul style="list-style-type: none">-Vain yhdellä haastateltavista oli suunnitteilla vapaa-ajan matka.-Haastateltavat mainitsivat haaveilevansa jo matkustamisesta.-Matkailua ei pidetty turvallisena.-Haastateltavat eivät uskaltaneet varata vielä matkoja.-Yksi haastateltavista mainitsi mökkeilyn.

Kuvio 6. Vastausten linja

Haastateltavat olivat erityisen kiinnostuneita kaukomatkoista ja lämmin ilmasto oli yhteistä kiinnostavista lomakohteista puhuttaessa. Haastatteluissa mainittiin myös luontokohteet ja suurkaupungit. Haastatteluissa korostui se, että lomalla haluttiin kokea ja kaivattiin aktiviteettejä. Myös rentoutumiselle haluttiin jättää aikaa. Lomassa haluttiin yhdistää paljon erityyppisiä ratkaisuja.

Suurin osa haastateltavista koki itsensä spontaaniksi matkailijaksi. Matkoille lähdettiin helposti ja loma kohteen valintaan ei käytetty suunnitelmallisuutta. Matkan sisällön suunnitteluun käytettiin vaihtelevasti aikaa ja haastateltavat erosivat tässä kohden toisistaan.

Kaikki haastateltavat kokivat itsensä jossain määrin kokeneiksi matkailijoiksi. Matkalle lähtöä ei jännitetty mutta monen matkan suunnitteluun ja matkakohteen valintaan vaikutti toisten mielipiteet.

Covid-19 pandemian vuoksi haastateltavat olivat joutuneet perumaan matkasuunnitelmiin. Osa haastateltavista ei myöskään ollut ehtinyt tehdä matkasuunnitelmia ennen pandemian alkua. Haastateltavista vain muutama oli suunnitellut tulevia matkoja ja kukaan haastateltavista ei ollut kuitenkaan varannut matkaa. Haastatteluissa toistui teema, että matkoja ei uskalleta varta vielä ja halutaan odottaa, kunnes pandemia on ohi.

Useampi haastateltava oli kuitenkin matkustanut Suomessa. Haastateltavat olivat sekä mökkeilleet että käyttäneet maksullisia majoitusvaihtoehtoja. Kotimaan matkailu koettiin hyväksi vaihtoehdoksi, kunnes voidaan taas matkustaa ulkomaille.

7 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia miten matkustusrajoitukset ja epävakaa tilanne matkailualalla on vaikuttanut matkailijoiden kohteen valintaan, sekä millaiset matkakohteet kiinnostavat tällä hetkellä. Tutkimus tulokset paljastivat haastateltavien välttävän matkustusta ja matkustamista ei pidetty tärkeänä tällä hetkellä. Vaikka haastateltavat matkustavat normaalisti paljon ja haaveilivat matkustamisesta, ei matkoja uskallettu varata. Maslown tarvehierarkiassa turvallisuuden tarve määritellään heti tärkeämmäksi tarpeeksi fyysisten tarpeiden jälkeen. Tämä teoria tukee haastattelujen tuloksia. Matkustusta voisi verrata teorian tarpeeseen toteuttaa itseään tai saada arvostusta muilta. Turvallista matkustamista pidettiin tärkeämpänä kuin tarvetta toteuttaa itseään.

Haastateltavat eivät pitäneet matkustamista Suomessa kiinnostavana ja puhuttaessa matkustamisesta ei haastateltavat maininneet kotimaan matkailua ennen kuin siitä kysyttiin. Matkoilta haettiin eksoottisuutta ja lämpöä, jotain erilaista. Matkustaminen Suomessa koettiin tutuksi ja turvalliseksi, haastateltavat eivät ajatelleet sitä matkailuna. Kun kysyttiin tarkemmin kotimaan matkailusta, selvisi kuitenkin, että matkoja oli tehty kotimaassa. Mökkeily tuli esiin haastatteluissa, haastateltavat eivät ehkä kokeneet sitä matkailuksi, vaikka ennen haastattelua määriteltiin mitä matkailu tarkoittaa.

Visit Finlandin tutkimuksessa pidettiin lähimatkailua nousevana trendinä, erityisesti turvallisuutta ajatellen. Haastatteluissa nousi usein esiin turvallisuus, jonka vuoksi matkustamista haluttiin välttää. Haastateltavat olivat valmiita laittamaan matkasuunnitelmansa sivuun, kunnes matkailu on turvallisempaa. Kaikki haastateltavat pitivät kuitenkin matkailusta. Tutkimus tulokset haastatteluista voisivat olla hyvin erilaiset, jos matkustusrajoitukset ovat vielä voimassa pitkään ja ei nähdä enää syytä odottaa matkailua. Visit Finlandin trendi näkyisi ehkä enemmän tuloksissa, jos pandemian nähtäisiin jatkuvan vielä pitkään. Visit Finlandin tutkimuksessa tutkittiin erityisesti kansainvälisestä matkailusta ja kuinka hyvä koronaviruksen torjumisstrategia voisi tuoda Suomea hyvin esiin turvallisenä matkakohteena. Turvallisuuden tunne voisi vaikuttaa positiivisesti myös suomalaisten mielipiteeseen Suomesta matkakohteena.

Työssä haettiin myös vastausta kysymyksiin: Miten pandemian aiheuttamat rajoitukset ovat vaikuttaneet matkustustottumuksiin. Kaikki haastateltavat olivat muuttaneet tottumuksiaan. Haastateltavat kokivat itsensä avoimiksi ja spontaaneiksi matkustajiksi, kaikki haastateltavat harkitsivat matkustamistaan tällä hetkellä. Kuitenkin tätä ilmiötä tulkittaessa tulee ottaa huomioon matkustusrajoitukset. Tulokset voisivat olla hyvin erilaiset, jos matkustus rajoitukset olisivat olleet löysemmät vuoden aikana. Tulevaisuuden matkasuunnitel-

mille oltiin avoimia mutta ne olivat vasta haaveentasolla. Opinnäytetyön tulokset jäivät hyvin suppeiksi, matkustaminen ei kiinnostanut tällä hetkellä. Haastateltavat kokivat tärkeämmäksi oman ja muiden terveyden ja olivat valmiita välttämään matkustusta kokonaisuudessa.

Haastateltavat olivat kaikki nuoria aikuisia pääkaupunkiseudulta. Vaikka haastateltavat olivat eri taustoilta ja eri koulutus tasoilta, heidän vastauksensa noudatti pitkälti samaa kaavaa. Tutkimus tuloksiin olisi voinut vaikuttaa myös haastateltavien ikä ja ammatti. Laajemmän kuvan olisi voinut saada haastattelemalla mahdollisimman erilaisia henkilöitä.

Lähteet

Aurinkomatkat 2020. Peruutuksia Aurinkomatkojen matkoihin. Aurinkomatkat. Luettavissa: <https://www.aurinkomatkat.fi/uutiset/06-10-2020/peruutuksia-aurinkomatkojen-matkoihin>.
Luettu: 24.10.2020

Edelheim, J. & Ilola, H. 2017. Matkailututkimus, matkailija ja matkailu. Teoksessa Edelheim, J. Matkailututkimuksen avain käsitteet. Toim. Ilola, H. Lapland Univesity Press. Rovaniemi

Heitmann S. 2011. Tourist Behaviour and Tourism Motivation. Teoksessa Robinson, P. Hetmann, S. & Dieke P. (toim.). Research Themes fo Tourism. s.31-44. CAB International.

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

Hyvärinen, M. Nikander, P. & Ruusvuori, J. 2010. Haastattelun analyysi. Osuuskunnan Vastapaino. Tampere

Messukeskus 2018. Matkailututkimus 2018: Suomalaiset matkustavat pois arjesta ja kiireestä – vastuullisesti. Messukeskus. Luettavissa: <https://messukeskus.com/press-release/matkailututkimus-2018-suomalaiset-matkustavat-pois-arjesta-ja-kiireesta-vastuullisesti/>. Luettu: 27.09.2020.

Ryan C. 2002. Motives, behaviour, body and mind. Teoksessa Ryan C. (toim.) The tourist Experience, s.27-57. Continuum. Lontoo.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2020. Koodaus. KvaliMOTV. Luettavissa: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_2.html. Luettu 14.11.2020

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2020. Sisällönanalyysi. KvaliMOTV. Luettavissa: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_2.html. Luettu: 14.11.2020.

Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2020. Tutkimuksen luotettavuus ja arviointi. KvaliMOTV. Luettavissa: https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3.html. Luettu: 18.11.2020

THL 2020. Koronavirus selkokielellä. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Luettavissa: <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/ajankohtaista/ajankohtaista-koronaviruksesta-covid-19/materiaalipankki-koronaviruksesta/koronavirus-selkokielella>. Luettu: 1.11.2020

THL 2020. Liikennevalomalli matkustamisen koronariskin arviointiin. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Luettavissa: <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/ajankohtaista/ajankohtaista-koronaviruksesta-covid-19/matkustaminen-ja-koronaviruspandemia/liikennevalomalli-matkustamisen-koronariskin-arviointiin>. Luettu: 24.10.2020

Tilastokeskus 2020. Käsitteet. Vapaa-ajanmatka. Luettavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/vapajmatka.html#tab1>. Luettu: 27.09.2020

Tilastokeskus 2018. Suomalaisten matkailu Etelä-Eurooppaan kasvoi vuonna 2018. Tilastokeskus. Luettavissa: https://www.stat.fi/til/smat/2018/smat_2018_2019-03-28_tie_001_fi.html. Luettu: 27.09.2020

Työ- ja elinkeinoministeriö 2019. Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista. Luettavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161636/34_19_Selvitys_kotimaanmatkailu.pdf?sequence=4&isAllowed=y. Luettu: 27.09.2020

Visit Finland 2020. Trends and signals of the future of international travel in Finland. Business Finland. Luettavissa: <https://www.businessfinland.fi/4ad2fe/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/trends-and-signals-of-the-future-of-travel-2020.pdf>. Luettu: 26.11.2020

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja: 20 työkalua. Talentum. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Haastattelu kysymykset

	KYSYMYS
1	Minkälaiset kohteet kiinnostaa sinua kun varaat lomamatkaa?
2	Miten koet itsesi matkailijana/matkan suunnittelijana?
3	Mikä kohteessa saa sinut kiinnostumaan siitä?
4	Miten COVID-19 on vaikuttanut lomamatkoihisi?
5	Millaisia matka suunnitelmia sinulla on tulevaisuudelle?