



Tutkimus Suomen houkuttelevimmista matkailukohteista 2023

Patrick Tuovinen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Restonomi

Opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

Tekijä(t): Patrick Tuovinen
Tutkinto: Restonomi
Opinnäytetyön nimi: Tutkimus Suomen houkuttelevimmista matkailukohteista 2023
Sivu- ja liitesivumäärä: 21 + 4
<p>Kotimaanmatkailu muodostaa suurimman osan Suomessa tapahtuvasta matkailusta, noin 77 %. Opinnäytetyö tehtiin, koska tahdottiin selvittää mitkä ovat tämän hetken matkailukohteet Suomessa, joihin kotimaanmatkailijat haluavat matkustaa. Opinnäytetyö on saatu toimeksiantona Haaga-Helian ammattikorkeakoulun kaupalliselta toiminnalta.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperusta käsittelee matkailun nykytilaa viimeisen parin vuoden kehityksen osalta. Lisäksi tarkastellaan, miten kotimaanmatkailu on elpynyt korona pandemian jälkeen. Kotimaanmatkailu on tarkastelun kohteena olevan maan (Suomen) asukkaan tekemä matka asuinmaan rajojen sisällä. Tietoperustassa käydään läpi kotimaanmatkailun vetovoimatekijöitä ja sitä, mitkä alueet ovat olleet matkailun vetovoimatekijöitä aikaisemmin. Matkailukohteen vetovoimatekijöinä tarkoitetaan niitä asioita, jotka saavat kotimaanmatkailijan kiinnostumaan matkakohdeesta. Tietoperusta tarkastelee matkailua myös kestävän kehityksen kannalta, ja miten kestävä kehitys vaikuttaa matkakohteen valintaan. Kestävä kehitys tarkoittaa sitä, kuinka taloudellinen ja muu yhteiskunnan kehitys edistää maan asukkaiden hyvinvointia. Tietoperustaa on koottu kotimaisista matkailutilastoista, kotimaisista sekä kansainvälisistä lähteistä sekä kirjallisuudesta, artikkeleista, jotka liittyvät matkailuun ja tutkimuksen tekemiseen.</p> <p>Opinnäytetyön toteutustapa oli kyselytutkimus, jonka tuloksena syntyi ajantasaista dataa kohteista, jotka kiinnostavat kotimaanmatkailijoita. Kyselytutkimuksen toteutti Suomen Tuotetieto Oy ja vastauksia saatiin 597:ltä 18 vuotta täyttäneeltä, luonnolliselta henkilöltä. Vastauksista nousi esiin ylivoimaisena, suomalaisena, kotimaan matkailukohteena Lappi. Lisäksi saatiin tuloksia, jotka vahvistivat aikaisempien tutkimusten sekä tilastojen tuloksia. Suomalaisia kotimaanmatkailijoita kiinnostavat edelleen luonto, tapahtumat, kansallispuistot, Järvi-Suomi sekä saaristo. Vastuullisuuden tulokset olivat huolestuttavia. Vain 167 pystyi vastaamaan vastuullisen matkailukunnan, loput eivät osanneet sanoa mikä voisi olla vastuullinen kunta. Muutaman vastaajan mielestä matkailu ei voi olla vastuullista.</p>

Jatkotutkimuksena olisi hyvä selvittää laajemmin ja syvällisemmin, miksi suosituimmat matkailukohteet houkuttelevat kotimaanmatkailijoita

Asiasanat:

Kotimaanmatkailu, matkailukohteet, Suomi, matkailu, kyselytutkimus

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuksen taustat	1
1.2	Tutkimuksen tavoitteet	1
1.3	Toteutus ja aineistot	1
2	Kotimaanmatkailu	3
2.1	Kotimaanmatkailun yleiskuvaus ja nykytila	3
2.2	Kotimaan matkailukohteiden vetovoimatekijät	7
2.3	Vastuullisuuden vaikutus matkakohteen valinnassa	7
3	Tutkimuksen toteutus	9
3.1	Tiedonkeruu ja analysointi	9
4	Tutkimustulokset	10
4.1	Vastaajien taustat	10
4.2	Suomen houkuttelevimmat matkakohteet	13
4.3	Suomen houkuttelevimmat matkailukunnat	14
4.4	Suomen vastuullisin matkailukunta	15
5	Pohdinta ja johtopäätökset	17
5.1	Tulosten vertailu aikaisempaan kirjallisuuteen	17
5.2	Tutkimuksen luotettavuus	17
5.3	Jatkotutkimusehdotuksia	18
5.4	Oma oppiminen	18
	Lähteet	20
	Liitteet	22
	Liite 1.	22

1 Johdanto

Tässä luvussa avataan tutkimuksen taustat, tavoitteet sekä käymme läpi lyhyesti tutkimuksen toteutuksen sekä aineiston.

1.1 Tutkimuksen taustat

Tämän tutkimuksen toimeksiantaja on Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy, kaupallinen toiminta. Yksi Haaga-Helian Kaupallisen toiminnan tehtävistä on tehdä markkinatutkimuksia yrityksille liiketoiminnan tueksi ja kehittämiseen. Ajantasainen markkinatutkimus on tärkeää matkailualan yrityksille arvaamattoman pandemia-ajan jälkeen.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet

Tämä on tutkimustyyppinen opinnäytetyö. Tutkimuksen pääongelma oli seuraavanlainen, minne suomalaiset tahtovat matkustaa kotimaassa? Alaongelmat olivat, mitkä ovat houkuttelevia matkailukuntia Suomessa ja millainen vaikutus vastuullisuudella on matkakohteen valinnassa.

Tutkimuksessa suomalaisista käytetään termiä kotimaanmatkailija. Kotimaanmatkailijalla tarkoitetaan ihmistä, joka matkustaa omassa asuinmaassaan oman tavallisen elinpiirinsä ulkopuolelle olevaan paikkaan ja oleskelee siellä korkeintaan yhden vuoden ajan (12 kuukautta) vapaa-ajanvietossa, työmatkalla tai muussa tarkoituksessa. Kotimaanmatka on tarkastelun kohteena olevan maan (Suomen) asukkaan tekemä matka asuinmaan rajojen sisällä, mutta tavallisen elinpiirin ulkopuolelle ja matkailija oleskelee siellä korkeintaan yhden vuoden (12 kuukautta). (UNWTO 2010).

1.3 Toteutus ja aineistot

Suomalaisten matkailijoiden matkailutottumuksien selvittämiseksi toteutettiin kyselytutkimuskierros 19.–23.8.2022 välisenä aikana. Elokuun paneelitutkimuskierroksen kohderyhmänä oli 597 suomalaista 18 vuotta täyttäneitä luonnollista henkilöä (pl. Ahvenanmaa). Suomalaisia kuluttajia edustava otos tehtiin kyselytutkimuksena iän, sukupuolen sekä asuinpaikan mukaan. Tutkimuksen kysely (Liite 1.) toteutettiin netissä Webropol-alustalla, jossa kyselyyn osallistuneet vastasivat neljään kysymykseen kotimaanmatkailusta. Tutkimus on tehty tällaisenaan ensimmäisen kerran. Tutkimuksen toteutti yhteistyössä Haaga-Helia ammattikorkeakoulu ja Suomen tuotetieto Oy.

Tässä, kuten muissakin tutkimuksissa, käytetyt menetelmät ja aineisto asettavat rajoituksia tuloksiin. Tämän tutkimuksen pohjana on käytetty Haaga-Helian ja Suomen tuotetieto Oy:n teettämää kyselytutkimusta, johon osallistui 597 suomalaista 18 vuotta täyttäneitä luonnollista henkilöä. Kysymyksenasettelu asettaa omat rajoitteensa vastauksille. Kysymyksiä oli houkuttelevimmista matkakohteista, vastuullisuuden vaikutuksista matkakohteen valinnassa ja mihin aikoo matkustaa

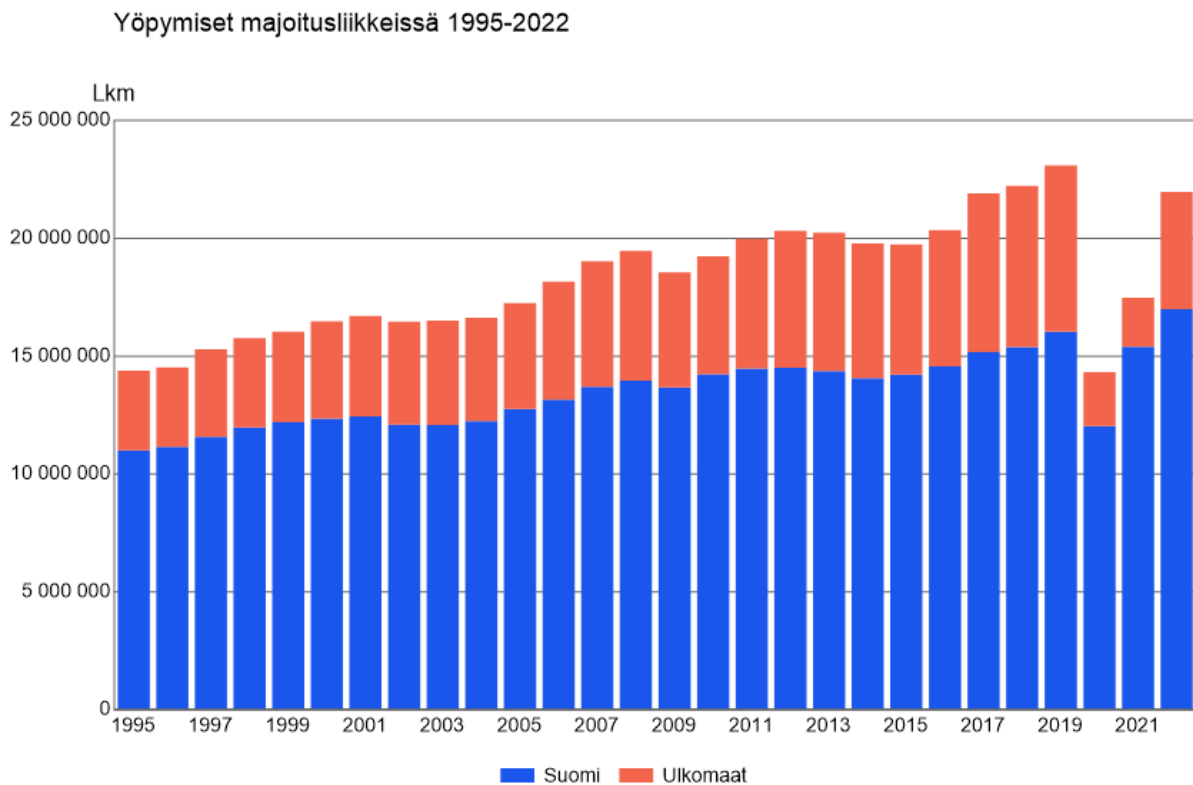
seuraavan 12 kuukauden aikana. Vastaajalta kysyttiin taustatiedoiksi ikä, sukupuoli sekä asuinpaikkakunta. Tässä tutkimuksessa ei otettu huomioon rahankäyttöä, viipymää tai kyselyyn vastanneiden tietämystä kotimaan matkailutarjonnasta, koska lomakkeen pituus asetti omat rajoituksensa sille, mitä tutkimuksessa voitiin kysyä.

2 Kotimaanmatkailu

Tässä luvussa käsitellään kotimaanmatkailua. Luvussa avataan kotimaanmatkailun nykytila, kotimaanmatkailun vetovoimatekijöitä aiempaan kirjallisuuteen perustuen. Luvussa käymme läpi myös vastuullisuutta, sen ulottuvuuksia ja miten vastuullisuus tulee muuttumaan mahdollisesti.

2.1 Kotimaanmatkailun yleiskuvaus ja nykytila

Kuvasta 1. nähdään, että vuonna 2022 suomalaiset tekivät kotimaassa 17 miljoonaa yöpymisvuorokautta. Kotimaiset yöpymisvuorokaudet kasvoivat 10 % verrattuna vuoteen 2021 (15,3 miljoonaa kotimaista yöpymisvuorokautta). Vuonna 2022 kotimaisia yöpymisvuorokausia kirjattiin ennätysmäärä mittaushistorian aikana. (Tilastokeskus 2022a.)

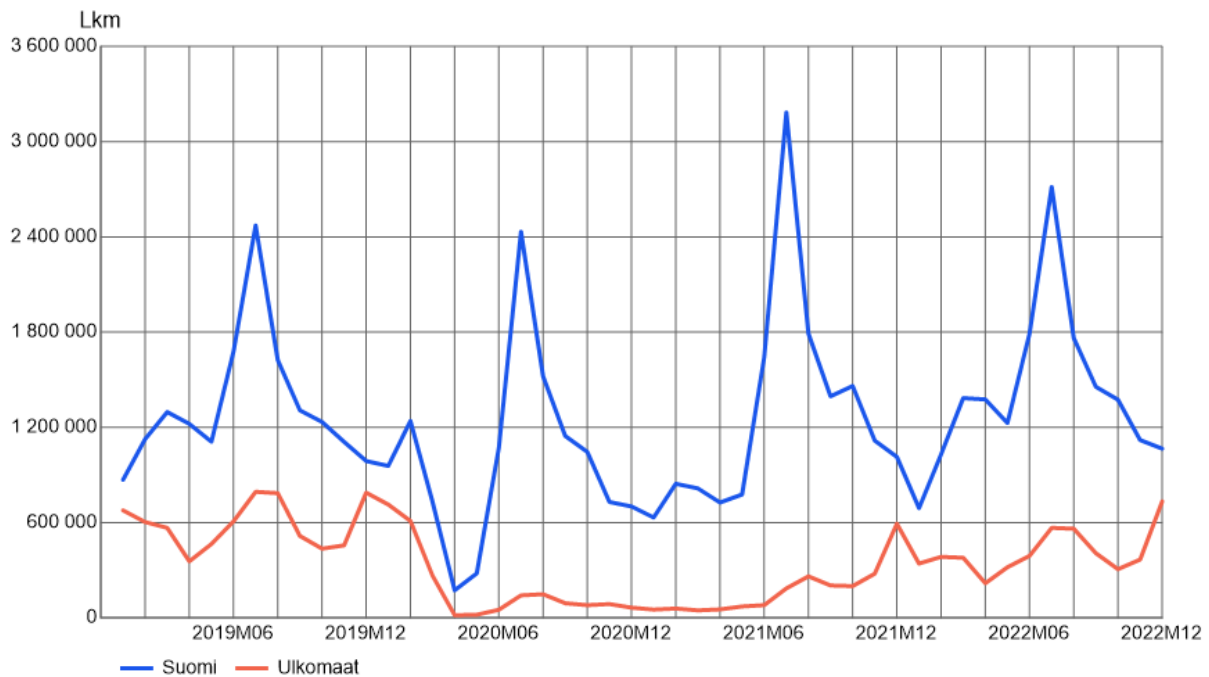


Lähde: Tilastokeskus, majoitustilasto

Kuva 1. Yöpymiset majoitusliikkeissä 1995–2023 (Tilastokeskus 2023, Majoitustilasto 2022a)

Kuvasta 2. huomataan, että kotimaanmatkailijoiden yöpymisvuorokaudet sijoittuvat enimmäkseen kesäkuukausille. Toisaalta vuoden 2022 alkupuoliskolla oli selkeästi enemmän kasvua yöpymisvuorokausissa, kuin samalla ajanjaksolla vuonna 2021. Eniten yöpymisvuorokausia vuodelle 2022 kirjattiin heinäkuussa (2,7 miljoonaa yöpymisvuorokautta), yöpymisiä kirjattiin kuitenkin 15 % vähemmän verrattuna vuoden 2021 heinäkuuhun (3,2 miljoonaa yöpymisvuorokautta). (Tilastokeskus 2022b.)

Yöpymiset kuukausittain 2019M01-2022M12

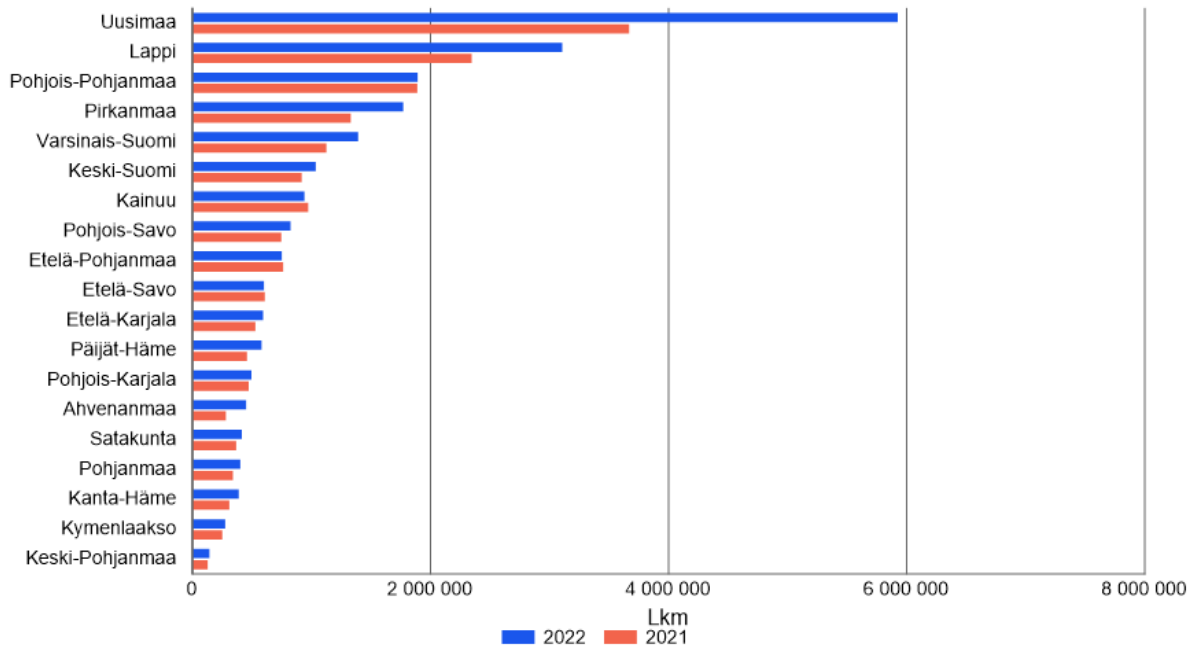


Lähde: Tilastokeskus, majoitustilasto

Kuva 2. Yöpymiset kuukausittain 2019M01 – 2022M12 (Tilastokeskus 2023, Majoitustilasto 2022b)

Vuonna 2022 yöpymisvuorokaudet kasvoivat lähes kaikissa maakunnissa. Kotimaan matkailijoiden yöpymiset kasvoiva eniten Uudellamaalla (5,9 miljoonaa yöpymisvuorokautta vuonna 2022, 52 % kasvua vuoteen 2021 verrattuna). Suurimmat kasvut yöpymisvuorokausissa nähtiin Uudellamaalla, Ahvenanmaalla, Lapissa sekä Pirkanmaalla. (Tilastokeskus 2022c.)

Yöpymiset maakunnittain 2021 ja 2022

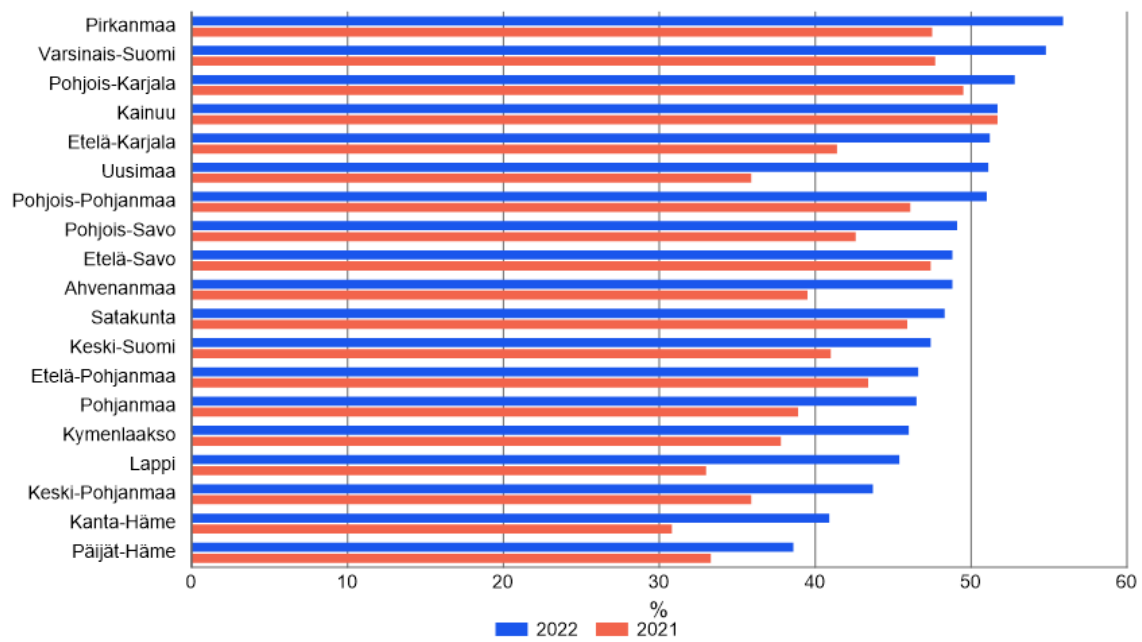


Lähde: Tilastokeskus, majoitustilasto

Kuva 3. Yöpymiset maakunnittain 2021 ja 2022 (Tilastokeskus 2023 2022c)

Hotellihuoneiden käyttöasteet sekä hinnat nousivat vuodesta 2021. Suomessa koko vuoden 2022 hotellihuoneiden käyttöaste oli 49,7 %. Käyttöaste nousi vuodesta 2021 kymmenellä prosenttiyksiköllä, mutta jäi vielä kuusi prosenttiyksikköä jälkeen vuoden 2019 käyttöastetta, 55,7 %. Hotellihuoneiden keskihinnat nousivat vuodesta 2021 noin 13 eurolla, samalla hinnat nousivat myös korkeammalle kuin vuonna 2019, ennen pandemiaa. Hotellihuoneiden korkein keskihinta oli Lapissa, joka oli keskimäärin 147 euroa yöltä. (Tilastokeskus 2022d.)

Hotellihuoneen käyttöaste maakunnittain 2021 ja 2022



Lähde: Tilastokeskus, majoitustilasto

Kuva 4. Hotellihuoneen käyttöaste maakunnittain 2021 ja 2022 (Tilastokeskus 2022d)

2.2 Kotimaan matkailukohteiden vetovoimatekijät

Suomen vetovoimaisimpia kuntia kotimaanmatkailijoille vuoden 2022 tilastojen perusteella on ensimmäisenä Uusimaa. Uudenmaan jälkeen tulee järjestyksessä Lappi, Pohjois-Pohjanmaa, Pirkanmaa ja Varsinais-Suomi. (Tilastokeskus 2023, Majoitustilasto 2022.)

Matkailukohteen vetovoimatekijänä tarkoitetaan niitä asioita, jotka saavat kotimaanmatkailijan kiinnostumaan matkakohteesta. Vetovoimatekijöitä voi olla nähtävyydet itsessään, erilaiset palvelut kohteessa tai käsitys matkakohteesta. Kohteen vetovoimaan vaikuttaa myös alueen turvallisuuden tunne, sekä sen kohteen paikallisten asukkaiden tulee hyväksyä matkailijat kohteessa. (Verhelä 2014, 136)

Suomen vetovoimatekijöiksi Verhelä (2014) luettelee luonnon, vuodenajat ja turvallisuuden. Suomen erikoisuuksina ovat kaamos, yötön yö sekä Suomen talvi ja kesä ovat hyvin erilaisia. Suomessa on paljon luontoa ja kansallispuistoja, joihin kotimaanmatkailija voi tutustua. Suomi on turvallinen maa, poliittiset olot ovat suhteellisen vakaat ja rikollisuus on huomattavan vähäistä. Helsingin ja Turun saaristo ovat houkuttelevia kohteita kotimaanmatkailijoille. Nämä ovat yleisesti Suomen vetovoimatekijät, jotka myös houkuttelevat myös matkailijoita ulkomailta. (Verhelä 2014, 138.)

2.3 Vastuullisuuden vaikutus matkakohteen valinnassa

Sustainable Travel Finland -ohjelma (STF-ohjelma) kehitettiin tukemaan kotimaanmatkailuyritysten työtä kestävästä kehityksen periaatteiden omaksumisessa osaksi yrityksen strategiaa. STF-ohjelman päätavoitteina on edistää kotimaanmatkailuyritysten taloudellista kasvua, työllistävää vaikutusta, kulutus- ja tuotantotapojen kestävyttä sekä kehittää kotimaanmatkailuyritysten valmiuksia ilmastonmuutosta ja sen vaikutuksia vastaan. (Kokkarinen, Liljedahl & Kosonen. 2023, 17.)

Yritysten vastuullisuuden markkinointiin on mahdollisesti tulossa muutos seuraavien vuosien aikana. Euroopan parlamentti on saanut päätökseen alustavan tutkimuksen vihreästä Euroopasta. Tutkimuksessa selvitettiin, kuinka laaja-alaisesti yritykset johtavat kuluttajia harhaan markkinoimalla tuotteita tai palveluitaan vastuullisempaan vaihtoehtona, vaikka niiden vastuullisuudesta ei ollut tehty selvityksiä. Jos laki viherpesun estämiseksi hyväksytään, tulee se suoraan kieltämään seuraavat väittämät markkinoinnista: vastuullinen, biohajoava, hiilineutraali, hiilinegatiivinen, eco, ympäristöystävällinen, sekä kaikki näihin viittaavat sanat. Yritykset saavat lain voimaan tullessa käyttää markkinoinnissa edellä mainittuja esimerkki

sanoja, jos yritys kykenee tieteellisesti todistamaan esittämänsä väittämät todeksi (poislukien hiilineutraali, hiilinegatiivinen). (European Parliament. 2023)

Kestävä kehitys jaetaan kolmeen ulottuvuuteen, jotka tukevat toisiaan eivätkä ole toisiaan poissulkevia. Nämä ulottuvuudet ovat ekologinen -, sosio-kulttuurinen ja taloudellinen kestävyys. Kotimaanmatkailuyrityksille ekologinen kestävyys tarkoittaa käytännössä omien päästöjensä vähentämistä, resurssien käytön optimointia, alueensa moninaisuuden ja luonnon puhtauden vaalimista. Sosio-kulttuurinen kestävyys velvoittaa kotimaanmatkailuyritykset tuottamaan palvelunsa siten, että se kunnioittaa ja vaalii paikallista kulttuuriperintöä sekä kunnioittaa paikallisyhteisön arvoja ja periaatteita. Taloudellisella kestävyydellä yritys varmistaa ekologisen ja sosio-kulttuurisen vastuullisuuden tapahtumisen, sillä yrityksen toiminta tuottaa pitkäkestoista taloudellista kasvua alueella, sekä aiemmat kategoriat vaativat yrityksiltä rahallista panostusta kuten muutkin yrityksen toiminnan osa-alueet. (KULTU. 2005,27.)

Sustainable Travel Finland- ohjelman matkailijakyselyssä 74 % kotimaanmatkailijoista vastasi pitävänsä valitsemaansa matkakohdetta vastuullisena, mutta vain 24 % kertoi matkakohteen vastuullisuuden vaikuttaneen päätökseen matkakohteen valinnassa (Kokkarinen, Liljedahl & Kosonen. 2023, 18.)

3 Tutkimuksen toteutus

Tutkimusta aloitettiin tehdä kullmalla, minne suomalaiset tahtovat matkustaa kotimaassa. Aikaisemmin on tehty samanlaisia tutkimuksia. On pyritty selvittämään, mihin suomalaiset matkustavat kotimaassaan sekä mitkä vaikuttavat kohteen vetovoimatekijöihin. Tämä tutkimus tehtiin Haaga-Helian toimeksiannosta. Tutkimuksen kyselyosuuden toteutti Suomen Tuotetieto Oy.

3.1 Tiedonkeruu ja analysointi

Tutkimuksen aineistonkeruu tapahtui Suomen Tuotetieto Oy:n toteuttamalla kyselytutkimuksella. Kysely tutkimus koostui neljästä (4) avoimesta kysymyksestä, joissa pyydettiin vastaamaan kolme matkailukohdetta, kuntaa. Viimeisessä, neljännessä kysymyksessä pyydettiin vastaamaan yksi vastaus vastuullisimmasta kunnasta. Näiden neljän (4) avoimen kysymyksen lisäksi vastaajilta kysyttiin seitsemän (7) taustakysymyksestä. Suomen Tuotetieto toteutti kyselyn Webropol-palvelun avulla.

Kysely jaettiin Suomen Tuotetiedon kuluttajakannassa oleville 18–74-vuotiaille suomalaisille luonnollisille henkilöille. Tutkimuskannassa on tuhansia yhteystietoja, ja kantaa on kehitetty vuodesta 2005. Tutkimukseen osallistui 18–74-vuotiaat suomalaiset internetin käyttäjät. Kyselyyn oli rekrytoitu 10 % uusia vastaajia.

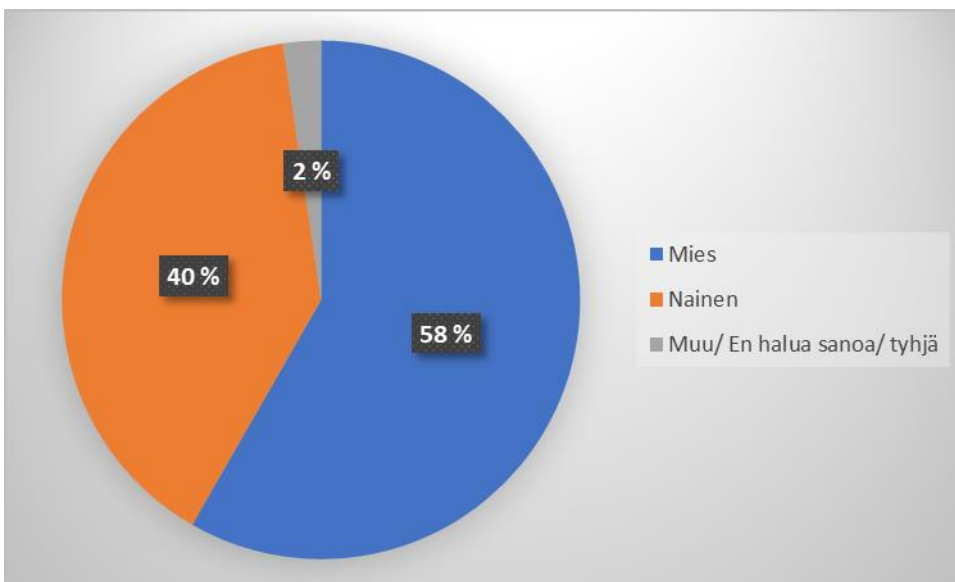
Kyselyn (Liite 1.) analysointiin käytettiin tilastollisesti kuvaavaa analysointimenetelmää. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on tavallista kuvata tutkimusaineistoa tilastollisesti ja havainnollistaa graafisesti. Tilastollisella analyysillä saadaan todettua aineistosta ilmiöiden määrä, yleisyys, jakautuminen ja jäsentyminen luokkiin. (Jyväskylän yliopisto 2021.)

4 Tutkimustulokset

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, mitkä matkailukohteet suomessa ovat houkuttelevimpia kotimaanmatkailijoille. Vastaaajia pyydettiin vastaamaan neljään (4) avoimeen kysymykseen houkuttelevista kohteista, kunnista sekä vastuullisimmasta kunnasta. Tämän lisäksi heitä pyydettiin vastaamaan seitsemään taustatietoja kartoittavaan kysymykseen. Näiden vastausten perusteella on määritelty kotimaanmatkailun houkuttelevimmat matkakohteet.

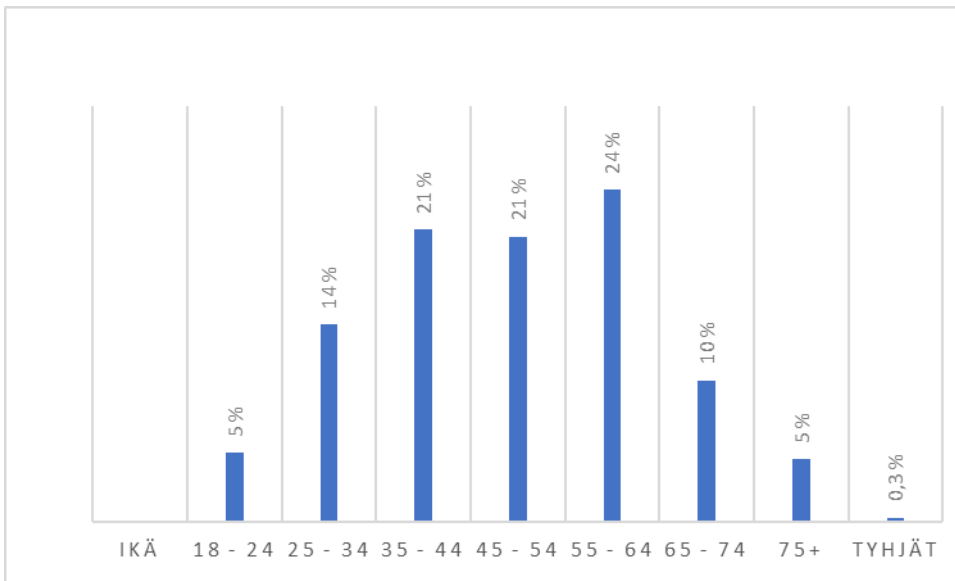
4.1 Vastaaajien taustat

Kyselyyn vastasi 597 suomalaista 18 vuotta täyttänyttä luonnollista henkilöä (pl. Ahvenanmaa). Vastaaajista 58 % oli miehiä, 39 % naisia ja 2 % vastasivat muu/tyhjä. (Kuva 5.)



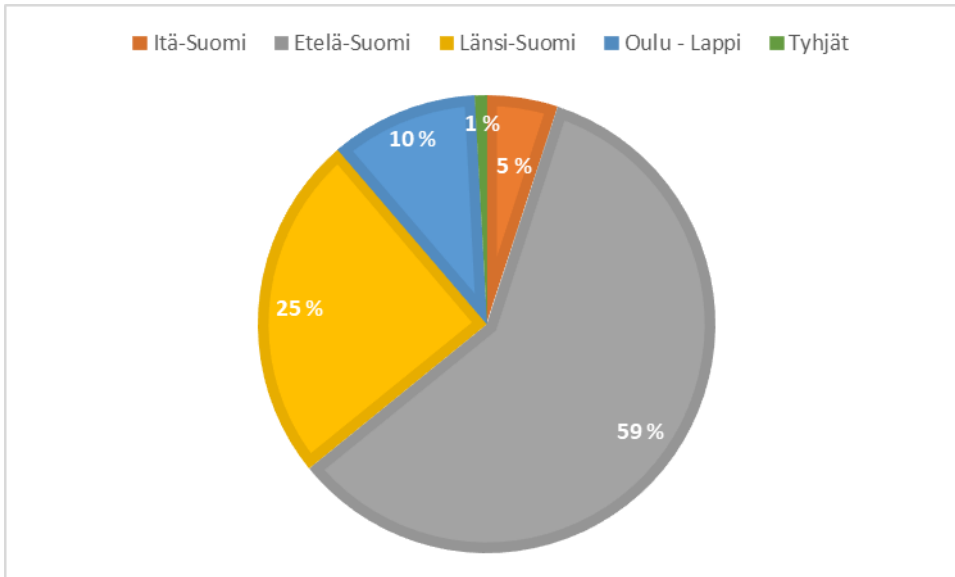
Kuva 5. Vastaaajien sukupuolijakauma

Ikäluokittain jakauma oli varsin tasainen, suurimmaksi osaksi vastaajat olivat 35–64-vuotiaita, 66 % vastaajista. Toiseksi suurimpana 14 % oli 25–34-vuotiaat nuoret aikuiset. Kolmanneksi suurimpana vastaajaryhmänä oli 65–74-vuotiaat. (Kuva 6.)



Kuva 6. Vastaajien ikäjakauma

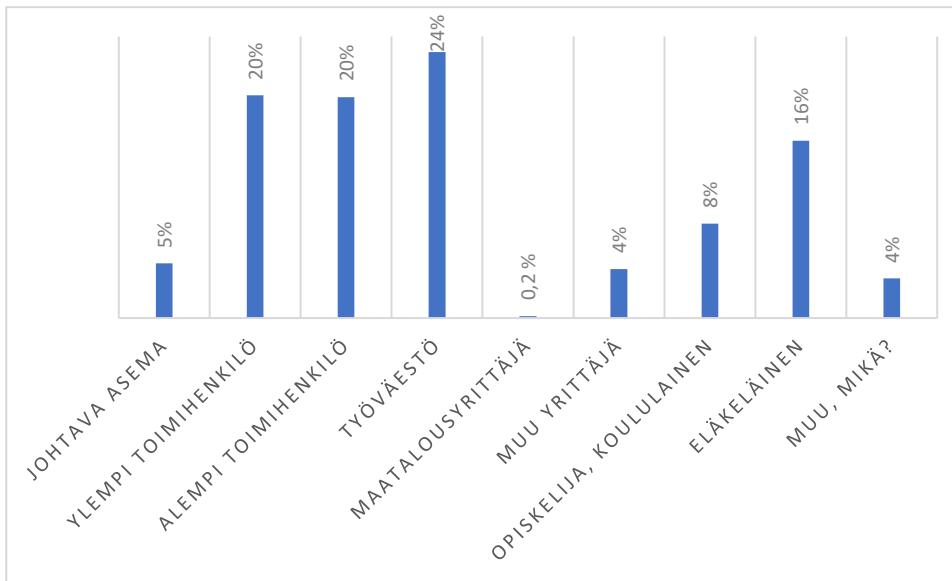
Pääosin vastaajat olivat Etelä-Suomesta 59 %, toiseksi eniten Länsi-Suomesta 25 %, kolmanneksi Oulu-Lapin alue 10 %, ja vähiten vastaajia oli Itä-Suomesta 5 %. (Kuva 7.)



Kuva 7. Vastaajien asuinalue

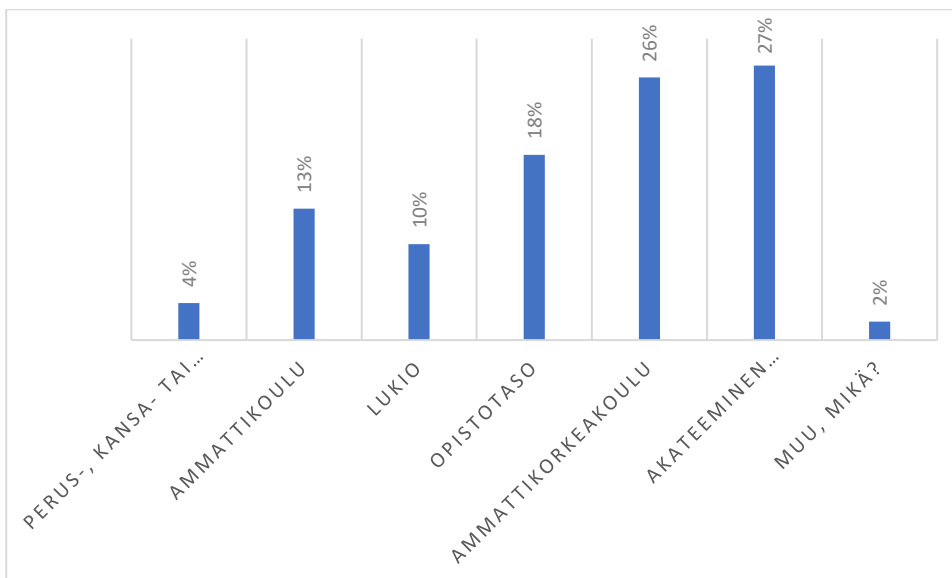
Vastaajista 64 % kävivät päätoimisesti palkkatöissä, joista 20 % ylempiä toimihenkilöitä, 20 % alempia toimihenkilöitä ja 24 % työväkeä. Eläkeläiset olivat seuraavaksi suurin osa vastaajista 16 %. Opiskelijoita oli 8 %, johtavassa asemassa olevia 5 %, yrittäjiä 4 % ja maatalousyrittäjiä 0,2 %.

(Kuva 8.)



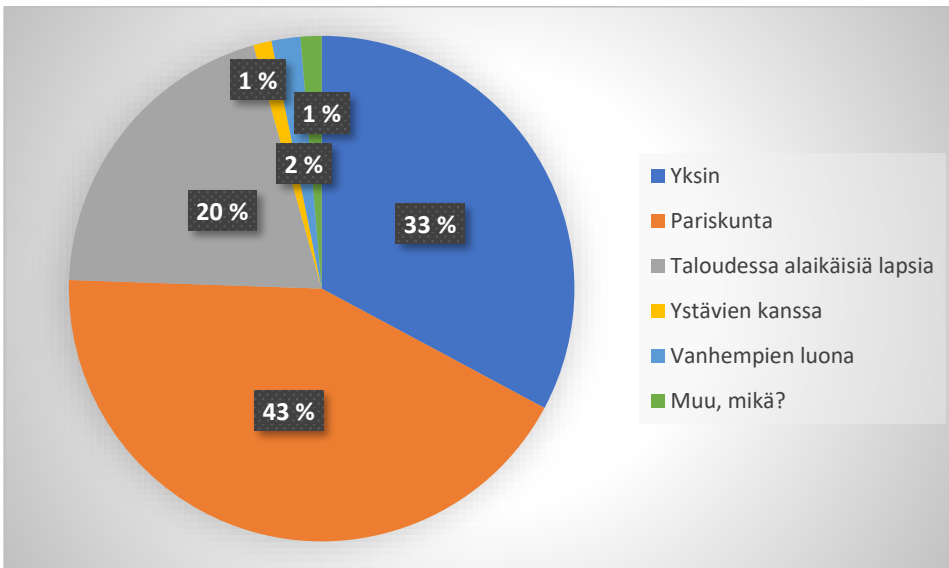
Kuva 8. Vastaajien jakauma ammattiryhmittäin

Vastaajista 53 % oli korkeakoulutettuja. Seuraavaksi eniten oli opiston käyneitä 18 %, ammattikoulun käyneitä 13 % ja lukion 10 %. (Kuva 9.)



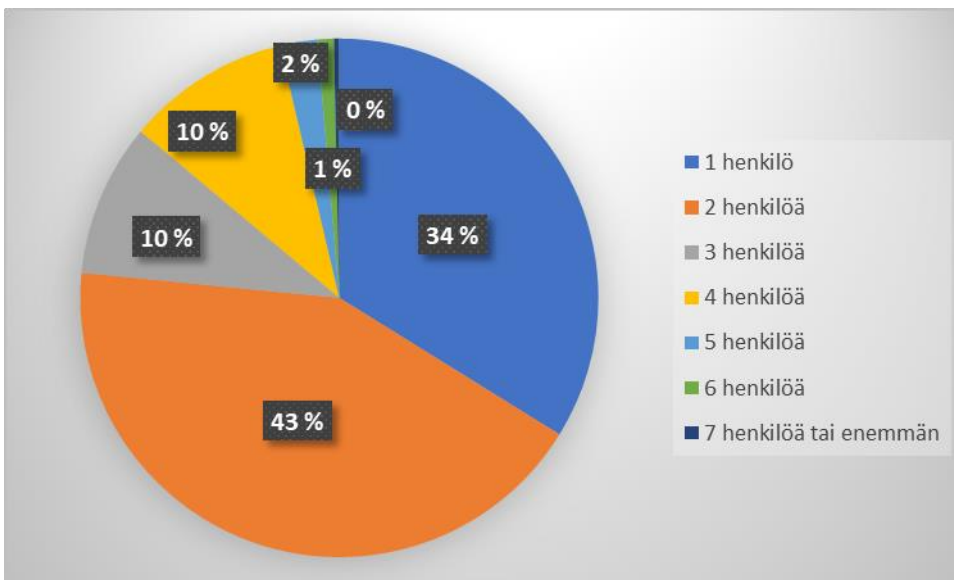
Kuva 9. Vastaajien korkein koulutusaste

Kuvasta 10 näemme, että vastaajista suurin osa 43 % asuu pariskuntana. Toiseksi suurin osa vastaajista on yksin eläjiä. Kolmanneksi suurimmaksi ryhmäksi muodostui, he kenellä oli taloudessa alaikäisiä lapsia. Loput vastaajista asuvat ystävän kanssa, vanhempien luona tai jokin muu kotitalouden muoto.



Kuva 10. Kotitalouden muoto

Kuvasta 11 huomataan, että vastaajista suurin osa 43 % asuu kahden (2) hengen kotitalouksessa. Toiseksi suurin osa oli yhden hengen (1) kotitaloudet, 34 %. Kolmanneksi suurimmat olivat kolmen (3) ja neljän (4) hengen kotitaloudet, 10 %. Loput vastaajista asuivat yli viiden (5) henkilön kotitalouksissa.



Kuva 11. Kotitalouden koko

4.2 Suomen houkuttelevimmat matkakohteet

Vastaajia pyydettiin luettelemaan kolme (3) houkuttelevinta matkakohdetta Suomessa. Kuvassa 12 on esitetty 20 eniten mainittua matkailukohdetta Suomesta. Eniten vastattiin Lappi. Toiseksi

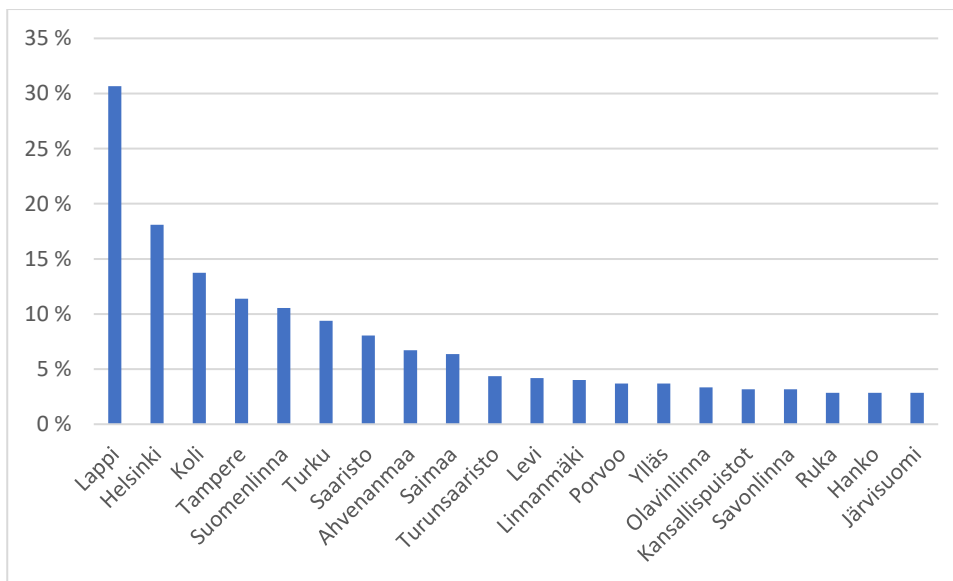
eniten vastattiin Helsinki, vaikkakin kotimaanmatkailun tilastoissa nämä ovat päinvastoin. Eri luontokohteet olivat vastaajille houkuttelevimpia kohteita. Tästä voidaan päätellä, että suomalaiset tahtoivat matkustaa pääasiassa Lappiin, mutta jostain syystä Helsinkiin matkustetaan enemmän. Kansallispuistot, Järvi-Suomi, saaristo sekä erilaiset tapahtumat nousivat tutkimuksessa esiin erityisesti. (Kuva 12.)

*Perämerenkansallispuistossa lohestus Lohirekinä
Kotkan Meripäivät, Kaustinen Folk Music Festival*

Osalle vastaajista oli hankalaa valita juuri kolme houkuttelevaa kohdetta Suomesta.

Helsingin seudulla on paljon kohteita, samoin Lapissa. En osaa nostaa esille mitään yksittäisiä kohteita.

Lappi ja Suomen luonto ihan yleisesti, ei niitä voi listata



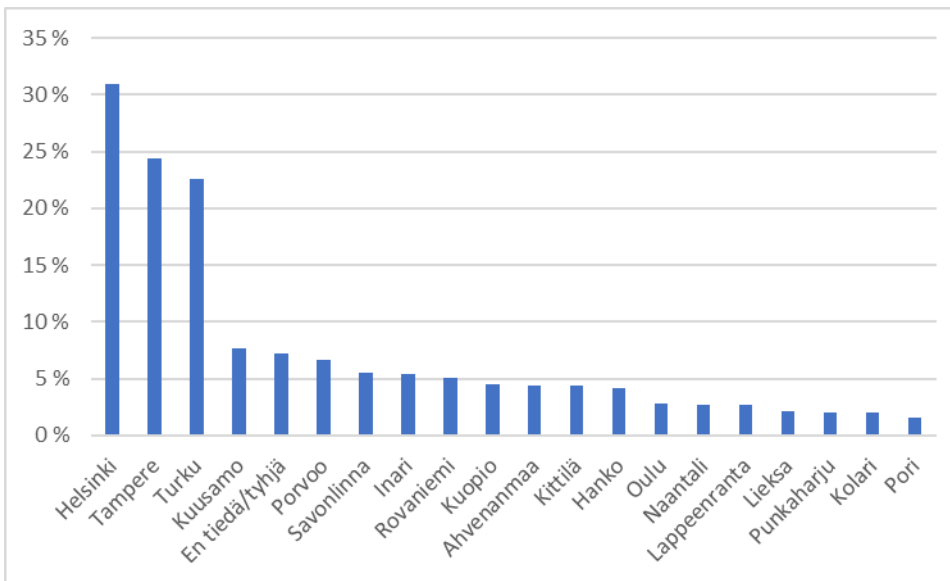
Kuva 12. Suomen houkuttelevimmat matkailukohteet

4.3 Suomen houkuttelevimmat matkailukunnat

Vastaajilta kysyttiin, mitkä ovat heidän mielestään kolme houkuttelevinta matkailukuntaa Suomessa. Kolmen kärjessä on ensimmäisenä Helsinki, toisena Tampere ja kolmantena Turku. Lapin kunnista jopa viisi vastattiin kahdenkymmenen houkuttelevimman kunnan joukkoon tässä tutkimuksessa. Kahta matkailijaa kiinnosti Tampere eri syistä. Tutkimuksessa tahdottiin selvittää houkuttelevin matkailukunta. Voidaan tehdä johtopäätös, että houkuttelevimmat matkailukunnat ovat ne, jotka tarjoavat kotimaanmatkailijalle luontoa, kansallispuistoja sekä tapahtumia. (Kuva 13.)

Joku pikku kylä jossain keskellä ei mitään ja kaikki tuntee toisensa. Tampere tai Jyväskylä yöelämänsä takia ja pohjoinen ois kiva kiertää roadtripin merkeissä

Mikään kunta ei ole erityisen houkutteleva, mutta esimerkiksi Tampereella oli perheen kanssa helppo lomilla.



Kuva 13. Suomen houkuttelevimpia matkailukuntia

4.4 Suomen vastuullisin matkailukunta

Vastaajia pyydettiin myös kertomaan omasta mielestään Suomen vastuullisin matkailukunta. Heille annettiin taustatietona vastuullisuudesta seuraava lause: ”Vastuullinen on kestävän matkailun periaatteiden mukaista matkailua, jossa matkailijan valinnoilla on positiivisia vaikutuksia kohteen ympäristöön, talouteen ja kulttuuriin.” Kuvassa 14 nähdään, mitkä ovat Suomen vastuullisimmat matkailukunnat.

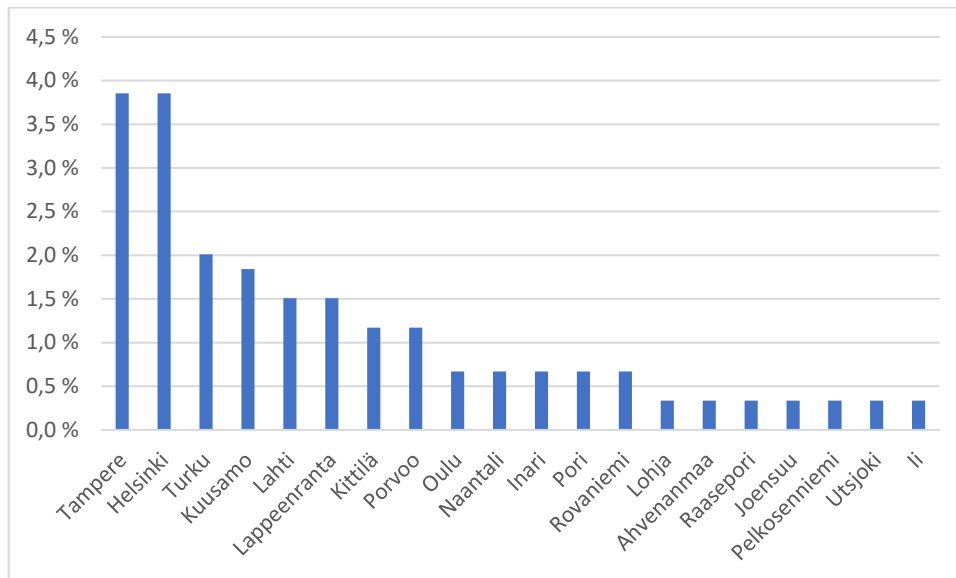
En tiedä tarpeeksi muodostaakseni mielipidettä. Vastuullisuus kyllä kiinnostaa, joten olisi kiva kuulla matkailukuntien vastuullisuudesta läpinäkyvästi enemmänkin. :)

Hmm.. en usko että mikään matkailu vaikuttaa positiivisesti ympäristöön. Pienet paikkakunnat tarvitsisivat matkailu paikan heitä pitäisi tukea taloudellisesti.

Ei ole olemassa. tyhmää viherpesua

Ei sellaista tällä hetkellä ole. Matkailu nykymuodossa ei ole kestävää missään.

Ei kyllä mitään hajua. Toivottavasti kaikki kunnat tekevät tämän eteen jotain.



Kuva 14. Vastuullisimmat matkailukunnat

5 Pohdinta ja johtopäätökset

Tämä luku käsittelee tutkimuksen tulosten vertailua aikaisempaan kirjallisuuteen. Käymme läpi myös tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat asia. Luvussa annetaan jatkotutkimusehdotuksia tulevia tutkimuksia varten. Lopuksi on kohta tutkijan omasta oppimisesta ja opinnäytetyö prosessista.

5.1 Tulosten vertailu aikaisempaan kirjallisuuteen

Tutkimuksen tuloksista voidaan tehdä johtopäätös, että suomalaisia kotimaanmatkailijoita edelleen kiinnostaa luonto, kansallispuistot, vesialueet ja saaristo. Tämä tulos on linjassa Verhelän (2014) aikaisempien havaintojen kanssa kotimaanmatkailun vetovoimatekijöistä. Kotimaanmatkailijoille houkuttelevimmat matkakohteet olivat tulosten mukaan Lappi, Helsinki, Koli, Tampere sekä Suomenlinna. Tuloksissa nousi myös esiin aktiviteetit sekä tapahtumat, kuten lohestus lohirekinä ja Kaustinen Folk Music Festival.

Toisaalta on kiinnostavaa pohtia miksi kotimaanmatkailijat matkustavat eniten kuitenkin etelän kaupunkeihin tilastokeskuksen datan perusteella. Johtuuko tämä matkailun virta vain työmatkoista, vai jostain muusta?

5.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimusta tehdessä täytyy pitää mielessä tutkimuksen luotettavuus. Tutkimuksen luotettavuutta kuvaavat käsitteet reliabiliteetti sekä validiteetti. Reliabiliteetti tarkoittaa, että tutkimus ja tulokset ovat toistettavissa. Tämä tarkoittaa, että tulokset eivät voi olla sattumanvaraisia. Validiteetti tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä vastata tutkimusongelmaan. Termit syntyivät alun perin kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden varmistamiseksi. Kyseisten termien käyttö kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden varmentamiseksi ei ehkä ole pätevää. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa luotettavuus sekä pätevyys ovat kuitenkin yhtä tärkeitä kuin kvantitatiivisissa tutkimuksissa. (Hirsjärvi ym. 2007, 226–227.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen tärkeänä osana on tulosten kuvailu eri kulmista. Validiteetti tarkoittaa kvantitatiivisessa tutkimuksessa eri kuvausten sopivuutta selitysten ja tulkintojen kesken. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tärkeintä on esittää tutkimuksen toteutus mahdollisimman yksityiskohtaisesti, jotta se on tulevaisuudessa toistettavissa. Tutkijan on tärkeää perustella tuloksista tekemänsä tulkinat. (Hirsjärvi ym. 2007, 227–228.)

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, mihin suomalaiset kotimaanmatkailijat tahtovat matkustaa Suomessa. Koronapandemian jälkeen kotimaanmatkailu on palautunut ennalleen, ja

suomalaisia kotimaanmatkailijoita kiinnostaa erityisesti Lappi, isommat kaupungit, luonto, saaristo ja JärviSuomen kohteet. Tutkimuksessa haettiin vastauksia kysymykseen, mihin kotimaanmatkailijat tahtovat matkustaa, mitkä ovat houkutteleva matkailukuntia ja mikä on vastaajien mielestä vastuullisin matkailukunta. Kysymykset olivat muotoiltu avoimiksi kysymyksiksi, koska kahteen ensimmäiseen kysymykseen pyydettiin listaamaan kolme eri matkailukohdetta tai -kuntaa. Vastuullisuus kysymyksessä pyydettiin vain yhtä vastausta. Kahteen ensimmäiseen kysymykseen saatiin hyvälaatuisia vastauksia, pois lukien muutama vastaus, jotka eivät vastanneet kysymykseen. Esimerkiksi houkuttelevimmaksi matkailukunnaksi oli vastattu ”Urheilumuseo”. Mielestäni tutkimuksen tulokset ovat esitetty selkeästi ja lukija ymmärtää mistä tulokset muodostuvat.

5.3 Jatkotutkimusehdotuksia

Jatkotutkimuksena olisi hyvä selvittää, miksi tietyt suomalaiset kohteet ovat houkuttelevia kotimaanmatkailijoille. Tämän on niin laaja-alainen aihe, että se olisi hyvä tehdä eri alojen asiantuntijoiden voimin. Näin ollen saisi täydellisen kuvan matkailuun vaikuttavista vetovoimatekijöistä, vastuullisuudesta sekä, miksi ja minne kotimaanmatkailijat matkustavat.

Tämän tutkimuksen perusteella voisi olla suositeltavaa, että kunnat alkaisivat panostamaan vastuulliseen markkinointiin, sekä korostamaan vastuullisuuden eteen tehtävää työtä enemmän kansalaisten tietoisuuteen.

Tutkimuksen vastaajista suurin osa vastasi, etteivät osaa sanoa tai eivät tiedä mikä kunta voisi olla tehnyt eniten työtä vastuullisuuden eteen kaikilla kolmella vastuullisuuden osa-alueella. Vastauksista voidaan päätellä, ettei keskiverto suomalainen ei tiedä mitä vastuullisuus on tai mitkä kunnat tekevät vastuullisuuden eteen työtä.

5.4 Oma oppiminen

Tutkimus aloitettiin opinnäytetyötä käsittelemällä tietoperustassa aikaisempaa kirjallisuutta ja tutkimuksia kotimaanmatkailusta, mihin kotimaanmatkailijat matkustavat Suomessa sekä miten kotimaanmatkailu on elpynyt koronapandemiasta. Näin saatiin lukija ymmärtämään aikaisempien vuosien trendejä sekä mihin suomalaiset ovat matkustaneet Suomessa. Tämän jälkeen käsiteltiin perinteisiä vetovoimatekijöitä, jotka houkuttelevat kotimaanmatkailijoita vuodesta toiseen. Opinnäytetyössä avattiin myös vastuullisuutta sen kolmella ulottuvuudella, jotta lukijat ymmärtävät siitä enemmän, sillä tutkimustuloksissa käsitellään vastuullisuutta. Tietoperustaa tehdessä opin paljon matkailusta, käsitteistä ja matkailusta elinkeinona. Tietoperustan kirjoitusprosessi oli hankalaa välillä. Oli vaikea löytää aikaa kirjoittaa ja tehdä tutkimusta eteenpäin kesän kynnyksellä. Kesän

mittaan tietoperusta alkoi olla valmis.

Tutkimuksen tulokset ja niiden analysointi oli mielenkiintoista. Tutkimuksessa oli paljon vastaajia, 597 henkilöä. Analysoinnissa, meni todella kauan omien kiireiden vuoksi. Oman työn ja opinnäytetyön kirjottamisen sovittaminen yhteen osoittautui haasteelliseksi. Tämän takia olisin voinut saada tehtyä opinnäytetyön kokonaisuudessaan paremmin, jos olisin ollut päätoimisesti opiskelija.

Lähteet

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. osin uud. laitos. Tammi. Helsinki.

Jyväskylän yliopisto. Aineiston analyysimenetelmät 2021. Luettavissa: <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmät> Luettu: 14.11.2023.

Kaiholan, O. 2023. Matkailun toimialaraportti 2023. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. 2023:4. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: <https://tem.fi/julkaisu?pubid=URN:ISBN:978-952-327-621-5> Luettu: 4.5.2023.

KULTU. 2005. Vähemmästä enemmän ja paremmin – Kestävän kulutuksen ja tuotannon toimikunnan ehdotus kansalliseksi ohjelmaksi. Kestävän kulutuksen ja tuotannon toimikunta. Ympäristöministeriö ja kauppa- ja teollisuusministeriö.

European Parliament. 2023. EU to ban greenwashing and improve consumer information on product durability. Luettu 20.9.2023. Luettavissa: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20230918IPR05412/eu-to-ban-greenwashing-and-improve-consumer-information-on-product-durability>.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. s.a. Matkailun tilastot ja tunnusluvut. Luettavissa: <https://www.mara.fi/toimiala/tilastot/matkailu.html> Luettu: 4.5.2023.

of Economic and Social Affairs. Statistics Division. Studies in Methods. Series M No.83/ Luettavissa: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf Luettu: 9.9.2023.

Parkins, C. 2022. The Impact of the Pandemic on Travel to Finland, Custom Travel Scenarios. Tourism Economics, Oxford Economics. 2022. Tourism Economics Europe. Oxford. Luettavissa: <https://prod.visitfinland.fi/48f686/contentassets/242f0f5314604d75b4ed84a5349dc9b3/travel-scenarios-for-finland-2022-custom-report.pdf> Luettu: 5.5.2023.

Verhelä, P. 2014. Matkailun Perusteet. 2. painos. SH Traveledu Oy. Kuopio.

L.Kokkarinen, P.Liljedahl, K.Kosonen. 2023. Kestävän matkailun tila 2022. Visit Finland.

Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/49ce4c/globalassets/visitfinland.fi/vf-julkaisut/2023/kestavan-matkailun-tila-2022.pdf> Luettu: 11.9.2023.

Tilastokeskus 2023. Suomalaisten matkailu: tilaston dokumentaatio. Luettavissa: <https://tilastokeskus.fi/tilasto/dokumentaatio/smat> Luettu: 7.9.2023.

Tilastokeskus 2023. Matkailijoiden yöpymisten määrä palasi lähes pandemiaa edeltävälle tasolle vuonna 2022. Luettavissa: <https://www.stat.fi/julkaisu/cl8ehrbrvme6d0cupm4owwz77> Luettu: 6.4.2023.

UNWTO 2010. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Department.

Visit Finland. Matkailun vaikuttavuus. Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/matkailun-vaikuttavuus> Luettu: 5.5.2023.

Liitteet

Liite 1.

Tutkimus Suomen houkuttelevimmista matkailukohteista

Tämä tutkimus on tehty Haaga-Helia ammattikorkeakoulun ja Suomen Tuotetieto Oy:n yhteistyönä. Tämän tutkimuksen tarkoituksen on selvittää, mitkä ovat houkuttelevia matkailukohteita Suomessa.

Teiltä tullaan kysymään neljä (4) avointa kysymystä liittyen kotimaanmatkailuun Suomessa. Lisäksi teiltä kysytään seitsemän (7) taustakysymystä. Tutkimus toteutetaan anonyyminä, eli vastaajaa ei voi tunnistaa tutkimuksen tuloksista.

1. Mitkä ovat mielestäsi kolme houkuttelevinta matkailukohteita Suomessa?

2. Mitkä ovat mielestäsi kolme houkuttelevinta matkailukuntaa Suomessa?

3. Mihin kotimaiseen matkailukohteeseen aiot matkustaa lomamatkalle seuraavan 12 kk aikana?

4. Mikä on Suomen vastuullisin matkailukunta? Vastuullinen on kestävän matkailun periaatteiden mukaista matkailua, jossa matkailijan valinnoilla on positiivisia vaikutuksia kohteen ympäristöön, talouteen ja kulttuuriin.

5. Mikä on sukupuolesi?

- Mies
 Nainen
 Muu/ en halua sanoa

6. Mikä on syntymävuotesi?:Syntymävuosi (esim. 1974):

7. Mikä on asuinpaikkasi postinumero?:Postinumero (esim. 00100):

8. Mikä on ammattiasemasi?

- Johtava asema
- Ylempi toimihenkilö
- Alempi toimihenkilö
- Työväestö
- Maatalousyrittäjä
- Muu yrittäjä
- Opiskelija, koululainen
- Eläkeläinen
- Muu, mikä?

9. Mikä on korkein suorittamasi koulutusaste?

- Perus-, kansa- tai keskikoulu
- Ammattikoulu
- Lukio
- Opistotaso
- Ammattikorkeakoulu
- Akateeminen loppututkinto
- Muu, mikä?

10. Minkälaisessa taloudessa asut?

- Yksin
 - Pariskunta
 - Taloudessa alaikäisiä lapsia
 - Ystävien kanssa
 - Vanhempien luona
 - Muu, mikä?
-

11. Mikä on taloutesi koko itsesi mukaanluettuna?

- 1 henkilö
- 2 henkilöä
- 3 henkilöä
- 4 henkilöä
- 5 henkilöä
- 6 henkilöä
- 7 henkilöä tai enemmän