



Nuorten aikuisten mieltymykset hyvinvointimatkailupalveluissa

Kreetta Rantamaa

Opinnäytetyö, AMK

Marraskuu 2024

Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

Rantamaa, Kreetta

Nuorten aikuisten mieltymykset hyvinvointimatkailupalveluissa

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Syyskuu 2020, 45 sivua.

Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö AMK.

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

Tiivistelmä

Hyvinvointimatkailu on yksi nopeimmin kasvavista matkailualan osa-alueista ja erityisesti nuoret aikuiset ovat alkaneet kiinnostua siitä osana kokonaisvaltaista hyvinvointia. Opinnäytetyö tarkastelee 18–30-vuotiaiden nuorten aikuisten mieltymyksiä hyvinvointimatkailupalveluihin liittyen. Tavoitteena on selvittää, millaisia preferenssejä, odotuksia ja tarpeita nuorilla aikuisilla on sekä, mitkä konkreettiset tekijät tekevät hyvinvointimatkailusta houkuttelevan vaihtoehdon tälle kohderyhmälle.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena ja aineisto kerättiin sähköisellä kyselylomakkeella. Kyselyssä kartoitettiin muun muassa nuorten aikuisten suosimia palveluita sekä heidän arvostamiaan ominaisuuksia. Tutkimuksen teoreettinen osuus käsitteli hyvinvointimatkailun keskeisiä käsitteitä ja trendejä, matkailun trendejä sekä nuorten aikuisten matkailutottumuksia ja arvomaailmaa.

Tulokset osoittivat, että nuoret aikuiset arvostavat hyvinvointimatkailussa erityisesti yksilöllisiä kokemuksia, luonnon läheisyyttä ja ekologisesti kestäviä ratkaisuja. Kokonaisvaltaista hyvinvointia pidetään myös erittäin arvokkaana ja tärkeänä asiana kunkin yksilön elämässä.

Johtopäätöksissä tuotiin esiin keinoja, joilla matkailualan toimijat voivat kehittää palveluitaan nuoria aikuisia houkutteleviksi. Kehitysideoita olivat muun muassa luontomatkailun ja ekologisuuden painottaminen palveluissa, houkuttelevan markkinoinnin kehittäminen sekä stressiä lieventävien aktiviteettien tarjoaminen kustannustehokkaasti. Hyvinvointimatkailun tulevaisuuden näkymät ovat lupaavat ja opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää niin palvelukehityksessä kuin markkinoinnissa.

Avainsanat (asiasanat)

hyvinvointimatkailu, hyvinvointi, nuoret aikuiset, matkailumieltymykset

Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)

-

Rantamaa, Kreetta

Young adults' preferences in wellness tourism services

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, September 2020, 40 pages.

Degree Programme in Hospitality management. Bachelor's thesis.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

Wellness tourism is one of the fastest-growing sectors in the travel industry, and young adults have shown increasing interest in it as part of their holistic well-being. This thesis examines the preferences of young adults aged 18–30 regarding wellness tourism services. The aim is to identify their preferences, expectations, and needs, as well as the concrete factors that make wellness tourism an attractive option for this target group.

The study was conducted as quantitative research, and the data was collected through an electronic survey. The survey explored young adults' preferred services and the features they value the most. The theoretical framework focused on key concepts and trends in wellness tourism, broader travel trends, and the travel habits and values of young adults.

The results showed that young adults particularly value individual experiences, proximity to nature, and environmentally sustainable solutions in wellness tourism. Holistic well-being is also regarded as an important and highly valued aspect of life for individuals.

The conclusions present ways for tourism industry operators to develop services that appeal to young adults. Development ideas included emphasizing nature-based and eco-friendly services, creating engaging marketing strategies, and offering stress-relieving activities in a cost-effective manner. The future of wellness tourism appears promising, and the findings of this thesis can be utilized in both service development and marketing.

Keywords/tags (subjects)

wellness tourism, wellness, young adults, travel preferences

Miscellaneous (Confidential information)

-

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Hyvinvointimatkailu.....	5
2.1	Esimerkkejä hyvinvointimatkailupalveluista	6
2.2	Hyvinvointimatkailun trendit ja tulevaisuuden näkymät.....	7
3	Matkailualan trendit ja megatrendit	8
3.1	Kestävä matkailu	9
3.2	Tekoälyllä tehostettu matkailu	10
3.3	Hidas matkailu ja syrjäisemmissä kohteissa vieraileminen	10
3.4	Hyvinvointiin ja terveyteen keskittyvät matkat	11
3.5	Kulttuurilliset kokemukset	12
4	Nuoret aikuiset matkailijoina.....	13
4.1	Nuorten aikuisten matkailutottumukset ja -motiivit	13
4.2	Hyvinvointimatkailun houkuttelevuus	15
4.3	Hyvinvointiin liittyvät odotukset ja mieltymykset	16
5	Tutkimuksen toteutus.....	17
5.1	Tutkimusmentelmät.....	18
5.2	Aineiston analyysi.....	20
5.3	Kyselylomakkeen toteutus	21
6	Tutkimustulokset.....	23
6.1	Vastaajien taustatiedot	23
6.2	Vastaajien matkustusmotiivit.....	25
6.3	Mielipiteet hyvinvointimatkailusta	30
7	Johtopäätökset.....	41
7.1	Kehitysehdotukset matkailualalle	43
7.2	Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus	44
8	Pohdinta.....	46
	Lähteet	47
	Liitteet	51
	Liite 1. Kyselylomake	51
Kuviot		
	Kuvio 1. Vastaajien ikä	24
	Kuvio 2. Vastaajien sukupuoli	24

Kuvio 3. Vastaajien matkailun tiheys Suomessa	25
Kuvio 4. Vastaajien matkustusmotiivit Suomessa matkustaessa	27
Kuvio 5. Vastaajien matkustamisen tiheys ulkomaille	28
Kuvio 6. Vastaajien matkustusmotiivit ulkomaille matkustaessa.....	29
Kuvio 7. Tekijöiden tärkeys matkaa varatessa	30
Kuvio 8. Ovatko vastaajat koskaan lähteneet hyvinvointimatkalle	32
Kuvio 9. Vastaajien mielenkiinto erilaisia hyvinvointiaktiviteetteja kohtaan sekä sukupuolten välisiä eroja	33
Kuvio 10. Tekijät, jotka saivat vastaajan lähtemään hyvinvointimatkalle tai lisäämään matkaansa hyvinvointiaktiviteetteja	34
Kuvio 11. Vastaajien valmius maksaa hyvinvointimatkailupalveluista	35
Kuvio 12. Missä päin maailmaa vastaaja haluaisi totetuttaa hyvinvointimatkan	36
Kuvio 13. Kestävän kehityksen tärkeys hyvinvointimatkailussa	39

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia ja selvittää, minkälaiset hyvinvointimatkailupalvelut kiinnostavat 18–30-vuotiaita suomalaisia nuoria aikuisia. Tavoitteena on ymmärtää ja kartoittaa nuorten aikuisten preferenssejä ja odotuksia hyvinvointimatkailupalveluihin liittyen, jotta hyvinvointimatkailua pystyttäisiin kehittämään ja monipuolistamaan entisestään. Työ pyrkii myös selvittämään, millaisia arvoja nuoret aikuiset liittävät hyvinvointimatkailuun. Tuloksia voidaan hyödyntää matkailualalla yleisesti ja alan toimijoiden palvelukehityksessä ja markkinoinnissa, erityisesti kohdentamalla tarjontaa nuorten aikuisten tarpeisiin ja odotuksiin.

Hyvinvointimatkailu on kasvanut merkittäväksi osaksi matkailualaa ja sen suosio on lisääntynyt monien matkailijoiden keskuudessa. Elämäntapojen ja arvomaailman muuttuessa yhä useammat matkailijat hakevat lomiltaan paitsi rentoutumista myös mahdollisuuksia parantaa kokonaisvaltaista hyvinvointiaan. Hyvinvointimatkailupalvelut tarjoavat tähän monipuolisia vaihtoehtoja, kuten kylpylähoitoja, joogaretriittejä ja luontopainotteisia elämyksiä, jotka vastaavat kasvavaan tarpeeseen irtautua arjen kiireistä.

Nuoret aikuiset ovat aktiivisia matkailijoita, jotka arvostavat autenttisia kokemuksia, yksilöllisyyttä ja ympäristötietoisuutta. Lisäksi teknologian ja sosiaalisen median rooli korostuu heidän matkailutottumuksissaan. Nämä tekijät tekevät nuorista aikuisista merkittävän kohderyhmän matkailualalle, mutta heidän erityisiä mieltymyksiään hyvinvointimatkailupalveluissa on toistaiseksi tutkittu vain vähän.

Opinnäytetyö koostuu johdannon lisäksi teoreettisesta tietopohjasta, tutkimustulosten analyysistä sekä johtopäätöksistä ja pohdinnasta. Teoriaosuudessa käsitellään hyvinvointimatkailun keskeisiä käsitteitä ja trendejä, matkailun trendejä ja nuorten aikuisten matkailutottumuksia sekä mieltymyksiä hyvinvointiin liittyen. Tutkimustulosten analyysissa kartoitetaan nuorten aikuisten mieltymyksiä ja heidän näkemyksiään hyvinvointimatkailusta ja erilaisista hyvinvointiaktiiviteeteista Webropol-kyselytutkimuksen avulla. Johtopäätökset tarjoavat näkökulmia paitsi tutkimuksen tavoitteisiin vastaamiseen myös alan tulevaan kehitykseen.

Hyvinvointimatkailun merkityksen kasvaessa on tärkeää ymmärtää, miten nuoret aikuiset kokevat ja arvostavat sen tarjoamia mahdollisuuksia. Tämä opinnäytetyö tuo esiin heidän näkemyksensä ja

auttaa tunnistamaan tekijöitä, jotka tekevät hyvinvointimatkailusta entistä houkuttelevampaa tälle kohderyhmälle.

2 Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailu on tällä hetkellä yksi matkailun isoimmista trendeistä. Visit Finlandin hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia kuvailee hyvinvointimatkailua matkailuksi, joka vielä matkan päätyttyäkin tuottaa hyvää oloa matkailijalle. Hyvinvointimatkailu ei paranna esimerkiksi sairauksia tai korjaa kuntoa itsestään, vaan se ylläpitää ja edistää matkailijan terveyttä ja vireyttä. (Business Finland 2019.)

COVID-19 pandemian jälkeen kokonaisvaltaista hyvinvointia on alettu ylläpitämään ja edistämään entistä enemmän. Pandemia vaikutti suuresti kansanterveyteen ja matkailuun ja tämän seurauksena hyvinvointi- ja terveystmatkailu on alkanut kukoistamaan ympäri maailmaa. (Gan, Zheng, Li, Li & Shen 2023.) Ihmiset haluavat nykyään myös elää terveemmin sekä päästä eroon stressistä. Hyvinvointimatkailija haluaakin edistää ja ylläpitää hyvinvointiaan mahdollisimman monipuolisesti myös matkoillansa. Lomakohteelta hyvinvointimatkailija odottaa useimmiten palveluita, jotka esimerkiksi painottavat henkisiä arvoja sekä vastapainoa arkeen. Myös itsensä toteuttamista ja tietoista läsnäoloa tarjoavat palvelut ovat hyvinvointimatkailijan suosiossa. Näihin asioihin hyvinvointimatkailija on valmis käyttämään rahansa ja täten he käyttävät jopa noin puolet enemmän rahaa, kuin muut matkailijat. (Visit Finland N.d.)

Hyvinvointimatkailua ei kuitenkaan pidä sekoittaa terveystmatkailuun, vaikka terveys onkin iso osa hyvinvointia. Terveystmatkailussa usein matkustetaan toiseen paikkaan esimerkiksi leikkauksien tai muiden vammojen tai sairauksien parantamisen perässä, sillä se on laadukkaampaa ja edullisempää sekä paremmin saavutettavissa, kuin kotipaikkakunnalla. Hyvinvointimatkailussa puolestaan pyritään ylläpitämään terveitä elämäntapoja ja yleistä hyvinvointia, jotta sairauksia ei syntyisi. (Global Wellness Institute N.d.)

Hyvinvointimatkailijoita on yleensä kahdenlaisia. Matkailijat voidaan jakaa ensisijaisiin ja toissijaisiin hyvinvointimatkailijoihin. Ensisijaisen hyvinvointimatkailijan matka perustuu ensisijaisesti pelkästään hyvinvointiin. Matkailija valitsee matkan tai määränpään sen perusteella, miten se edistää hyvinvointia koko matkan ajan. Toissijainen hyvinvointimatkailija puolestaan ei perusta matkaansa pelkästään hyvinvointiin, mutta on halukas ylläpitämään hyvinvointiaan osallistumalla esimerkiksi

hyvinvointiaktiviteetteihin, joita loman aikana on tarjolla. Toissijainen matkailija voi siis esimerkiksi tehdä päivän aikana jotain hyvinvointiaktiviteettia, mutta ei koko matkan ajan. Hyvinvointimatkailija voi kuulua myös molempiin ryhmiin ja ajan myötä toissijaisista matkailijoista voi tulla myös ensisijaisia matkailijoita. (Global Wellness Institute N.d.)

2.1 Esimerkkejä hyvinvointimatkailupalveluista

Hyvinvointimatkailuun kuuluu useita osa-alueita. Näitä osa-alueita ovat terveys, ravitsemus, fitness ja urheilu, luonto- ja ekomatkailu, henkilökohtainen kasvu, hengellinen yhteys, kehon ja mielen yhteys, sekä kylpylä- ja kauneuspalvelut. (Market Business News N.d.) Tyypillisesti hyvinvointimatkailukohteilla onkin usein tarjolla fyysisiä aktiviteetteja sekä mieltä ja kehoa virkistäviä palveluita. Hemmotteluhoidot, liikuntapalvelut, henkisen tietoisuuden lisääminen ja muut erilaiset luksuselämykset kuuluvat myös matkakohteen palveluihin. (Edelheim & Ilola 2017. 77.)

Terveyspalveluihin kuuluu yleensä terveystarkastukset, diagnostiikka, perinteisen sekä vaihtoehdoisen lääketieteen yhdistäminen, terveellisten elämäntapojen ylläpitäminen ja stressinhallintaohjelmat (Market Business News N.d.).

Ravitsemuspalveluissa keskitytään painonhallintaan, detox-ohjelmiin, kulinaarisiin kokemuksiin, sekä erilaisiin ravitsemustyöpajoihin (Market Business News N.d.).

Fitness ja urheilu palveluissa matkailijalla on mahdollisuus käydä kuntosalilla ja erilaisilla ryhmäliikuntatunneilla, saada henkilökohtainen valmennus, pitää venyttelyhetkiä, sekä osallistua esimerkiksi pilatekseen tai HIIT-harjoituksiin. Veteen liittyvää urheilua matkailija voi myös harrastaa. (Market Business News N.d.)

Luonto- ja ekomatkailuun puolestaan kuuluu esimerkiksi patikointi, pyöräily, kävelyt, melonta ja luonnosta nauttiminen esimerkiksi meditaation tai oleskelemisen avulla (Market Business News N.d.).

Henkilökohtaisen kasvun osa-alueella palveluihin kuuluu muun muassa erilaiset retriitit, stressin ehkäisy- ja vähentämistekniikat, lukemisen ja kirjoittamisen työpajoja, meditaatio- ja mindfulness-

ohjelmat, taideterapiaa ja erilaiset koulutusseminaarit ja valmennukset (Market Business News N.d.).

Hengellisen yhteyden ylläpitämisessä matkailija voi pitää rukousistuntoja, osallistua vapaaehtoistyöhön ja hengellisiin työpajoihin, viettää laatu-aikaa ystävien ja perheen kanssa, sekä olla myös yksin ja pohdiskella (Market Business News N.d.).

Kehon ja mielen yhteyden ylläpitämiseen kuuluu puolestaan vahvasti esimerkiksi jooga, Tai Chi, meditaatio, hengitysharjoitukset ja biopalautehoito (Market Business News N.d.).

Kylpylä- ja kauneuspalvelut tarjoavat osaltaan hierontahoitoja, aromaterapiaa, vartalo-, kasvo-, hius- ja kynsihoitoja, lämpö- ja mineraalilähteitä, sekä vesiterapiaa (Market Business News N.d.).

Jokaisella maalla ja matkakohteella on omat vahvuutensa palveluiden tarjoamisessa. Esimerkiksi Australiassa on mahdollista surffata, Pohjois-Amerikassa patikoida vuoristossa ja Kiinassa nauttia kuumista lähteistä. Suomessa puolestaan luontoa ja saunaa pidetään erittäin isona matkailuvalttina, joka houkuttelee hyvinvointimatkailijoita ulkomailta asti.

2.2 Hyvinvointimatkailun trendit ja tulevaisuuden näkymät

Hyvinvointimatkailun suosio on kasvanut viime vuosina suuresti ja sen tulevaisuus näyttää erittäin valoisalta. Ihmiset ovat yhä tietoisempia kokonaisvaltaisesta terveydestään ja hyvinvoinnistaan, ja he etsivät matkoiltaan useammin mahdollisuuksia parantaa omaa fyysistä ja henkistä hyvinvointia.

Vuonna 2024 hyvinvointimatkailun trendit keskittyvät pääosin henkiseen hyvinvointiin, stressin ehkäisemiseen ja hoitamiseen sekä autenttisuuden ja kulttuurien korostamiseen. Matkailijat pyrkivät hakemaan syvällisempiä ja paikallisempia kokemuksia, jotka eivät ole pelkästään perinteisiä hyvinvointipalveluita, kuten joogaa tai kylpylöitä. Global Wellness Institute luettelee trendeiksi muun muassa hyvinvointimatkailun lasten kanssa, palautumisen burnoutista, rauhallisuuden etsimisen, miesten hyvinvointimatkailun, taiteen ja hyvinvoinnin yhteyden, kulttuurillisten perinteiden vaalimisen, hyvän unen, sekä menopausi retriitit. (Global Wellness Institute 2024.)

Lisäksi myös teknologian rooli hyvinvointimatkailussa on kasvussa. Esimerkiksi digitaalisten hyvinvointia ja kuntoa mittaavien laitteiden, kuten älykellojen ja -sormusten, käyttö on kasvanut suuresti. Uusia laitteita on kehitteillä jatkuvasti, jotta ihmiset saisivat tarkempaa tietoa hyvinvoinnistaan. Tekoäly on myös yksi nouseva trendi hyvinvointimatkailussa. Tekoälyllä varustettujen laitteiden avulla voidaan suunnitella personoituja harjoituksia kuluttajille, sillä yhä useampi kuluttaja on entistä valikoivampi käyttämiensä henkilökohtaisten palveluiden ja tuotteiden suhteen. (Callaghan, Doner, Medalsy, Pione & Teichner 2024.) Tulevaisuudessa hyvinvointimatkailu tarjoaa entistä enemmän räätälöityjä palveluita, jotka yhdistävät teknologian ja perinteiset hoitomuodot. Hyvinvointimatkailusta tulee yhä tärkeämpi osa kokonaisvaltaista terveyden ja hyvinvoinnin ylläpitoa.

Hyvinvointimatkailun kasvu on vahvaa ja Future Market Insightsin viimeisimpien tulosten mukaan vuoden 2023 loppuun mennessä hyvinvointimatkailu on tuottanut arviolta 999.5 miljardia dollaria. Vuoteen 2033 mennessä tuoton on arvioitu nousevan noin 2,635.2 miljardiin dollariin. Maailmanlaajuisen hyvinvointimatkailumarkkinoiden odotetaan puolestaan kasvavan 10,2 % vuodesta 2023 vuoteen 2033 yhdistetyn vuotuisen kasvuvauhdin ennustejaksolla. (Future Market Insights N.d.) Hyvinvointimatkailun taloudellinen kasvu tarjoaa sekä matkailualan toimijoille että paikallisille yhteisöille suuria mahdollisuuksia, kun matkailijat jatkavat sijoittamista hyvinvointimatkailuun.

3 Matkailualan trendit ja megatrendit

Matkailuala on murroksessa ja vuonna 2024 erilaiset trendit ja megatrendit muovaavat matkailun tulevaisuutta entistä kestävämpään ja henkilökohtaisempaan suuntaan. Samanaikaisesti teknologian rooli matkailussa kasvaa ja matkailijat kaipaavat autenttisia kulttuurikokemuksia sekä hitaampaa ja syvällisempää matkustamista, joissa korostuvat paikallisuus ja luonnonläheisyys. Nämä osaltaan heijastavat laajempia megatrendejä, kuten digitalisaatiota, hyvinvointiin liittyviä haasteita, demokraattisia kamppailuja, ekologista jälleenrakennusta ja talouden uudistamista. Matkailualan trendit liittyvät myös kiinteästi hyvinvointimatkailuun ja täten vahvistavat sen houkuttelevuutta.

Anita Rubin määrittelee trendin trendianalyysissään seuraavasti: ”Trendi on siis sellainen piirre nykyhetkessä, joka voi jatkua tulevaisuudessa sellaisella tavalla, että sitä on suhteellisen helppo jäljitellä tai ennakoida. Trendiä voisi kuvata esimerkiksi siten, että se on suuntaus, virtaus tai muutoksen kaava. Trendin ymmärtämisessä on aina mukana aika-aspekti, koska trendi on riippuvainen

ajasta. Trendit ohjaavat päätöksentekoa vaikuttamalla valintoihin, makuun, arvostuksiin jne.” (Rubin N.d.)

Megatrendillä tarkoitetaan yleistä kehityssuuntaa, joka koostuu useista ilmiöistä ja laajaa muutoksen kaarta, joka usein tapahtuu globaalilla tasolla. Sen kehityssuunnan usein uskotaan jatkuvan myös samansuuntaisena. Megatrendit eivät kuitenkaan kerro tarkasti, mitä vuosien aikana tapahtuu, mutta ne ovat suuntaa antavia, jotta parempaa tulevaisuutta pystytään rakentamaan. (Sitra N.d.)

3.1 Kestävä matkailu

Kestävästä kehityksestä on tullut yksi tärkeimmistä matkailun trendeistä. Se on monelle matkailijalle jo syvälle juurtunut arvo, ja monet etsivät matkoiltaan ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja esimerkiksi majoitusten ja kuljetusmuotojen suhteen. Kestävässä matkailussa huomioidaan nykyiset ja tulevat vaikutukset liittyen talouteen, kulttuuriin ja ympäristöön. Kestävässä matkailussa huomioidaan myös matkailijoiden, matkakohteiden, matkailuyritysten, paikallisväestön sekä ympäristön tarpeet. Matkailun yritystoiminta on vastuullista ja kestävää, kun siinä huomioidaan suorat ja epäsuorat vaikutukset yhteiskuntaan ja ympäristöön. (Visit Finland N.d.)

Kestävämpää matkailua ja yhteiskuntaa pyritään aktiivisesti parantamaan. Mikko Dufva kirjoittaa Sitran blogissa, että luontojalanjälkeä on välttämätöntä pienentää. Hyvinvointimme, terveytemme ja taloutemme ovat riippuvia luonnosta, ja luontoon kohdistuvia paineita täytyy vähentää. Avuksi on kehitteillä muun muassa luontojalanjäljen laskeminen ja erilaiset luontopohjaiset ratkaisut, kuten esimerkiksi puiden istuttaminen. (Dufva 2024.) Monet matkakohteet ja palveluidentarjoajat tarjoavatkin matkustajille ympäristöystävällisempiä ja kestäviä tuotteita ja palveluita, jotta matkailijalla on mahdollisuus tuottaa positiivisia ympäristövaikutuksia. Esimerkiksi monet lento- ja laivayhtiöt tarjoavat mahdollisuutta kompensoida matkan päästöjä.

Kestävä matkailu korostaa ympäristöystävällisiä ja eettisiä ratkaisuja, jotka sopivat saumattomasti myös hyvinvointimatkailun arvoihin. Hyvinvointimatkailijat arvostavat usein luontoon perustuvia elämyksiä, kuten vaelluksia ja metsässä rentoutumista. Luontoon painottuvat aktiviteetit, joissa käytetään paikallisia resursseja ja minimoidaan ympäristövaikutuksia sekä ekologisesti rakennetut

ja ylläpidetyt majoitusvaihtoehdot, kuten esimerkiksi ekologiset hotellit ovat arvostettuja tekijöitä hyvinvointimatkailijoiden keskuudessa. (Wellness tourism N.d.)

3.2 Tekoälyllä tehostettu matkailu

Teknologian kasvaminen on luonut matkailualalle tärkeitä työkaluja, jotta matkustuskokemuksia ja matkan suunnittelua voidaan parantaa ja helpottaa. Yksi niistä on tekoäly, jota tällä hetkellä suurin osa matkailualan yrityksistä käyttää palveluissaan. Tekoälyn avulla yritykset ovat voineet esimerkiksi parantaa asiakaspalvelua ja markkinointia, sekä luoda matkailijoille personoituja suosituksia ja parantaa heidän päätöksentekoprosessiaan. Tekoälyä käytetään matkailupalveluissa esimerkiksi apuna matkan varaamisessa, chatboteissa, eli tietokoneohjelmassa, joka keskustelee asiakkaan kanssa, algoritmien ennustamisessa ja data-analyyseissä. (Efimova 2024.)

Myös Sitran megatrendeihin liittyy teknologian ja tekoälyn käytön kiihtyminen. Vaikka tekoälystä on paljon hyötyä ja sen käytön on todettu olevan turvallista, liittyy siihen yhä kysymyksiä liittyen esimerkiksi datan keräykseen ja käyttöön, tekijänoikeuksiin, sekä yksityisyyteen. Dufvan mukaan tekoälyn käytölle ja muille digitaalisille palveluille on kuitenkin luotu pelisääntöjä, jotta sitä voidaan ohjata kestävämpään suuntaan. (Dufva 2024.) Kyberturvallisuus on myös yksi keskeisimmistä kehitysalueista, sillä kyberhyökkäykset ovat yleistyneet ja yleistyvät yhä teknologian kehittyessä (Efimova 2024).

Tekoälyn käyttö matkailussa parantaa hyvinvointimatkailukokemuksia tarjoamalla yksilöllisiä ja tehokkaita palveluita. Tekoäly voi esimerkiksi analysoida asiakkaiden mieltymyksiä ja tarjota räätälöityjä suosituksia tai auttaa suunnittelemaan matkailukokemuksia. Näistä esimerkkejä ovat älykkäät sovellukset, jotka suosittelevat sopivia hyvinvointipalveluita asiakkaan tarpeiden perusteella ja yllä mainitut chatbotit tai virtuaaliset oppaat, jotka tarjoavat reaaliaikaista tietoa hyvinvointimatkailukohteista ja aktiviteeteista. (Ethos 2024.)

3.3 Hidas matkailu ja syrjäisemmissä kohteissa vieraileminen

Hidas matkailu on suosiota kasvattava konsepti matkailualla. Hitaassa matkailussa matkailijat matkustavat kohteeseen hitaammin ilman lento- tai automatkoja, viipyvät kohteessa pidempään, matkustavat yleisesti vähemmän, sekä pyrkivät elämään paikallisten tyyliin hyödyntämällä paikallisia

palveluita (Dickinson & Lumsdon 2010. 1-6). Hidasta matkailua toteuttavat matkailijat keskittyvät matkoilla mahdollisimman paljon ympäröivään maailmaan ja henkisiin vaikutuksiin. Kuten hyvinvointimatkailussa, matkailijat pyrkivät vähentämään stressiä ja uupumusta hidastamalla tahtia. Matkailijat ovat myös usein kosketuksissa paikallisten kanssa, joka hyödyttää paikallista taloutta sekä auttaa ymmärtämään erilaisia kulttuureja. (Kilroy N.d.)

Vähemmän tunnettujen ja syrjäisempien matkakohteiden etsintä on tällä hetkellä muidenkin matkailijoiden suosiossa. Yhä useampi matkailija etsii ainutlaatuisia kokemuksia ja uusia elämyksiä paikoista, jotka eivät ole suosittuja matkakohteita. Matkailijat pyrkivät välttämään ruuhkaisia matkakohteita etsimällä rauhallisempia kohteita. Kohteet, kuten esimerkiksi tuntemattomat ja syrjäiset saaret, pienet hiljaiset kylät ja vähemmän tunnetut kaupungit ovat saamassa suosiota matkailijoiden keskuudessa. (Travel Wanderlust 2023.)

Syrjäisiä ja tuntemattomia kohteita tutkimalla matkailijat pystyvät esimerkiksi edistämään paikallista taloutta, joka ei ole perinteisesti hyötynyt matkailusta. Tämän avulla myös massaturismi suosituimmista kohteissa lievittyisi. Näissä kohteissa vieraileminen antaa matkailijoille mahdollisuuden tutustua erilaisiin kulttuureihin, jotka tarjoavat autenttisen ja monipuolisemman näkökulman maailmasta. (Travel Wanderlust 2023.)

Hidas matkailu täydentää hyvinvointimatkailun arvoja, sillä molemmat painottavat kiireettömyyttä ja syvällistä paikalliskulttuurin kokemista. Hitaan matkailun periaatteet, kuten paikallisten yhteisöjen tukeminen ja keskittyminen autenttisiin elämyksiin sopivat erinomaisesti hyvinvointimatkailuun. (Wellness tourism N.d.)

3.4 Hyvinvointiin ja terveyteen keskittyvät matkat

Hyvinvointimatkat itsessään ovat olennainen osa hyvinvointimatkailua ja samalla yksi matkailualan merkittävimmistä trendeistä. Niiden suosio kasvaa jatkuvasti, koska matkailijat etsivät lomillaan keinoja vähentää stressiä, lisätä henkistä hyvinvointia ja parantaa fyysistä terveyttään. (Ethos 2024.)

Hyvinvointiin ja terveyteen liittyvä matkailu kasvattaa suosiotaan entisestään, sillä matkailijoiden kiinnostus omaa hyvinvointiaan kohtaan myös matkojen ja lomien aikana on kasvanut. Matkailijat

etsivät kohteita, joissa on mahdollista rentoutua, sekä ylläpitää terveyttä ja henkistä sekä fyysistä hyvinvointia.

Ihmisten hyvinvointia kuluvin vuosina on haastanut yhteiskunnan ja maailman muutokset. Dufvan mukaan mielenterveysongelmia ovat voimistaneet työelämän ja toimeentulon epävarmuudet, huoli ekologisesta kestävyyskriisistä ja Covid-19 pandemia. Kokonaisvaltaista hyvinvointia halutaan siis ylläpitää entistä enemmän ja se näkyy esimerkiksi hyvinvointi- ja terveysturmatkailun suosiona. Dufva painottaa myös luonnon ja teknologian merkitystä hyvinvointiin. Ihmisten hyvinvointi on riippuvaista luonnosta ja tämä näkyy muun muassa hyvinvointiturmatkailuun liittyvän luontoturmatkailun kasvussa. Myös uuden teknologian avulla voidaan tuoda ratkaisuja terveydellisiin haasteisiin esimerkiksi terveysdatan käytön avulla, joka mahdollistaa personoidumman ja ennaltaehkäisevämmän terveydenhoidon. (Dufva 2024.)

3.5 Kulttuurilliset kokemukset

Autenttiset kulttuurilliset kokemukset ja niiden merkitykset ovat kasvaneet turmatkailualalla. Monet turmatkailijat haluavat kokea muun muassa perinteisiä paikallisia festivaaleja, ruokaelämyksiä ja muita tuotoksia kuten esimerkiksi taidetta tai käsityötä. Paikallisten tarjoamat kotimajoitukset tai työpajat tarjoavat turmatkailijoille syvempää yhteyttä turmatkokohteen kulttuuriin. Tällaiset kokemukset johtavat usein merkityksellisempiin ja ikimuistoisempiin turmatkoihin.

Turmatkailu ja kulttuuri ovat erittäin vahvasti sidoksissa toisiinsa ja kulttuurinähtävyydet sekä tapahtumat ovat tärkeitä tekijöitä turmatkustamisessa. Tätä yhteyttä kutsutaan kulttuuriturmatkailuksi, jossa turmatkailijan turmatkan motivaationa on oppia, löytää, kokea sekä kuluttaa aineettomia ja aineellisia tuotteita turmatkokohteessa. Nähtävyydet ja tuotteet liittyvät usein esimerkiksi paikalliseen taiteeseen, musiikkiin, kirjallisuuteen ja arkkitehtuuriin sekä historialliseen ja kulttuurilliseen perimään. Turmatkailijoiden motiivit kulttuuriturmatkailussa liittyvät yleensä oppimiseen, tyytyväisyyteen ja aikomukseen palata uudelleen turmatkokohteeseen. Monet haluavat myös auttaa säilyttämään kohteen kulttuuriperinteitä tuomalla taloudellista hyötyä yhteisölle. (Richards 2018.)

4 Nuoret aikuiset matkailijoina

Valtion nuorisoneuvoston selvityksestä koskien nuoruuden ”ikärajaa” selviää, että YK:n määritelmän mukaan nuoria ovat kaikki 15–24-vuotiaat ja Suomen nuorisolain mukaan kaikki alle 29-vuotiaat ovat nuoria. Selvityksen perusteella nuoruus alkaisi nuorten mielestä noin 10-vuotiaana ja päättyisi noin 20-vuotiaana. Selvityksen perusteella nuoruuden ”ikäraja” on liukuva, eikä tarkkaa määritelmää nuorelle aikuiselle ole. Esimerkiksi nuoruudesta aikuisuuteen siirryttäessä on jonkin verran vaihteluita liittyen esimerkiksi elämäntilanteeseen, sukupuoleen ja asuinpaikkaan. (Valtion nuorisoneuvosto 2013.) Tässä työssä ikähaarukaksi on valikoitunut 18–30-vuotiaat, joten heidät voidaan laskea nuoriksi aikuisiksi edellä mainituin perustein.

Nuoret aikuiset edustavat matkailijoina monipuolista, aktiivista ja nopeasti kehittyvää ryhmää, joiden matkustustavat ja -motiivit ovat muokkautuneet esimerkiksi digitalisaation ja yhteiskunnallisten muutosten myötä. WYSE Travel Confederationin tutkimuksen mukaan nuoria matkailijoita on noin 296 miljoonaa ja noin puolet heistä ovat lomamatkailijoita ja puolet matkustavat työn tai opiskelun perässä. Nuoret matkailijat viettävät myös yleensä matkakohteissa pidemmän ajan, kuin muut matkailijat ja täten he käyttävät matkoillaan myös enemmän rahaa. Useat maat hyötyvät suuresti nuorten aikuisten matkailusta. Esimerkiksi monen maan taloudellinen tilanne on parantunut turismin ansiosta ja työn tai opiskelun perässä matkustaneiden ansiosta maiden työllisyys on myös nousussa. (WYSE Travel Confederation N.d.)

WYSEn tutkimuksesta selviää myös, että nuoret matkailijat houkuttelevat useimmiten muita ihmisiä kohteisiin, joihin he matkustavat. Nuorten aikuisten luoma tunnelma ja niin sanottu ”kuhina” houkuttelevat matkakohteisiin muita kävijöitä ja jopa uusia yrityksiä, sillä monet haluavat olla paikoissa, joissa on eloisaa tunnelmaa. (WYSE Travel Confederation N.d.)

4.1 Nuorten aikuisten matkailutottumukset ja -motiivit

Nuoria aikuisia voidaan luonnehtia matkailun näkökulmasta yleisesti monipuoliseksi, osallistuvaksi ja vastuulliseksi ryhmäksi. Nuoret aikuiset ovat teknologisesti erittäin taitavia ja heillä on pyrkimys etsiä tasapainoa arjen ja vapaa-ajan välille. Matkailijoina he ovat innokkaita kokemaan maailmaa ja oppimaan uutta. Richardsin ja Morrillin tekemän tutkimuksen mukaan liittyen nuorten aikuisten

matkustusmotiveihin useimpien nuorten matkailijoiden tavoitteena matkoillaan on päästä rentoutumaan ja irtautumaan arjesta. Nuoret matkailijat etsivät niin sanotusti pakopaikkaa ja vapautta rajoittuneesta kotiympäristöstä ja uudet kulttuurit sekä seikkailut motivoivat nuoria lähemmään matkoille. Monilla on halu uppoutua vierailtavien paikkojen arkeen ja tutkimuksen mukaan nuoria aikuisia kiinnostaa olla osa paikallista yhteisöä, vaikka kontaktia saattaakin rajoittaa kieli- ja kulttuurimuurit. (Richards & Morrill 2019.)

Suurin osa nuorista aikuisista on matkustellut ensimmäisiä kertoja jo lapsena tai teini-ikäisenä, mutta jotkut tekevät ensimmäiset matkansa vasta 18–30 ikäisenä. Monet matkustavat kohteisiin yksin tai jonkun muun ihmisen kanssa. Muita ihmisiä voivat olla kumppani, ystävät, perheenjäsenet, tai työ- ja opiskelukaverit. Pieni määrä osallistuu myös järjestetyille ryhmämatkoille. (Weera-Kit & Jing 2023.) Euromonitorin tekemä matkailututkimus osoittaa, että vuonna 2023 suurin osa nuorista aikuisista on matkustanut arjesta irtautumisen ja rentoutumisen perusteella. Monet ovat myös matkustaneet seikkailujen, hyvinvoinnin, kulttuurien, digitaalisten ja ekologisten palveluiden perässä. Pienin osa vastaajista tekee luksusmatkoja. (Bremmer 2023.)

Motivoivina tekijöinä nuorten aikuisten matkailuun voidaan pitää Ritan, Borchadon ja Dimovan tutkimuksen mukaan myös hauskanpitoa yksin tai ystävien kanssa, jännitysten etsiminen sekä henkinen virkistyminen. Monille on myös tärkeää nähdä matkakohteiden suosituimmat nähtävyydet. Näiden lisäksi suosittuja aktiviteetteja ovat muun muassa juhliminen, paikallisen ruoan syöminen, museoissa vieraileminen, ulkoilma-aktiviteetit ja uusiin ihmisiin tutustuminen. Tutkimuksesta selviää myös sukupuolten välisiä eroja kiinnostuksien kohteissa. Esimerkiksi naisia kiinnostaa enemmän shoppailu ja nähtävyydet, kun taas miehiä kiinnostaa enemmän urheiluun liittyvät aktiviteetit ja tapahtumat. (Rita, Borchado & Dimova 2019. 13-14.)

Nuoret aikuiset ovat vielä löytämässä kulutustottumuksiaan ja se on matkailualalle suuri mahdollisuus oppia heidän odotuksistaan ja preferensseistään. Nuoret aikuiset ovat yksilöitä ja lopulta kaikilla on erilaiset motiivit, preferenssit ja asenteet matkailua kohtaan. Tottumukset ja motivaatiot ovat eroavaisia esimerkiksi maittain ja kulttuureittain. Yhdistävä tekijä nuorten matkailijoiden keskuudessa on kuitenkin halu muuttaa maailmaa parempaan suuntaan ja täten aidot kokemukset sekä vastuullisuus ovat nuorien aikuisten matkailussa etusijalla. (Dunsby 2019.)

4.2 Hyvinvointimatkailun houkuttelevuus

Nuorten aikuisten kiinnostus hyvinvointimatkailuun on kasvanut ja tulee tulevaisuudessa kasvamaan yhä enemmän. Heidän matkailutottumuksissaan korostuvat jo nyt hyvinvointia tukevat aktiviteetit ja vastuullisuus. Nuoret matkailijat ovat motivoituneita parantamaan yleistä hyvinvointiaan esimerkiksi matkailun, hyvinvointiin liittyvien kurssien ja muiden elämysten avulla. Kuten aiemmin mainittu, nuoret matkailijat asettavat etusijalle henkilökohtaisen kasvun, rentoutumisen ja hyvinvoinnin edistämiseen liittyvät kokemukset. Nuoria aikuisia kiinnostaa hyvinvointimatkailussa muun muassa erilaiset kylpylä- ja kauneuspalvelut, rentoutumiseen liittyvät tekijät ja arjen pakenemiseen mahdollistavat asiat, jotka tukevat hyvinvoinnin ylläpitämistä. Lisäksi myös urheiluun liittyvät aktiviteetit, kuten fitness, jooga, patikointi ja kuntosaleilla käyminen ovat monien mielenkiinnon kohteena matkustellessa. (Weerakit & Jing 2023.)

Hyvinvointimatkailussa nuoria aikuisia houkuttelee myös luontoon liittyvä matkailu, paikallisten kulttuurien kokeminen sekä niin sanotut hemmottelu- tai luksusmatkat. Matkakohteiden valinta voi siis vaihdella mielenkiinnon mukaan, mutta matkojen tarkoitus pysyy samana. Nuorilla aikuisilla on vahva halu elää yksinkertaista elämää ja hyvinvointimatkojen avulla kokonaisvaltaista hyvinvointia sekä henkistä tasapainoa pystytään ylläpitämään. Dziadkiewiczin, Lindellin ja Mingan tutkimuksessa tehdyn kyselyn perusteella nuorista aikuisista 65 % lähtisi esimerkiksi mieluummin unelmiensa matkalle, kuin ostaisi uuden auton (Dziadkiewicz, Lindell & Minga 2023. 123.).

Palveluidentarjoajien tausta on myös monille tärkeä tekijä palveluita valitessa. Nuoret aikuiset arvostavat palveluiden ja tuotteiden historiaa ja alkuperää ja tämä on yksi syy, miksi hyvinvointimatkailuun liittyvät palvelut sopivat hyvin tähän ajattelumalliin. Nuoret aikuiset välittävät ekologisuudesta ja kestävydestä ja monet ovat jopa valmiita maksamaan enemmän palveluista, jotka ovat kestäviä. Monet tekevät päätöksiä omiin arvoihin ja kokemuksiin perustuen ja yhä useampi etsii ainutlaatuisia kokemuksia seuraavalla matkallaan. (Dziadkiewicz, Lindell & Minga 2023. 124–125.)

Useiden tutkimusten perusteella voidaan todeta, että nuoria aikuisia kiinnostaa yleisellä tasolla hyvinvointimatkailu ja sen palvelut. Etenkin COVID-19 pandemian jälkeen hyvinvoinnin edistämisestä on tullut monelle tärkeä asia myös matkaillessa. Pandemian aikana vaikutukset esimerkiksi jaksamiseen, mielenterveyteen ja sosiaalisiin suhteisiin olivat suuret ja epävarmuus tulevaisuu-

desta piti yllä epäilevää mielentilaa. Hyvinvointikonseptin vaikutusta alettiin ymmärtämään ja nykyään hyvinvointia ja siihen liittyviä palveluita arvostetaan yhä enemmän. (Dziadkiewicz, Lindell & Minga 2023. 124-125.).

4.3 Hyvinvointiin liittyvät odotukset ja mieltymykset

Tutkimukset ovat osoittaneet, että nuoria aikuisia kiinnostaa yleinen hyvinvointi ja siihen panostaminen. Hyvinvointikäsitettä terveyden ja hyvinvoinnin laitos kuvailee käsitteeksi, jolla viitataan yksilölliseen ja yhteisötason hyvinvointiin. Yhteisötasolla hyvinvoinnin osatekijöitä ovat muun muassa elinolot, työolot, toimeentulo ja työllisyys. Yksilöllisellä tasolla puolestaan osatekijöitä ovat onnellisuus, sosiaaliset suhteet, sosiaalinen pääoma ja itsensä toteuttaminen. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos N.d.)

McKinsey & Companyn tekemän tutkimuksen mukaan nuoret aikuiset käyttävät nykyään enemmän rahaa hyvinvointiin ja terveyteen, kuin vanhemmat sukupolvet. Halutaan esimerkiksi panostaa ulkonäköön hius- tai ihonhoitotuotteilla, ylläpitää terveyttä vitamiinien avulla, hankkia kuntosalijäsenyys kunnon parantamiseksi, tai parantaa unta erilaisin metodein. Myös tasapainoiseen elämään etsitään keinoja esimerkiksi meditaation, terapiaistuntojen ja erilaisten sovellusten avulla. (Callaghan, Doner, Medalsy, Pione & Teichner 2024.)

Nuorten aikuisten mielenkiintoa hyvinvointiin voidaan esimerkiksi selittää COVID-19 pandemian vaikutuksilla, mutta myös sillä, että nuorilla aikuisilla on ollut jo varhaisesta iästä alkaen tietoa terveydestä ja hyvinvoinnista koulun tai vanhempien antamien oppien ansiosta. Myös internetin ja sosiaalisen median avulla monet ovat saaneet ja saavat edelleen lisää tietoa hyvinvoinnin edistämistä varten. Etenkin sosiaalisessa mediassa jaetaan paljon sisältöä liittyen esimerkiksi kuntoiluun, ravitsemukseen ja mielenterveyden edistämiseen. Nuorten aikuisten hyvinvointitottumuksista ovat inspiroituneet myös erilaiset palveluntarjoajat ja esimerkiksi hotellit ovat laajentaneet hyvinvointipalveluitaan ja kuntosalitarjontaa houkuttelemaan yhä enemmän nuorempia asiakkaita luokseen. (Hilton Segel & Hatami N.d.)

Nuoret aikuiset ovat vielä alttiita muutoksille ikänsä takia ja vaikka moni kokee terveydentilansa hyväksi, on myös monia, jotka kokevat tarvitsevansa parannusta hyvinvointiinsa. Esimerkiksi mie-

lenterveyttä halutaan kohentaa erilaisin keinoin tai halutaan lopettaa huonot tavat, kuten tupakointi, alkoholin käyttö tai roskaruuan syöminen. Nopeat muutokset yhteiskunnassa, taloudelliset haasteet ja pitkittynyt siirtyminen aikuisuuteen voivat aiheuttaa monelle stressiä tai muita terveysvaikutuksia, jotka puolestaan johtavat huonoihin valintoihin, kun jaksamista hyvinvoinnin ylläpitämiselle ei välttämättä ole. Näiden asioiden ehkäisemiseksi pyritään kuitenkin tekemään töitä niin yksilötasolla, kuin yhteiskunnassakin. (Bonnie, Stroud & Breiner 2015.)

Nuorten aikuisten käsitys hyvinvoinnista on erittäin laaja ja monipuolinen. Moni pyrkii priorisoimaan omaa hyvinvointiaan eri tavoin ja hyvinvoinnin rooli on kunkin yksilön elämässä suuri. Hyvinvoinnin ylläpitämisen päämotiivina on yleensä yleisen terveyden ja hyvinvoinnin säilyttäminen. Motiivina voi myös olla esimerkiksi elämäntapamuutoksen tekeminen. Andrea Szoboszlain tekemän tutkimuksen mukaan suurin osa nuorista olisikin kiinnostunut osallistumaan erilaisiin hyvinvointiohjelmiin parantaakseen hyvinvointia ja saadakseen lisää tietoa ja oppeja hyvinvointiin liittyen. (Szoboszlai 2020. 54–56.) Yhä useamman huomattessa ja hyväksyessä terveellisen elämän käsitteet, sitä nopeammin terveyden ja hyvinvoinnin kulutusmarkkinat kehittyvät ja tulevaisuus toimialalla on lupaava.

5 Tutkimuksen toteutus

Tutkimusprosessi alkaa yleensä suunnitteluvaiheella, jota seuraa tutkimusongelmien valikoituminen, menetelmävalinnat ja aineistonkeruu. Tärkeää tutkimuksessa on rajata ja määritellä ongelma, johon tutkimuksella halutaan saada vastauksia. Tutkimusongelma on hyvä, jos se on mahdollisimman selkeä ja yksiselitteinen. Tutkimusongelma kiteyttää yhden tai useamman kysymyksen avulla sen, mitä tutkimuksessa halutaan tietää ja tutkia. (Günther & Hasanen 2021.)

Tämän tutkimuksen tutkimusongelmana on selvittää, minkälaiset hyvinvointimatkailupalvelut kiinnostavat suomalaisia 18–30-vuotiaita nuoria aikuisia. Sama kysymys on myös tämän tutkimuksen tutkimuskysymys. Tutkimusongelman tavoitteena on kartoittaa hyvinvointimatkailun suosiota, sekä tarkastella tarkemmin erilaisten hyvinvointiaktiiviteettien kiinnostavuutta nuorten aikuisten parissa. Tavoitteena on myös ymmärtää nuorten aikuisten matkailumotiiveja hyvinvointimatkailuun liittyen.

Kohderyhmä tarkoittaa sellaista käyttäjäryhmää, jolla tutkimuksen tai aineiston sisältö on tarkoitettu. Tutkimuksen kohderyhmäksi voi valikoitua esimerkiksi tietyt ikäryhmät, elämäntilanteet tai terveydentilat. (Finto 2024.) Tutkimuksen kohderyhmäksi ovat valikoituneet 18–30-vuotiaat suomalaiset nuoret aikuiset. Nuoret aikuiset ovat helppo ja kiinnostava kohderyhmä kohdata ja tutkia, sekä he ovat yleensä ensimmäisiä omaksujia uusille trendeille. Nuoret aikuiset ovat myös ryhmä, jonka käsitykset hyvinvoinnista voivat vaihdella laajasti. On siis mielenkiintoista ja tärkeää tarkastella heidän mielipiteitään hyvinvointimatkailuun liittyen. Tutkimuksen kohdentaminen suomalaiseen väestöön tekee puolestaan aineiston keräämisestä ja analysoinnista selkeämpää ja hallittavampaa. Laajempi kohderyhmä, kuten koko Pohjoismaat, olisi voinut vaatia huomattavasti enemmän resursseja, kuten monikielisen kyselyn ja laajempaa datan analysointia. Suomalaiset nuoret aikuiset ovat myös paremmin tavoitettavissa ja taustalla vaikuttaa myös syvempi ymmärrys suomalaisten nuorten arvoista ja käyttäytymisestä.

5.1 Tutkimusmentelmät

Tutkimusmenetelmät ovat tutkimuksen aineiston konkreettisia analyysi- ja hankintavälineitä. Tutkimusmenetelmiä on kahdenlaisia: määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta ja laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta. Tutkimusmenetelmän valinnassa on kannattavaa miettiä, mitkä aineistot antavat parhaiten tietoa tutkimuskohteesta, sekä millä tutkimustekniikoilla saa parhaiten tietoa aineistosta. (Saukkonen N.d.)

Määrällinen tutkimus antaa yleisen kuvan muuttujien eli mitattavien ominaisuuksien välisistä eroista ja suhteista. Sen tarkoituksena on vastata siis kysymyksiin ”kuinka paljon”, ”kuinka moni” tai ”miten usein”. Määrällinen tutkimus antaa tutkimustiedon numeerisesti, joka tarkoittaa, että tietoa ja tutkittavia asioita tai niiden ominaisuuksia tarkastellaan ja käsitellään numeroiden avulla. Määrällisen tutkimuksen tavoitteena on myös kertoa, selittää, vertailla, ennustaa tai selittää ihmiseen tai luontoon liittyviä asioita, ilmiöitä ja ominaisuuksia. Esimerkkejä näistä ovat hypoteesin eli ennakoivan tutkimusongelman muotoilu, mittaamisessa hyödynnetty teoria sekä asioiden välisten erojen löytäminen ja selittäminen kausaalisuhteina eli syy-seuraus-suhteina. Määrällisessä tutkimuksessa tutkimusaineisto voidaan kerätä esimerkiksi kyselyn, haastattelun ja systemaattisen havainnoinnin avulla. (Vilka 2007. 13–14.)

Laadullinen tutkimus voidaan puolestaan ymmärtää aineiston ja analyysin muodon kuvaukseksi, joka ei ole numeraalista. Laadulliselle tutkimukselle ei ole tiettyä määritelmää, sillä esimerkiksi aineistojen tarkastelu ja analyysitapoja on paljon. Esimerkiksi haastattelua ja sen avulla kerättyä aineistoa voidaan käsitellä sekä laadullisesti että määrällisesti. Laadullisessa tutkimuksessa arvostetaan myös esimerkiksi objektiivisuuden sijasta subjektiivisuutta, selittämisen sijasta ymmärtämistä ja kyselylomakkeiden sijasta osallistuvaa havainnointia. Laadullisella tutkimuksella haetaan yleensä miten-, mitä- ja millaisia-kysymyksiin vastauksia. Tutkimuksen aineistoa voidaan kerätä erilaisten haastattelujen, havainnointien, valmiiden aineistojen ja dokumenttien, eläytymismenetelmän ja muiden kirjallisten, kuvallisten tai ääneen liittyvien aineistojen avulla. (Eskola & Suoranta 1998.)

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään sekä määrällistä että laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimukseen tarvitaan numeerista dataa ja tilastollisia analyysieja, johon määrällinen tutkimus sopii hyvin, mutta myös syvempää ymmärrystä ilmiöstä sekä kohderyhmän asenteista ja motiiveista, johon puolestaan laadullinen tutkimus sopii paremmin. Näiden menetelmien yhdistäminen tarjoaa mahdollisuuden analysoida laajaa aineistoa nuorten aikuisten kulutuskäyttäytymisestä luotettavasti ja objektiivisesti, erityisesti suuren otoskoon ansiosta. Tämä lähestymistapa tukee tutkimuksen tavoitteita ja mahdollistaa selkeiden ja laajasti sovellettavien johtopäätösten tekemisen.

Tämän tutkimuksen aineiston keräämiseen käytetään kyselyä. Kysely sopii tähän työhön parhaiten siksi, että tutkittavia on iso joukko ja he ovat hajallaan (Vilka 2007. 28.). Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirjan mukaan kyselytutkimus tehdään yleensä strukturoidun kyselylomakkeen avulla, joissa on vakioituja kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja. Tämä tarkoittaa, että kyselyyn vastaajilta kysytään samat asiat, samalla tavalla ja samassa järjestyksessä. Kyselyn havaintoyksikön eli henkilön, joka vastaa kyselyyn, mielipiteitä, ominaisuuksia, käyttäytymistä ja asenteita pyritään selvittämään kyselyn avulla. (Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja N.d.) Kysely on valittu aineistoksi tähän työhön sen perusteella, että halutaan selvittää vastaajien mielipiteitä ja asenteita hyvinvointimatkailuun liittyen, johon kysely sopii parhaiten.

Kyselyn heikkoutena voidaan pitää esimerkiksi sitä, että vastauslomakkeet palaavat tutkijalle hitaasti, ei osata ennalta arvioida vastaajien asenteita ja mielenkiintoa kyselyä kohtaan tai kyselyyn ei vastaa tarpeeksi moni. Usein tutkija joutuu tekemään uusintakyselyn, joka puolestaan voi lisätä tutkimuksen kustannuksia. (Vilka 2007. 28.)

Kyselytutkimuksia voidaan toteuttaa yleensä posti- tai internetkyselyinä. Postikyselyssä otokseen valitut vastaajat saavat paperilomakkeen kotiinsa, joka on lähetetty kirjepostin kautta. Vastaajien vastattua kyselyyn, he palauttavat sen palautuskuoressa tutkijalle. Nykyään yleistyneet internetkyselyt voidaan lähettää vastaajille sähköpostilla tai jakamalla julkista linkkiä, joka ohjaa vastaajat kyselylomakkeen pariin. Sähköisesti jaetut kyselyt täytetään verkkolomakkeella internetissä. (Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja N.d.)

Tässä työssä kysely ja aineistonkeruu tehdään sähköisen kyselylomakkeen avulla, sillä sen avulla on helppo ja nopea saada dataa suurelta joukolta vastaajia lyhyessä ajassa. Tiedon tallentaminen ja analysointi ovat myös sähköisen kyselylomakkeen avulla helppoa. Nykyään lähes kaikki ovat internetissä tai sosiaalisessa mediassa, joiden kautta on helppoa tavoittaa vastaajia kyselyyn. Internet kyselyn haasteena voi kuitenkin olla, että ihmiset saattavat jättää kyselyt huomiotta, tekniset ongelmat, kuten yhteensopivuusongelmat eri laitteiden välillä ja vastaajien sitoutumisen puute, joka voi näkyä kyselyn keskeyttämisellä, huolimattomilla vastauksilla tai turhautumisella, mikäli kyselylomake on liian pitkä. (Dillman, Smyth & Christian 2014. 301, 303-305.)

5.2 Aineiston analyysi

Määrällisessä tutkimuksessa aineiston analyysimenetelmä valitaan sen perusteella, miten se antaa tietoa tutkittavasta asiasta. Analyysimenetelmä valitaan yleensä sen mukaan, onko tutkimuksessa yksi vai useampi muuttuja. Yhden muuttujan tutkimisessa käytetään sijaintilukuja eli mediaania ja moodia ja useamman muuttujan kohdalla käytetään yleensä ristiintaulukointia tai korrelaatiokerrointa. (Vilka 2007. 119.) Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa voidaan puolestaan analysoida useilla eri menetelmillä, mutta analyysimenetelmän valinnan tulee olla yhdenmukainen tutkimusongelman, käytettyjen aineistojen ja teoreettisen viitekehyksen kanssa. Laadullisen tutkimuksen perinteisiä analyysin välineitä ovat teemoittelu, tyypittely ja koodaaminen. (Günther, Hasanen & Juhila 2021.)

Ennen aineiston analyysia täytyy tarkastaa, että kyselyyn on vastattu asianmukaisesti. Mikäli vastauksista löytyy virheitä, kyseiset vastaukset hylätään. Kyselyn tarkastamisen ja vastauksien koonnin jälkeen tuloksia analysoidaan tässä työssä mediaanin avulla. Mediaani toimii keskilukuna tai keskiarvona, joka kuvaa jakauman keskimmäistä havaintoa. Sen avulla voi helposti analysoida, miten havainnot ovat painottuneet keskimmäisen havainnon suhteen. (Vilka 2007. 122.) Mediaani

otetaan siten, että muuttujan arvot asetetaan suuruusjärjestykseen ja valitaan arvoista keskimäinen. Jos havaintoja on parillinen määrä, valitaan asteikolta kummatkin keskimäisistä arvoista. (Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja N.d.)

Avoimien kysymysten kohdalla pyritään tunnistamaan keskimääräinen vastaus esimerkiksi sisällön analyysillä ja keskimääräisen teeman tunnistamisella. Pyritään siis tunnistamaan vastauksissa toistuvat sanat, fraasit tai aiheet ja niiden perusteella tunnistetaan vastausten yleisin teema. Joitain yksittäisiä vastauksia nostetaan esille myös lainaamalla vastausta suoraan. (Juhila 2021.)

Analyysissa käytetään apuna Webropolin automaattisesti luomia kaavioita ja Excel-taulukkolaskentaa. Tuloksia analysoidaan myös vastauksien prosenttijakaumilla ja vertaillaan mahdollisia eroavaisuuksia esimerkiksi sukupuolten tai ikäryhmien välillä. Tutkimuksen strukturoitujen kysymysten tulokset esitetään Webropolin luomilla pylväsdiagrammeilla ja Excelin luomilla ympyräkaavioilla, joissa tulokset näkyvät prosentteina.

5.3 Kyselylomakkeen toteutus

Aineistonkeruu tehtiin sähköisen kyselylomakkeen avulla, sillä sen avulla on helppo ja nopea saada dataa suurelta joukolta vastaajia. Sähköistä kyselylomaketta käytettäessä myös vastaajan on helppo vastata kyselyyn esimerkiksi älypuhelimien, tietokoneen tai tabletin avulla. Tämä voi puolestaan lisätä vastausaktiivisuutta, sillä vastaaja voi vastata kyselyyn, milloin ja missä tahansa.

Konkreettinen sähköinen kyselylomake luotiin Webropol-sovelluksella. Webropol valittiin tähän työhön sen perusteella, että sillä on helppoa luoda ja analysoida kyselyitä. Webropol tukee monenlaisia kysymystyyppejä, kuten monivalintakysymyksiä, asteikkokysymyksiä ja avoimia kysymyksiä, joka mahdollistaa tiedon keräämistä monipuolisesti. Sovelluksessa on myös analyysityökalut, joiden avulla tietoa voi analysoida ilman, että joutuu viemään analysoitavia tietoja toiseen sovellukseen. Webropol noudattaa myös EU:n tietoturvastandardeja ja GDPR vaatimuksia, jotka tekevät sovelluksen käytöstä turvallista.

Tutkimuksen kyselylomake koostui 17 kysymyksestä, jotka mietittiin tutkimuksen tietoperustan avulla, jotta kysymykset antaisivat mahdollisimman hyvän vastauksen tutkimuskysymykselle. Kyse-

lylomake löytyy liitteestä 1. Kyselyssä suurin osa kysymyksistä oli strukturoituja monivalintakysymyksiä eli kaikille vastaajilla olivat samat kysymykset ja valmiit vastausvaihtoehdot samassa muodossa. Kyselyssä oli myös asteikkokysymyksiä, joissa käytettiin Likertin järjestysasteikkoa. Järjestysasteikolla voidaan mitata tehokkaasti vastaajien mielipiteitä ja asenteita. Asteikon ideana on mitata erilaisuuden ja samanlaisuuden lisäksi myös esimerkiksi luokkien järjestystä. (Vilka 2007. 46.) Kyselyssä oli myös kolme avointa kysymystä, johon vastaajat pystyivät kertomaan omin sanoin omia mielipiteitään ja ajatuksiaan spontaanisti. Yhdessä avoimessa kysymyksessä pyydettiin perustelemaan monivalintakysymyksen valintaa tarkemmin ja muut avoimet kysymykset liittyivät mielipiteisiin ja olettamuksiin.

Kyselyn alussa on lyhyt saateteksti, jolla informoidaan kyselyyn vastaajaa ennen kuin hän aloittaa kyselyn tekemisen. Tekstissä on kerrottu muun muassa kyselyn tekijästä, kyselyn tarkoituksesta ja aiheesta sekä siitä, mihin asti aineistoa säilytetään ja mihin tarkoitukseen kyselyn tuloksia käytetään. Tekstissä painotetaan myös, että mitään henkilötietoja ei kerätä eli kysely on täysin anonyymi. Vastaajalle on kerrottu vastaamisaika, jotta vastaaja osaa varata tarpeeksi aikaa kyselyn tekemiseen ja mainittu, ettei vastaajalla tarvitse olla aikaisempaa kokemusta aiheeseen liittyen.

Kysely on jaettu kahteen osioon. Ensimmäisessä osiossa selvitetään vastaajan yleisiä matkailumotiiveja ja mieltymyksiä Suomen ja ulkomaanmatkailussa, jotta saadaan parempaa kuvaa nuorten aikuisten matkailutottumuksista. Ensimmäisen osion alussa on myös muutama kartoituskysymys, jotta vastaajasta saadaan parempi kuva. Toinen osio keskittyy pelkästään hyvinvointiin ja hyvinvointimatkailuun. Toisen osion alussa on lyhyt teksti, jossa kerrotaan vastaajalle hyvinvointimatkailusta. Tekstin tarkoituksena on antaa vastaajalle tietoa ja parempaa kuvaa hyvinvointimatkailusta. Kysymykset kartoittavat vastaajan mielenkiintoa hyvinvointimatkailuun liittyen sekä antavat tarkempaa tietoa, mitkä hyvinvointiaktiviteetit vastaajaa kiinnostaa. Kyselyn viimeinen kysymys liittyy hyvinvointiin, jossa vastaajaa pyydetään kertomaan, mitä hyvinvointi merkitsee itselleen.

Kuten jo aikaisemmassa kappaleessa mainittiinkin, kysely on täysin anonyymi eli vastaajan henkilötietoja ei kerätä, eikä yksittäistä vastaajaa pystytä tunnistamaan. Anonymisoinnissa yksittäiset tunnisteet poistetaan tai muutetaan siten, että vastaajaa ei voida tunnistaa aineistosta (Kuula 2006). Anonymisoinnin myötä vastaajan kynnys kyselyn vastaamiseen pienenee ja täten vastaaja saattaa antaa aidompia ja rehellisempiä vastauksia, kun hän tietää, ettei henkilöllisyyttä voida yhdistää

vastauksiin. Anonymisointi vahvistaa myös tutkimuksen eettisiä periaatteita, kuten tietosuojan kunnioittamista ja tutkimukseen osallistuvien oikeuksien suojaamista. Webropol loi asetusten kautta kyselystä automaattisesti anonyymin, joka helpotti kyselyn tekemistä.

Kyselyä jaettiin omilla sosiaalisen medioiden kanavissa, kuten Instagramissa, Snapchatissa ja WhatsAppissa, joissa tutkimuksen kohderyhmä oli parhaiten tavoitettavissa. Instagramissa ja Snapchatissa kyselyyn pystyivät vastaamaan seuraajat ympäri Suomea ja WhatsAppin kautta kyselyyn pääsivät vastaamaan ystävät ja lähisukulaiset, sekä heidän tuttavansa. Määrällisessä tutkimuksessa on suositeltavaa, että vastaajien määrä on mahdollisimman suuri. Vastaajien vähimmäismääränä pidetään 100 vastaajaa, mikäli tilastollisia menetelmiä käytetään tutkimuksessa. Laajemmissa tutkimuksissa vastaajia voi olla jopa 500–1000. Suuri aineisto mahdollistaa keskimääräisen asenteen, mielipiteen ja kokemuksen selittämisen numeerisesti tutkittavasta asiasta. (Vilka 2007. 17.) Tämän tutkimuksen vastaajien tavoitemäärä on 100.

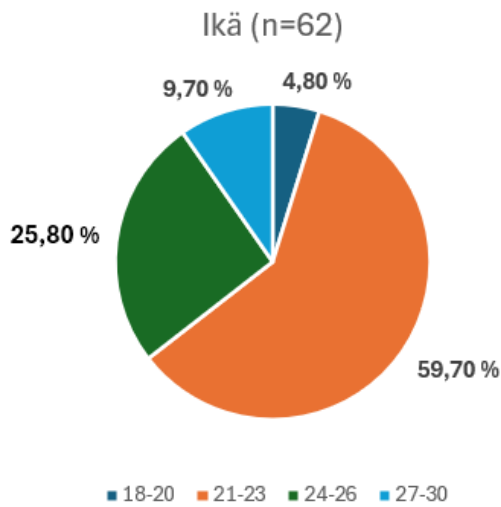
6 Tutkimustulokset

Kyselyyn vastasi 62 henkilöä ajanjaksolla 6-12.11.2024. Kysely oli auki vain noin viikon, jotta työ pysyisi aikataulussa. Suurin osa vastauksista saatiin heti kyselyn julkaisupäivänä, kun se jaettiin sosiaalisiin medioihin. Vastaajat koostuivat sosiaalisten medioiden tilien seuraajista sekä ystäväistäni ja sukulaisistani. Huomioitavaa on, ettei vastaajien tavoitemäärä tullut täyteen, jolloin koko kohderyhmän mielipiteistä, asenteista ja preferensseistä ei saada täydellistä kuvaa. Täten myös tulosten arvioinnissa saattaa olla epävarmuutta, kun tuloksia ei pystytä yleistämään tai soveltamaan laajempiin joukkoihin. Vastaamattomuuteen saattoi vaikuttaa esimerkiksi vastaajan mielenkiinnon puute aiheeseen liittyen tai ajan puute, jos vastaaja on ollut liian kiireinen kyseisellä hetkellä täyttääkseen kyselyä. Jokaiseen ikäryhmään ja kysymykseen on kuitenkin saatu vastauksia, joten 18–30-vuotiaiden nuorten aikuisten mieltymysten tutkiminen ja selvittäminen hyvinvointimatka- ja palveluita kohtaan tässä tutkimuksessa on mahdollista vaikkakin pienemmällä otoskoollla.

6.1 Vastaajien taustatiedot

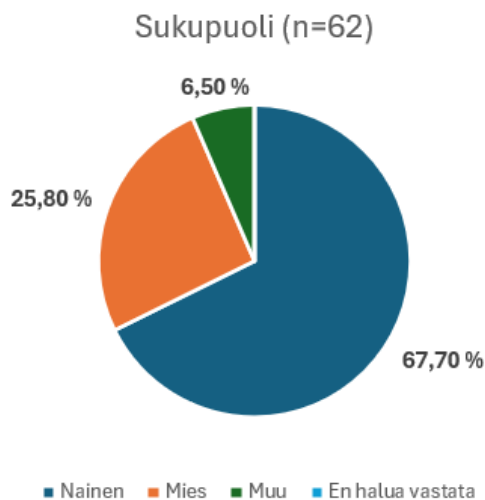
Kyselyn alussa selvitettiin vastaajien taustatietoja, kuten ikää ja sukupuolta. 59,7 % eli suurin osa vastaajista koostui 21–23-vuotiaista (n=37). Toiseksi suurin osa vastaajista olivat 24-26-vuotiaat,

joita oli 25,8 % (n=16). 27-30-vuotiaita oli 9,7 % (n=6) vastaajista ja 4,8 % (n=3) eli pienin osa vastaajista olivat 18–20-vuotiaat.



Kuvio 1. Vastaajien ikä

Vastaajista puolestaan 67,7 % (n=42) oli naisia ja 25,8 % (n=16) oli miehiä. Muun sukupuolisia vastaajista oli 6,5 % (n=4). Vastaajalla oli myös vaihtoehtona olla vastaamatta sukupuoleen liittyvään kysymykseen, mutta tässä tapauksessa kukaan vastaajista ei valinnut kyseistä vaihtoehtoa.



Kuvio 2. Vastaajien sukupuoli

6.2 Vastaajien matkustusmotiivit

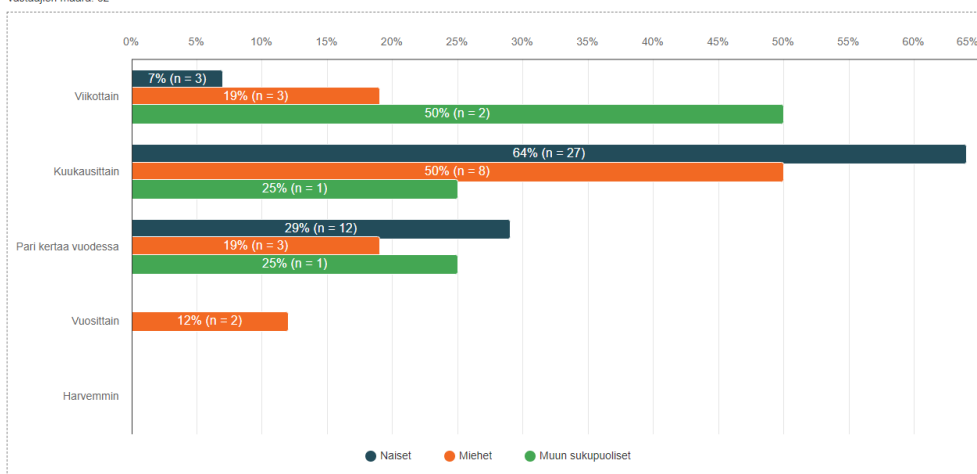
Tässä osiossa kysyttiin ja selvitettiin vastaajien matkustusmotiveja ja preferenssejä yleisesti matkailuun liittyen. Osiossa haluttiin selvittää, kuinka usein ja miksi vastaajat matkustavat Suomessa ja ulkomailla. Osiossa haluttiin myös selvittää erilaisten tekijöiden tärkeyttä, kun vastaaja on varaamassa matkaa.

Kysymyksessä kolme selvitettiin sitä, kuinka usein vastaajat matkustavat Suomen sisällä. Vastauksen perusteella 58,1 % (n=36) vastaajista matkustavat Suomen sisällä kuukausittain. Toiseksi suurin osa vastaajista eli 25,8 % (n=16) puolestaan matkustavat Suomessa pari kertaa vuodessa ja 12,9 % (n=8) matkustavat viikoittain. Loput 3,2 % (n=2) vastaajista matkustavat vuosittain. Vastausvaihtoehtona oli myös ”harvemmin”, mutta kukaan vastaajista ei valinnut tässä kysymyksessä kyseistä vaihtoehtoa.

Kuvion 3 ja tulosten perusteella voidaan todeta, että kuukausittainen matkustaminen Suomen sisällä on yleisintä nuorten aikuisten keskuudessa. Erityisesti naisten keskuudessa, jossa 64 % (n=27) vastasi matkustavansa näin usein. Miesten matkustustiheys on puolestaan jakautunut hieman tasaisemmin eri kategorioihin. Miehistä suurin osa (50 % n=8) matkustaa kuukausittain, mutta viikoittain, pari kertaa vuosittain ja vuosittain matkustavia on myös merkittävä osuus. Muun sukupuoliset matkustavat puolestaan useimmiten viikoittain. Heistä 50 % (n=2) vastasi matkustavansa viikoittain.

3. Kuinka usein matkustat Suomen sisällä?

Vastaajien määrä: 62



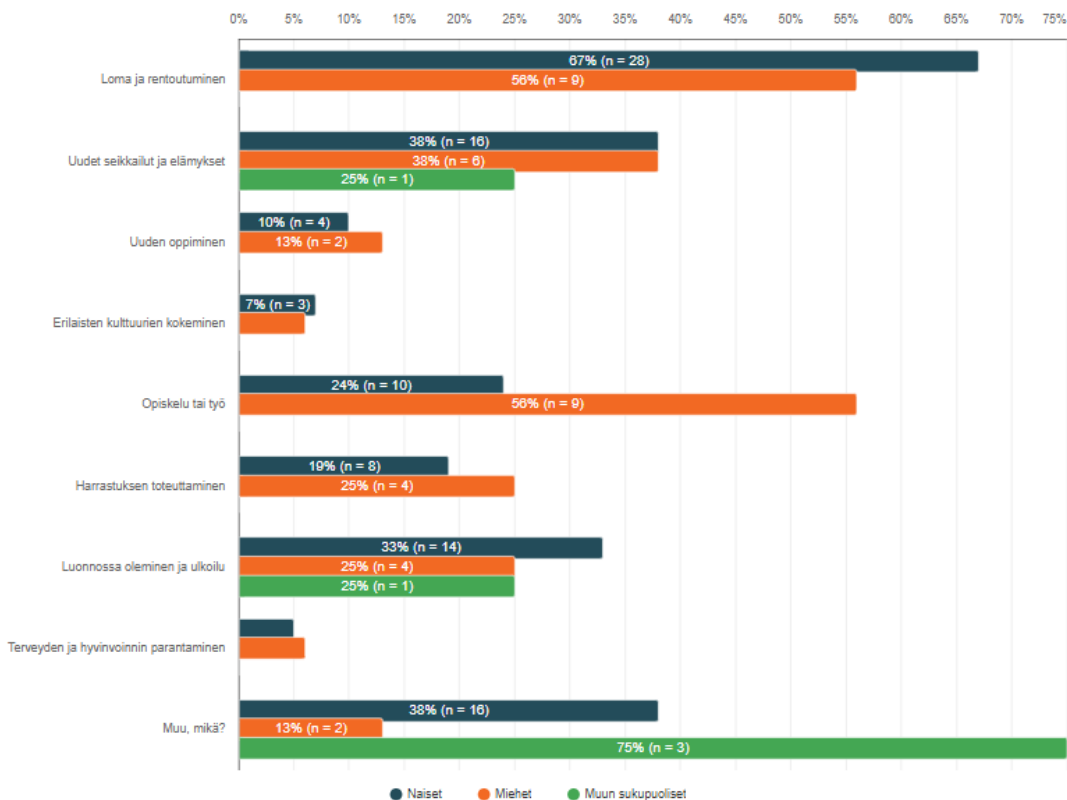
Kuvio 3. Vastaajien matkailun tiheys Suomessa

Kysymys 4 liittyi vastaajien matkustusmotiveihin Suomen sisällä matkustaessa. Kysymyksessä vastaajan oli myös mahdollista valita useampi vastausvaihtoehto. Tulosten perusteella suurin syy Suomessa matkustamiseen on loma ja rentoutuminen, jonka 60 % (n=37) vastaajista oli valinnut. Toiseksi suurin osa (37 % n=23) vastaajista matkustaa Suomessa kokeakseen uusia seikkailuja ja elämyksiä, mikä viittaa siihen, että elämykselliset matkat ovat nuorten aikuisten keskuudessa myös suosittuja. 31 % (n=19) vastaajista vastasi matkustavansa opiskelun tai työn vuoksi, ja yhtä suuri osuus matkustaa myös luonnossa olemisen ja ulkoilun takia. Harrastuksensa vuoksi matkustaa puolestaan 19 % (n=12) vastaajista. 10 % (n=6) valitsi uuden oppimisen ja 6 % (n=4) erilaisten kulttuurien kokemisen syynä matkustamiselle. Pienin osa vastaajista (5 % n=3) pitää terveyden ja hyvinvoinnin parantamista matkustamisen motiivina. Suuri osa vastaajista (34 % n=21) vastasi myös vaihtoehdon ”Muu, mikä?”, johon vastaaja pystyi kirjoittamaan oman syyn matkustamiselle, jota annetuissa vaihtoehdoissa ei välttämättä ollut. Näissä vastauksissa korostui eniten perheen ja sukulaisten luo matkustaminen sekä ystävien tai muiden läheisten näkeminen. Muutama vastaaja vastasi matkustavansa myös parisuhteen vuoksi.

Tulosten perusteella ja kuviota 4 tarkastellessa voidaan todeta, että nuorten aikuisten matkustaminen Suomessa keskittyy pääosin rentoutumiseen ja uusiin kokemuksiin. Lisäksi luonnossa olemisen ja opiskeluun tai työhön liittyvät matkat ovat myös melko suosittuja, kuten myös perheen ja ystävien luokse matkustaminen. Terveysten ja hyvinvointiin keskittyvä matkailu on nuorten aikuisten keskuudessa puolestaan vähäisempää. Myös sukupuolten välisiä eroja vastauksissa on hieman. Esimerkiksi naisten keskuudessa yleisin matkustuksen syy on loma ja rentoutuminen, jonka 67 % (n=28) vastaajista oli valinnut. Miesten kohdalla suosituimpia syitä ovat myös loma ja rentoutuminen, mutta myös opiskelun tai työn perässä matkustaminen. Molempien vastausvaihtoehtojen kohdalla 50 % (n=9) miehistä oli valinnut kyseisen vaihtoehdon. Muun sukupuolisista 75 % (n=3) vastaajista matkustaa muiden syiden takia.

4. Mitkä ovat tärkeimmät syyt, kun matkustat Suomessa?

Vastaajien määrä: 62, valittujen vastausten lukumäärä: 144



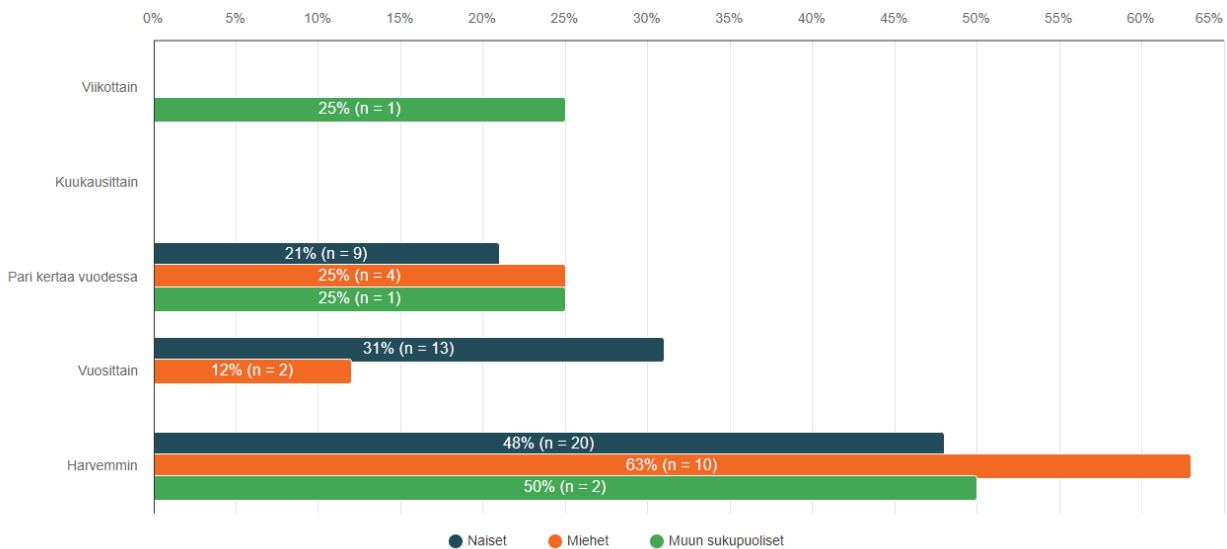
Kuvio 4. Vastaajien matkustusmotiivit Suomessa matkustaessa

Kysymyksessä 5 kartoitettiin sitä, kuinka usein vastaajat matkustavat ulkomaille. Vastaajista 52 % (n=32) matkustaa ulkomaille harvoin. Vuosittain ja pari kertaa vuodessa matkustavien vastausprosentti oli lähes samansuuruinen. Vuosittain matkustavia on 24 % (n=15) ja pari kertaa vuodessa matkustavia 22 % (n=14). Vastaajista kukaan ei matkusta kuukausittain ulkomaille, mutta 2 % (n=1) vastaajista matkustaa ulkomaille viikoittain. Näiden tulosten perusteella nuoret aikuiset matkustavat ulkomaille harvemmin, kuin esimerkiksi vuosittain tai kuukausittain.

Kuviosta 5 voidaan jälleen huomata myös sukupuolten välisiä eroja. Erityisesti miespuolisista vastaajista suurin osa (63 % n=10) matkustaa ulkomaille harvoin. Tämä viittaa siihen, että nuorten miesten matkat ulkomaanmatkat ovat keskimäärin harvempia, kuin esimerkiksi naisten. Naiset matkustavat ulkomaille myös harvoin, mutta vuosittain ulkomaille matkustavia löytyy naisten joukosta 31 % (n=13). Kyseisessä kategoriassa naisten osuus on suurempi, kuin muilla ryhmillä. Myös muun sukupuolisista suurin osa (50 % n=2) matkustaa ulkomaille harvoin.

5. Kuinka usein matkustat ulkomaille?

Vastaajien määrä: 62



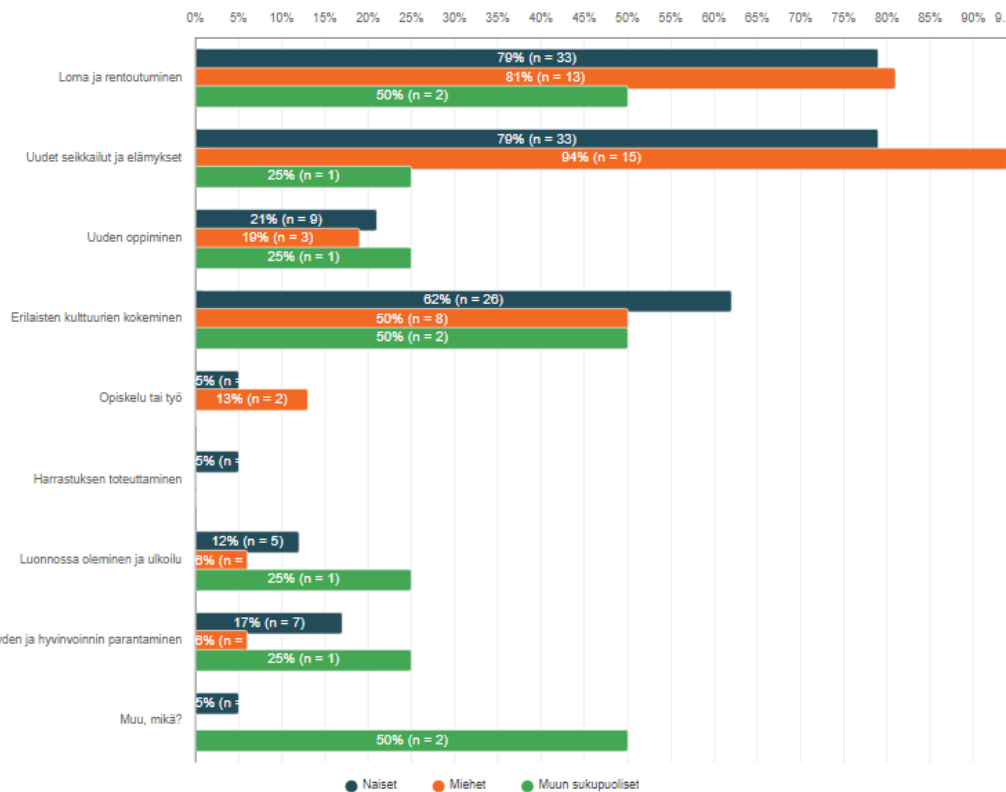
Kuvio 5. Vastaajien matkustamisen tiheys ulkomaille

Kysymys 6 kartoitti puolestaan vastaajien matkustusmotiiveja ulkomaanmatkailussa. Tämä kysymys oli vastausvaihtoehdoiltaan identtinen kysymyksen 4 kanssa ja vastaajalla oli tässäkin kysymyksessä mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto. Ulkomaille matkustaessa suurinta osaa (79 % n=49) kiinnostaa uusien seikkailujen ja elämysten kokeminen kohdemaassa. Kuten suomessa matkaillessa, myös ulkomaille moni (77 % n=48) haluaa mennä lomailemaan ja rentoutumaan. Vastauksissa korostui myös erilaisten kulttuurien kokeminen, jonka 58 % (n=36) vastaajista valitsi. Uuden oppimisen ulkomailla valitsi 21 % (n=13) vastaajista ja terveyden sekä hyvinvoinnin parantamisen valitsi 15 % (n=9) vastaajista. Luonnossa olemisen valitsi puolestaan 11 % (n=7) vastaajista. Vähiten ääniä keräsivät opiskelun, työn tai harrastuksen puolesta matkustaminen, jossa 6 % (n=4) valitsi opiskelun tai työn ja 3 % (n=2) valitsi harrastuksen toteuttamisen. Tässäkin kysymyksessä oli vastausvaihtoehtona ”Muu, mikä?”, jossa vastaajien kommenttien perusteella ulkomaanmatkailussa korostui myös perheen, sukulaisten tai ystävien luo matkustaminen. Tämä vaihtoehto keräsi 6 % (n=4) vastaajista.

Tulosten perusteella tärkeimmät syyt ulkomaille matkustaessa nuorten aikuisten keskuudessa on uusien seikkailujen ja elämysten kokeminen sekä lomailu ja rentoutuminen. Kuviosta 6 voidaan nähdä, että etenkin miesten vastauksissa korostuu uusien seikkailujen ja elämysten kokeminen, jonka 94 % (n=15) valitsi. Naisilla äännet jakautuivat tasaisesti lomailun ja seikkailujen välissä, joissa

79 % (n=33) valitsi lomailun ja yhtä suuri osuus valitsi seikkailut ja elämykset. Muun sukupuolisten keskuudessa äänet jakautuivat tasaisemmin eri kategorioiden välillä. Lomailun valitsi 50 % (n=2) vastaajia ja yhtä suuri osuus valitsi erilaisten kulttuurien kokemisen ja perheen, ystävien tai sukulaisten näkemisen.

6. Mitkä ovat tärkeimmät syyt, kun matkustat ulkomaille?
Vastaajien määrä: 62, valittujen vastausten lukumäärä: 172



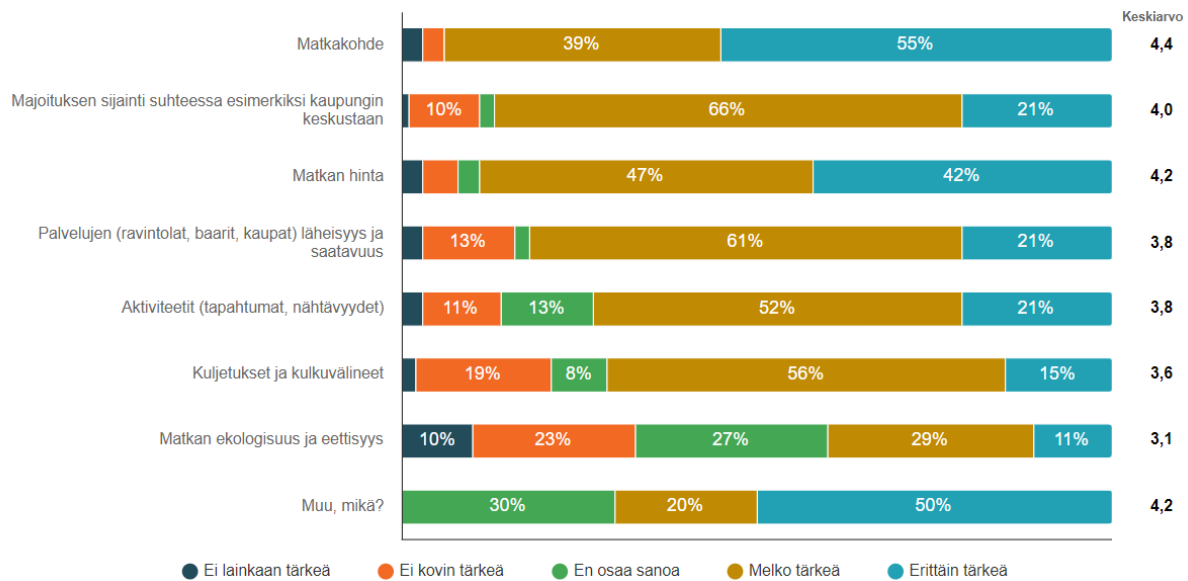
Kuvio 6. Vastaajien matkustusmotiivit ulkomaille matkustaessa

Kysymyksessä 7 kartoitettiin erilaisten tekijöiden tärkeyttä matkaa varatessa, oli kyse sitten Suomen tai ulkomaanmatkailusta. Tämä kysymys oli asteikkokysymys, jossa käytettiin Likertin asteikkoa selvittämään asenteita ja mielipiteitä. Tulosten ja kuvion 7 perusteella voidaan päätellä, että matkakohteen valinta on vastaajien keskuudessa tärkeintä, sillä 55 % (n=34) vastaajista valitsi matkakohteen valinnan erittäin tärkeäksi. Tärkeitä tekijöitä on myös majoituksen sijainti, jonka 66 % (n=41) kokee melko tärkeäksi ja matkan hinta, jonka puolestaan 47 % (n=29) kokee melko tärkeäksi. Palvelujen saatavuus, aktiviteetit ja kuljetukset ovat keskimäärin tärkeitä tekijöitä, mutta niiden merkitys vaihtelee yksilöllisesti ja tulokset jakautuvat melko tasaisesti eri vaihtoehtoihin. Tulosten perusteella matkan ekologisuus ja eettisyys on vähiten tärkein tekijä, sillä vain 29 % (n=18)

vastaajista pitää tätä tekijää melko tärkeänä. Kuten aikaisempien kysymysten ”Muu, mikä?” vaihtoehdossa, myös tässä vastaaja sai kommentoida oman syyn tai tekijän matkan varukseen liittyen. Kommenteissa nousi esiin matkakohteen sää ja matkaseura. Nämä tekijät ovat vastaajien keskuudessa erittäin tärkeitä, sillä 50 % (n=5) valitsi näin.

7. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia tekijöitä matkaa varatessa?

Vastaajien määrä: 62



Kuvio 7. Tekijöiden tärkeys matkaa varatessa

6.3 Mielipiteet hyvinvointimatkailusta

Tämä osio keskittyi kokonaan hyvinvointiin ja hyvinvointimatkailuun. Osiossa haluttiin selvittää vastaajien mielenkiintoa hyvinvointimatkailua ja erilaisia hyvinvointiaktiviteetteja kohtaan. Osiossa haluttiin myös selvittää syitä, joiden takia vastaaja lähtisi hyvinvointimatkalle tai lisäksi hyvinvointiaktiviteetteja matkallensa. Osiossa kartoitettiin myös, missä päin maailmaa vastaaja haluaisi toteuttaa hyvinvointimatkan ja kuinka paljon vastaaja olisi valmis maksamaan hyvinvointimatkailupalveluista. Osiossa sivuttiin myös kestävä kehityksen merkitystä hyvinvointimatkailussa ja osion lopussa pyydettiin vastaajaa vielä kertomaan omia ajatuksia hyvinvoinnista.

Kysymys 8 oli niin sanotusti lämmittelykysymys, jossa kysyttiin, mitä vastaajalle tulee ensimmäiseksi mieleen hyvinvointimatkailusta. Tämä kysymys oli avoin kysymys, johon vastaaja pystyi

kirjoittamaan vapaasti ennakoajatuksia aiheeseen liittyen. Vastaajien keskuudessa monissa vastauksissa ja kommenteissa korostui rentoutuminen, arjesta irtautuminen ja stressin lievennys hyvinvointimatkailun keskeisenä tarkoituksena. Myös esimerkiksi kylpylät, hieronnat ja joogaus nousivat esille. Useissa vastauksissa mainittiin myös kehon ja mielen hyvinvoinnin edistäminen, mikä viittaa siihen, että hyvinvointimatkailu nähdään kattavana tapana parantaa fyysistä ja psyykkistä terveyttä. Joissakin vastauksissa mainittiin myös erilaiset urheiluaktiviteetit, kuten patikointi, laskettelu ja golf sekä luonnon lähellä oleminen ja paikalliseen kulttuuriin tutustuminen. Seuraavat kommentit ovat nostoja vastauksista, jotka liittyivät tässä kappaleessa käsiteltyihin aiheisiin.

”Matkustamista, mikä tukee ihmisen kokonaisvaltaista hyvinvointia. On tärkeää saada välillä irti arjesta ja vaihtaa maisemaa, se lisää mielen hyvinvointia. Hyvinvointimatkailu voi painottua myös urheiluun esim golffausreissu.”

”Jotain rentouttavaa ja palauttavaa tekemistä esim ystävien kanssa tai itsekseen. Kylpyläloma ja joogaretriitti ovat vahvasti mielessä.”

”Luontoon liittyvä matkailu, rento loma.”

Osa vastaajista pohti myös hyvinvointimatkailun saavutettavuutta ja siihen liittyvää eriarvoisuutta sekä ympäristövaikutuksia, mikä voi viitata huoleen siitä, että hyvinvointimatkailu voi olla vain varakkaiden ihmisten ulottuvilla ja voi aiheuttaa ekologisia haasteita. Jotkut vastaajat suhtautuivat hyvinvointimatkailuun kriittisemmin ja pitävät hyvinvointimatkailua kalliina tai ”keskiluokkaisten hupina”, kun taas toiset toivovat sen olevan saavutettavampaa kaikille. Seuraavissa kommenteissa nämä asiat käyvät ilmi.

”Ihanaa, kallista, keskiluokkaista.”

”Kuulostaa kivalta, mutta kalliilta, luonnossa liikkuminen on noista ainoa, joka kiinnostaisi.”

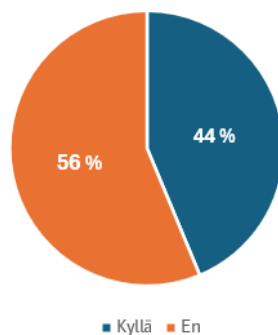
”Rikkaiden hupi. Voisi saada vielä enemmän hyvinvointia tutustumalla paikallisiin ihmisiin ja kulttuureihin kunnolla pelkän uima-altaalla rentoutumisen sijaan. Hyvä esimerkki tästä Bali. Todella

paljon turisteja hotellilomalla ja bilettämässä. Ei ole paikallista kulttuuria kunnioittava tai matkailijoille niin opettavainen tapa matkustaa kuin voisi olla. Kuitenkin hyvät mahdollisuuden levätä ja syödä halpaa ja hyvää ruokaa.”

Kysymyksen 8 vastauksista käy ilmi, että hyvinvointimatkailu on yksilöllistä ja sen tarkoitus voi vaihdella. Toisille se voi olla hieronta tai spa, toisille urheilullinen kokemus tai syvempi henkinen matka, kuten jooga tai meditaatio ja toiset taas pitävät hyvinvointimatkailua kalliina. Yhteenvedon vastauksien perusteella voidaan todeta, että hyvinvointimatkailu nähdään laajan käsitteenä.

Kysymyksessä 9 kysyttiin, onko vastaaja koskaan lähtenyt hyvinvointimatkalle. Hyvinvointimatkalle oli joskus lähtenyt vastaajista 44 % (n=27) ja vastaajista 56 % (n=35) ei ollut koskaan lähtenyt hyvinvointimatkalle. Tuloksista ja kuvion 8 avulla voidaan huomata, ettei hyvinvointimatkailu vielä ole nuorten aikuisten suosituin matkamuoto, vaikka se onkin nouseva trendi.

Oletko koskaan lähtenyt hyvinvointimatkalle?
(n=62)

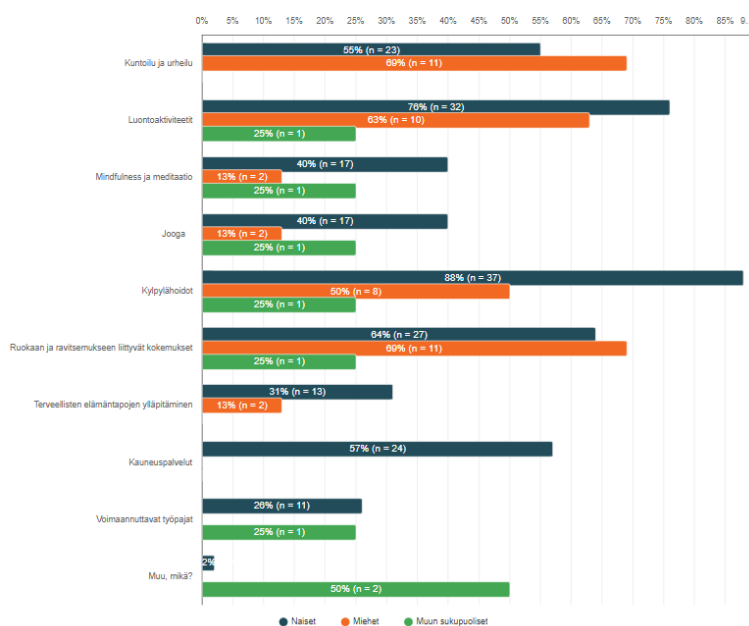


Kuvio 8. Ovatko vastaajat koskaan lähteneet hyvinvointimatkalle

Kysymyksessä 10 selvitettiin, kuinka kiinnostuneita vastaajat olisivat lähtemään hyvinvointimatkalle. Kiinnostusta mitattiin liukukytkimellä, jossa minimiarvo oli 0 (En lainkaan kiinnostunut) ja maksimiarvo oli 10 (Erittäin kiinnostunut). Tulosten perusteella keskiarvoksi saatiin 7,9 ja mediaaniksi 8,5. Nämä viittaavat siihen, että melko suuri osa vastaajista olisi kiinnostunut lähtemään hyvinvointimatkalle.

Kysymys 11 käsitteli erilaisten hyvinvointimatkailevuusaktiiviteettien kiinnostusta ja sitä, mitkä hyvinvointiaktiiviteetit kiinnostavat vastaajaa eniten. Tässä kysymyksessä vastaajalla oli jälleen mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto annetuista tekijöistä. Vastausten perusteella suosituin aktiiviteetti oli kylpylähoidot, jonka olivat valinneet 74 % (n=46) vastaajista. Etenkin naisten kohdalla tämä oli suosituin aktiiviteetti, sillä sen olivat valinneet 88 % (n=37) naisista. Vastaukset olivat jakautuneet melko tasaisesti luontoaktiiviteettien ja ruokaan tai ravitsemukseen liittyvien kokemusten kanssa, jossa luontoaktiiviteetit oli valinnut 69 % (n=43) vastaajista ja ravitsemuskokemukset 63 % (n=39) vastaajista. Ruokaan ja ravitsemukseen liittyvät kokemukset olivat erityisesti miesten suosiossa, sillä sen olivat valinneet 69 % (n=11) miehistä. Toisaalta yhtä suuren määrän miehistä oli kerännyt myös kuntoilu ja urheiluaktiiviteetit. Muun sukupuoliset olivat valinneet puolestaan kaikki muut aktiiviteetit, paitsi urheilun ja kuntoilun, terveellisten elämäntapojen ylläpitämisen ja kauneuspalvelut. Vastaukset olivat jakautuneet tasan mindfulnesin ja meditaation sekä joogan välillä, jossa joogan oli valinnut 32 % (n=20) vastaajista ja yhtä suuri määrä oli valinnut meditaation ja mindfulnesin. Vähiten ääniä keräsivät terveellisten elämäntapojen ylläpitäminen ja voimaannuttavat työpajat, joissa terveelliset elämäntavat saivat 24 % (n=15) ja työpajat 19 % (n=12). Myös ”Muu, mikä?” vaihtoehto sai vähiten ääniä (5 % n=3). Kommentteissa nousi esiin kulttuurielämykset.

11. Mitkä seuraavista hyvinvointiaktiiviteeteistä kiinnostavat sinua eniten?
Vastaajien määrä: 82, valittujen vastausten lukumäärä: 256

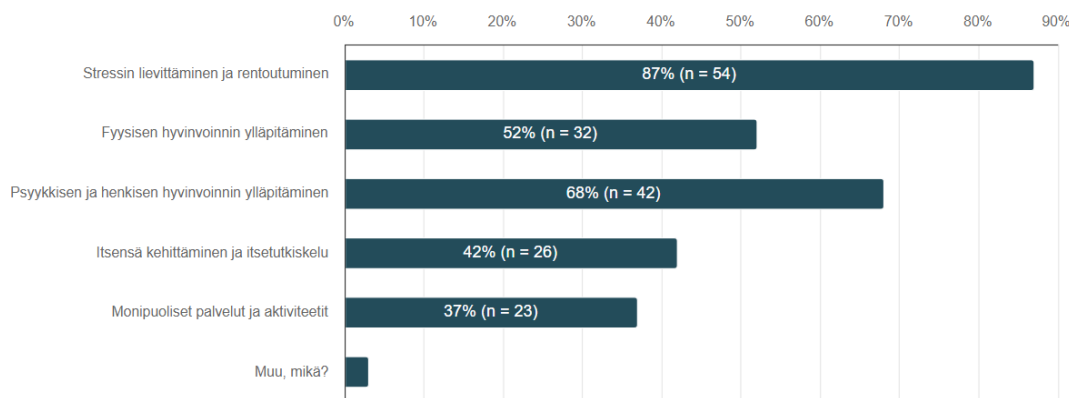


Kuvio 9. Vastaajien mielenkiinto erilaisia hyvinvointiaktiiviteettejä kohtaan sekä sukupuolten välisiä eroja

Kysymyksessä 12 selvitettiin tekijöitä, jotka saivat vastaajan lähtemään hyvinvointimatkalle tai lisäämään edellä mainittuja hyvinvointiaktiviteetteja matkaansa. Tähän kysymykseen oli myös mahdollista valita useampi vaihtoehto. Tulosten ja vastausten perusteella vastaajat haluavat ensisijaisesti lievittää stressiä ja rentoutua, joka on suosituin syy lähteä hyvinvointimatkalle tai lisätä hyvinvointiaktiviteetteja, sillä 87 % (n=54) vastaajista valitsi sen syyksi. Toiseksi eniten vastauksia (68 % n=42) keräsi psyykkisen ja henkisen hyvinvoinnin ylläpitäminen ja 52 % (n=32) vastaajista halua parantaa hyvinvointimatkailun avulla fyysistä hyvinvointiaan. 42 % (n= 26) vastaajista on kiinnostunut henkilökohtaisesta kasvusta ja itsensä löytämisestä matkan aikana ja 37 % (n=23) vastaajista arvostaa matkalla tarjolla olevia erilaisia palveluita ja aktiviteetteja.

12. Mitkä tekijät saivat sinut lähtemään hyvinvointimatkalle tai lisäämään hyvinvointiaktiviteetteja matkaasi?

Vastaajien määrä: 62, valittujen vastausten lukumäärä: 179

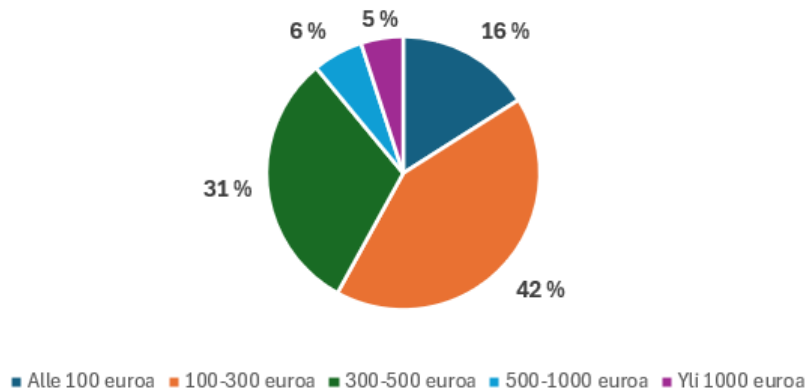


Kuvio 10. Tekijät, jotka saivat vastaajan lähtemään hyvinvointimatkalle tai lisäämään matkaansa hyvinvointiaktiviteetteja

Kysymyksessä 13 selvitettiin, kuinka paljon vastaaja olisi valmis maksamaan yleisesti hyvinvointimatkailupalveluista. Suurin osa vastaajista (42 % n=26) olisi valmis maksamaan 100–300 euroa hyvinvointimatkailupalveluista, mikä tekee siitä yleisimmän vastausvaihtoehdon. 300-500 euroa on toiseksi yleisin hintaluokka, jonka valitsi 31 % (n=19) vastaajista. 16 % (n=10) vastaajista on valmis maksamaan alle 100 euroa, ja pienemmät osuudet, 6 % (n=4) ja 5 % (n=3), ovat valmiita maksamaan 500–1000 euroa ja yli 1000 euroa vastaavasti. Tulosten perusteella voidaan päätellä, että suurin osa vastaajista pitää kohtuullisena maksaa 100–500 euroa hyvinvointimatkailupalveluista,

kun taas pienempi osa on valmis maksamaan joko huomattavasti vähemmän tai enemmän.

Kuinka paljon olisit valmis maksamaan hyvinvointimatkailupalveluista? (n=62)

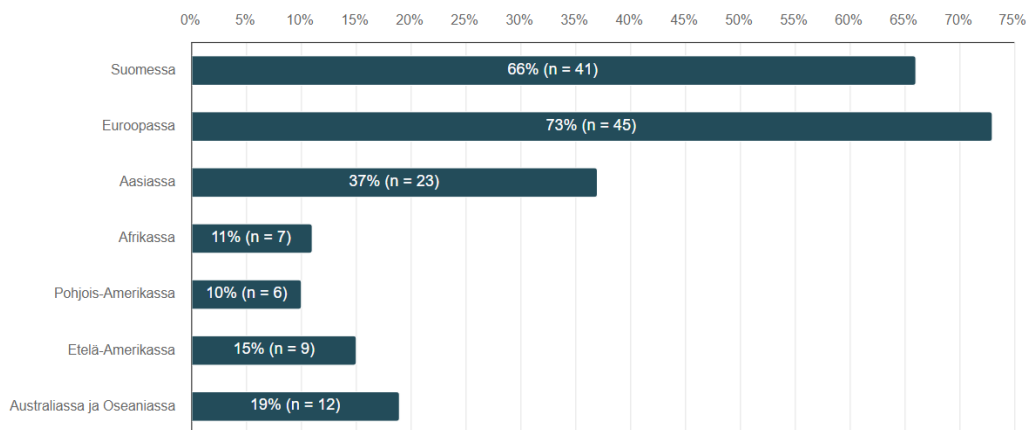


Kuvio 11. Vastaajien valmius maksaa hyvinvointimatkailupalveluista

Kysymyksessä 14 puolestaan kartoitettiin sitä, missä maassa vastaajat haluaisivat toteuttaa hyvinvointimatkan. Kysymyksessä 14 vastaaja pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon. Tulosten perusteella Suomi ja Eurooppa ovat suosituimmat matkakohteet hyvinvointimatkalle. 73 % (n=45) vastaajista haluaisi tehdä hyvinvointimatkan Euroopassa ja 66 % (n=41) Suomessa. Tämä osoittaa, että valtaosa vastaajista suosii lähialueita ja kotimaata hyvinvointimatkailussa. Aasia on kolmanneksi suosituin kohde, sillä 37 % (n=23) vastaajista olisi kiinnostunut matkustamaan Aasiaan hyvinvointimatkaa varten. Vastaajista 19 % (n=12) valitsi Australian ja Oseanian, 15 % (n=9) Etelä-Amerikan, 11 % (n=7) Afrikan, ja 10 % (n=6) Pohjois-Amerikan. Nämä alueet ovat vähemmän suosittuja vaihtoehtoja verrattuna esimerkiksi Eurooppaan ja Suomeen. Yhteenvetona voidaan todeta, että suurin osa vastaajista suosii hyvinvointimatkailua lähellä kotia, Euroopassa ja Suomessa, kun taas kaukaisemmat kohteet kiinnostavat pienempää osaa vastaajista.

14. Missä päin maailmaa haluaisit tehdä hyvinvointimatkan?

Vastaajien määrä: 62, valittujen vastausten lukumäärä: 143



Kuvio 12. Missä päin maailmaa vastaaja haluaisi totetuttaa hyvinvointimatkan

Kysymys 15 liittyi edelliseen kysymykseen, jossa vastaajaa pyydettiin perustelemaan matkakohteen valinta avoimen kysymyksen muodossa. Vastaajien vastauksissa korostui Suomen ja Euroopan matkailuun liittyen matkailun helppous ja mukavuus sekä lähialueen kokeminen tutuksi, turvallisemmaksi ja vähemmän stressaavaksi esimerkiksi eettisistä syistä. Suomen matkailussa mainittiin vielä luontoelämykset ja kylpylät, jotka tarjoavat mahdollisuuden rentoutumiseen ilman tarvetta matkustaa kauas. Seuraavista muutamista nostoista vastaajien kommentteista nämä asiat käyvät ilmi.

”En oikein tykkää kaukomatkoista. Eurooppa on lähellä ja kotimaassa on myös paljon nähtävää.”

”Tunnen oloni turvalliseksi Suomessa ja Euroopassa, joten hyvinvointimatkan onnistumiseksi en lähtisi kauemmaksi.”

”Koen, että Suomessa on todella paljon paikkoja, joissa rentoutua, ilman että tarvitsee esim lentää tai mennä laivalla lomakohteeseen. Tämä olisi ilmastoystävällisempää.”

”Eurooppa on tuttu ja turvallinen sekä suht. helppo ja hinnoiltaan hyvä matkakohde sekä myös kaunis arkkitehtuuriltaan ja luonnoltaan.”

Vastaajien keskuudessa Aasia mainitaan usein hyvinvointimatkailun erinomaisena kohteena erityisesti hengellisyytensä ja perinteisen hyvinvointikulttuurien vuoksi. Joillekin kaukaisemmat kohteet, kuten Aasia tai Australia tarjoavat mahdollisuuden kokea täysin uudenlaisia ympäristöjä ja kulttuureja. Seuraavat kommentit liittyvät näihin mainittuihin asioihin.

”Eri maat kiinnostavat ja niiden kulttuurit. Esim. aasia vaikuttaa todella kauniilta maalta luonnossa olemiseen.”

”Ulkomaanmatkailu kiinnostaa ja sen kautta uusien maisemien ja kulttuurien näkeminen sekä kokeminen.”

”Aasia on erittäin tunnettu hyvinvointimatkailusta. Heillä on myös kulttuurilliset perinteet ja erot Suomen kanssa hyvinvointiin liittyen, jotka ovat tutkimuksellisesti parempia kuin muualla.”

”Aasiassa hengellisyys ja siihen liittyvät hyvinvoinnin aspektit on mielestäni parasta kokea.”

Vastauksissa korostuu myös kohtuuhintaisuus. Moni painottaa, että hyvinvointimatkan ei tarvitse olla kallis ja että lähialueilla matkustaminen on usein edullisempaa. Pienellä budjetilla vastaajat suosivat lähempänä olevia kohteita, kun taas suuremmalla budjetilla kaukaisemmat kohteet voisivat olla vaihtoehto. Joitakin vastaajia huolettaa myös matkustamisen ympäristökuormitus, erityisesti lentomatkailun aiheuttamat päästöt etenkin pitkillä lennoilla. Nämä asiat motivoivat valitsemaan kohteita läheltä kotimaata. Seuraavat kommentit todentavat nämä asiat.

”En tämänhetkisessä elämäntilanteessa koe välttämättä tarvetta tällaiselle matkailulle, mutta jos lähtisin matkan ei tulisi olla hirveän kallis ja kohteena jokin uusi paikka.”

”Haluaisin hyvinvointipalvelun olevan kohtuuhintainen ja mieluiten ei kovin monen tunnin lennon päässä. Minusta pitkät lennot ovat stressaavia ja kuormittavia, joten Suomessa ja lähellä Euroopassa olisi paras.”

”Jos lähdän kauemmaksi kun Suomeen, stressaan matkasta todella paljon. Myös matkustamisen eettisyys ahdistaa lentämisessä. Pohdin, onko itsekästä käyttää lentoja vain yksilön hyvinvoinnin vuoksi.”

Monet vastaajat pitävät myös luontoa tärkeänä osana hyvinvointia. Luontoyhteys, maisemat ja meditointi luonnossa mainitaan rentoutumisen tukijoina sekä Suomessa, että muualla päin maailmaa. Osa vastaajista haluaa myös kokea uusia maisemia ja kulttuureja hyvinvointimatkan aikana. Seuraavat kommentit liittyvät näihin asioihin.

”Sademetsässä olisi ihana meditoida.”

”Hienot maisemat ja urheilukulttuuri.”

”Nähtävyydet, erilaisuus ja todellinen irti pääseminen kotiympäristöstä.”

”Ulkomailla pääsee paremmin irti arjesta kun maisema muuttuu.”

”En ole ikinä ollut jenkeissä.”

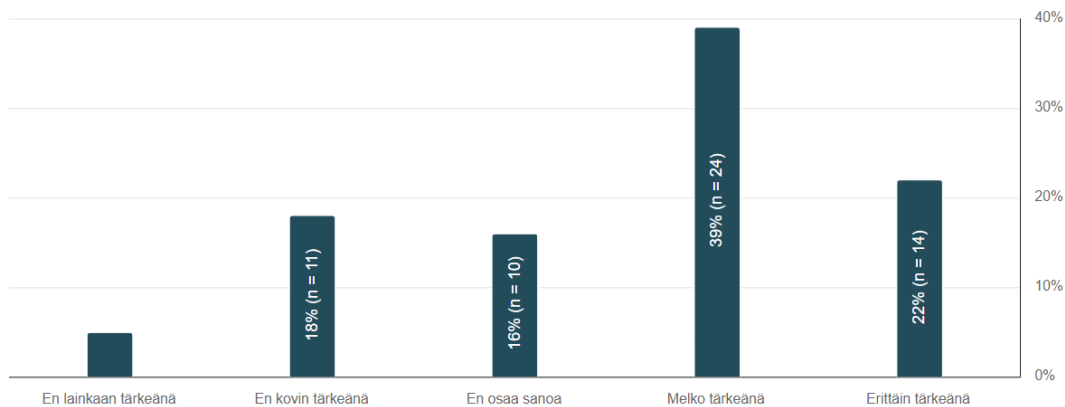
”Olisi mielenkiintoista käydä ulkomailla hyvinvointimatalla koska en ole aijemmin käynyt.”

Yhteenvedona voidaan todeta, että vastaajille tärkeintä on kohtuuhintainen, stressitön ja helppo hyvinvointimatka, joka voi sijoittua Suomeen tai Eurooppaan. Kaukaisemmat kohteet kiinnostavat silloin, kun tarjolla on ainutlaatuisia kokemuksia. Luonnonläheisyys ja ympäristön huomioiminen ovat tärkeitä arvoja hyvinvointimatkailussa nuorten aikuisten keskuudessa.

Kysymyksessä 16 kartoitettiin, kuinka tärkeää kestävä kehitys hyvinvointimatkailupalvelussa on vastaajalle. Vastausten perusteella ja kuvion 13 avulla voidaan huomata, että valtaosa pitää kestävä kehitystä tärkeänä. Melko tärkeänä kestävä kehitystä pitää 39 % (n=24) vastaajista ja erittäin tärkeänä 22 % (n=14). Tämä viittaa siihen, että suurin osa vastaajista arvostaa ekologisia ja kestäviä ratkaisuja hyvinvointimatkailussa. 18 % (n=11) vastaajista ei pidä kestävä kehitystä kovin tär-

keänä, ja 5 % (n=3) ei pidä sitä lainkaan tärkeänä. Tämä osoittaa, että välinpitämättömyys kestävyttä kohtaan on tässä tapauksessa vähäistä. Epävarmuuttakin tuloksissa ilmenee. 16 % (n=11) vastaajista ei osaa sanoa mielipidettään kestävän kehityksen merkityksestä. Tämä voi viitata joko tiedon puutteeseen tai siihen, että kestävä kehitys ei ole vastaajien prioriteetti.

16. Kuinka tärkeänä pidät kestävästä kehitystä hyvinvointimatkailussa?
Vastaajien määrä: 62



Kuvio 13. Kestävän kehityksen tärkeys hyvinvointimatkailussa

Kysymys 17 oli kyselyn viimeinen ja se käsittelee vastaajan mielipiteitä hyvinvoinnin merkityksestä. Kysymys oli avoin, johon vastaaja pystyi kirjoittamaan vapaasti ajatuksiaan hyvinvoinnin merkityksestä itselleen. Vastauksissa monet vastaajat korostivat hyvinvointia kokonaisvaltaisena käsitteenä. Esimerkiksi hyvinvoinnin fyysisiä, psyykkisiä, henkisiä ja sosiaalisia ulottuvuuksia korostettiin vastauksissa. Tämä kertoo siitä, että hyvinvointi ymmärretään laajasti, eikä sitä rajoiteta tiettyyn ulottuvuuteen. Vastaajat viittaavat vastauksissa usein myöskin kehon ja mielen sekä levon ja tekemisen tasapainottamiseen ja kiireettömyyden ja stressittömyyden merkitykseen. Seuraavat nostot kommentteista liittyvät edellä mainittuihin asioihin.

”Stressitöntä ja hyvää oloa ja mieltä. Tunnetta ettei ole kiire eikä miljoonaa asiaa hoidettavana.”

”Kokonaisvaltaista terveyttä, elämästä nauttimista.”

”Hyvää oloa henkisesti sekä fyysisesti.”

”Sekä kehon että mielen kokonaisvaltaista hyvinvointia, sitä että hyviä hetkiä on molemmilla osaluilla enemmän kuin huonoja.”

”Hyvinvointi merkitsee kokonaisvaltaista hyvinvointia jossa mieli lepää ja stressitasot laskevat.”

Vastaajat kertovat, että hyvinvointi on heille henkilökohtaisesti tärkeää ja sitä priorisoidaan korkealle elämässä. Moni ilmaisee arvostusta hyvinvointia kohtaan, mainitsemalla, että hyvinvointi on tärkeä voimavara arjessa. Useat mainitsevat, että hyvinvointi on pohja jaksamiselle ja arjessa selviytymiselle. Seuraavista kommentteista nämä asiat tulevat ilmi.

”Hyvinvointi auttaa jaksamaan päivittäin. Hyvinvointi on erittäin tärkeä osa ihmisen elämää, koska se on kaiken lähtökohta. Omat voimavarat tulisi olla riittävät, jotta kestävä vastoinkäymisiä. Hyvinvointia voi lisätä monella eri tavalla.”

”Hyvinvointi on erittäin tärkeää minulle koska se keskittyy juurikin henkiseen ja fyysiseen hyvinvointiini, sen avulla pärjään elämässä paremmin kun keskityn niihin”

”Ilman sitä muilla asioilla ei oikeastaan ole edes merkitystä.”

”Hyvinvointi on tärkeä asia mistään ei tule mitään ilman hyvää hyvinvointia.”

”Hyvinvointi on elämisen kannalta tärkeitä, että jaksaa hoitaa omat velvollisuutensa kuten työt tai opiskelun. Liikunta on hyvä tapa edistää omaa hyvinvointia.”

”Hyvinvointi on yksi tärkeimmistä asioista, jonka priorisoin hyvin korkealle esimerkiksi arjessani. Omasta hyvinvoinnista kannattaa pitää huolta monipuolisesti, sillä se on tärkeä pohja monelle muulle asialle.”

Vastausten perusteella hyvinvointi liitetään mielihyvään, rauhaan, onnellisuuteen ja elämän mielekkyyteen. Liikunta, hyvä uni, terveellinen ruokavalio, stressin vähentäminen ja palautuminen mainitaan myös useaan otteeseen hyvinvoinnin keskeisinä tukipilareina. Näiden lisäksi nousee

esiin ajatus arjen pienistä teoista ja merkityksellisten asioiden huomioimisesta. Seuraavat nostot ilmentävät näitä asioita.

”Tärkeä asia on hyvinvointi. Nauttii elämästä, nukkuu hyvin ja syö säännöllisesti, pitää itsestä huolen yms.”

”Mielellistä tasapainoa ja tervettä suhdetta liikuntaan, ruokailuun ja fyysiseen kuntoon.”

”Terve keho, terveet ruokailutavat (herkuttelu kuuluu myös asiaan), rauhallinen mieli ei stressiä vaikka olisi stressaavia tilanteita.”

”Hyvinvointi (fyysinen, henkinen, sosiaalinen) lisää onnellisuutta ja parantaa elämänlaatua.”

Vastaajien mielipiteiden perusteella hyvinvointi nähdään kokonaisvaltaisena käsitteenä, joka yhdistää fyysisen, psyykkisen ja henkisen terveyden. Se on keskeinen osa elämänlaatua ja arjessa jaksamista ja sitä pyritään ylläpitää monipuolisilla ja käytännönläheisillä tavoilla. Monille stressin hallinta ja tasapainon löytäminen ovat erityisen tärkeitä hyvinvoinnin saavuttamisessa.

7 Johtopäätökset

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että nuorten aikuisten keskuudessa on kiinnostusta yleisesti hyvinvointimatkoja sekä erilaisia hyvinvointimatkailupalveluita kohtaan ja aihe nostatti monille esiin erilaisia ajatuksia esimerkiksi matkailua ja hyvinvointia kohtaan. Etenkin kyselyn viimeisessä kysymyksessä, jossa pyydettiin vastaajaa kertomaan ajatuksia hyvinvoinnin merkityksestä, nousi paljon esiin erilaisia ajatuksia esimerkiksi hyvinvoinnin tärkeydestä omassa elämässä ja siitä, miten hyvinvointia voitaisiin edistää arjessa tai lomaillessa. Nuorten aikuisten keskuudessa hyvinvointia pidetään erittäin tärkeänä ja täten hyvinvointiin keskittyvät matkatkin koetaan yleisesti houkuttelevana, vaikka kovin moni kyselyyn vastanneista ei ollut vielä lähtenyt pelkästään hyvinvointimatkalle. Tulokset tukevat tietoperustan tietoa hyvinvointimatkailun suosiosta ja kasvusta, jotka esitettiin kappaleessa 2. Nuorten aikuisten ajatus hyvinvoinnin tärkeydestä tukee myös kappaleessa 4.3 esitettyä tietoa, jossa tutkimuksien mukaan nuoret aikuiset ovat kiinnostuneet hyvinvoinnista ja siihen panostamisesta.

Nuorten aikuisten keskuudessa kotimaan- ja Euroopan matkailu on suosittua ja se koetaan tulosten perusteella usein mukavammaksi, kuin kauemmas ulkomaille matkustaminen. Monien ajatuksissa korostui myös ajatus, että kotimaakin voi olla viehättävä ja ettei tarvitse lähteä kauas pelkäämään hyvinvointimatkalle. Tähän liittyi myös ajatukset ja huoli esimerkiksi lentomatkailun ympäristövaikutuksista tai muista matkailun päästöistä, jotka monien vastauksissa korostuivat. Nämä tulokset tukevat puolestaan kappaleessa 3.1 esitettyä tietoa, jonka mukaan kestävän kehityksen arvot ovat monelle erittäin tärkeitä niin yleisesti kuin myös matkaillessa. Useampi mainitsi myös, että esimerkiksi Suomessa ja Euroopassa matkailuun menee vähemmän rahaa, kuin kaukomaille matkustaessa ja myös tämän perusteella hyvinvointimatkailun toteuttaminen Suomessa ja Euroopassa koettiin mukavammaksi.

Hyvinvointimatkailupalveluita kohtaan nuorilla aikuisilla on myös laajaa kiinnostusta. Konkreettiset palvelut tai aktiviteetit, jotka nousivat eniten nuorten aikuisten keskuudessa esille, olivat erilaiset luontoon liittyvät aktiviteetit, kuten luontoretket ja patikointi, kylpylähoidot, ruokaan ja ravitsemukseen liittyvät palvelut, kuntoilu ja urheiluaktiviteetit sekä kauneuspalvelut. Tuloksissa on huomattavissa yhtäläisyyksiä kappaleessa 4.2 esitettyjen tulosten kanssa, joissa mainitaan samat nuoria aikuisia kiinnostavat hyvinvointiaktiviteetit, kuten kylpylä- ja kauneuspalvelut, luontoon liittyvä matkailu sekä urheilu ja kuntoiluaktiviteetit. Kuitenkaan ruokaan ja ravitsemukseen liittyviä palveluita ei oltu mainittu kappaleessa 4.2. Paikallisen ruoan syöminen suosittuna matkailuaktiviteettina mainitaan kuitenkin kappaleessa 4.1, joka tukee ruokaan ja ravitsemukseen liittyvien palveluiden suosiota. Kyseisissä palveluissa on huomattavissa eroja myös sukupuolten välillä, esimerkiksi naisten suosiossa olivat kylpylä- ja kauneushoidot ja miehet suosivat eniten ruoka- ja ravitsemuspalveluita sekä kuntoilu ja urheiluaktiviteetteja. Kyseisiä eroja voidaan osittain selittää sukupuoleen liitettyillä stereotyyppioilla, sillä kylpylä- ja kauneushoidot on perinteisesti mielletty naiselliseksi, kun taas urheilu ja ravitsemus korostavat toimintaa ja fyysistä suorituskykyä, jotka saatetaan liittää miehisyyteen. Myös kappaleessa 4.1 esitetyn tutkimuksen mukaan miehiä kiinnostaa enemmän urheiluun liittyvät tapahtumat ja aktiviteetit, joka osaltaan vahvistaa tätä stereotyyppiä. On kuitenkin tärkeää huomioida, että nuoremmissa sukupolvissa mieltymykset eivät välttämättä seuraa näitä perinteisiä linjauksia. Esimerkiksi tulosten perusteella miesten kiinnostus esimerkiksi meditaatioon ja mindfulnessiin on kasvanut, kun taas naiset osallistuvat yhä enemmän toiminnallisiin ja fyysisiin aktiviteetteihin. Tästä hyvänä esimerkkinä voidaan pitää luontoaktiviteettien suosiota, sillä se yhdistää usein mindfulnessia ja fyysisiä toimintoja, joita luonto tarjoaa ympäristöllään.

Tärkeimpänä motivoivana tekijänä mahdolliselle hyvinvointimatkalle lähtiessä koettiin stressin lievittäminen ja rentoutuminen sekä psyykkisen ja henkisen hyvinvoinnin ylläpitäminen, jotka viittaavat siihen, että monilla on tarve vähentää stressiä ja palautua henkisesti esimerkiksi mieltä kuormittavista asioista, kuten opiskelusta tai töistä. Tätä tukee myös kappaleessa 4.2 esitetyt asiat liittyen nuorten aikuisten halukkuuteen parantaa yleistä hyvinvointia esimerkiksi matkailun avulla ja asettaa rentoutuminen etusijalle. Vaikka nuoret aikuiset arvostavat hyvinvointipalveluita, heidän maksuhalukkuutensa voi olla rajallisempi, kuten tulosten perusteella voitiin nähdä. Vastausten perusteella monet saattavat kuitenkin nähdä hyvinvointimatkailun investointina omaan terveyteensä ja ovat täten valmiita maksamaan enemmän esimerkiksi yksilöllisistä ja räätälöidyistä palveluista. McKinsey & Companyn tekemä tutkimus kappaleessa 4.3 tukee myös kyseistä maksuhalukkuutta, sillä tutkimuksen mukaan nuoret aikuiset käyttävät yhä enemmän rahaa omaan hyvinvointiin ja terveyteen.

Yhteenvedon voidaan kuitenkin todeta, että nuoret aikuiset ovat yhä kiinnostuneempia terveydestään ja hyvinvoinnistaan. He arvostavat kokonaisvaltaisia kokemuksia, joissa yhdistyvät fyysinen, henkinen ja emotionaalinen hyvinvointi. Monien vastauksissa korostuva kiireinen elämäntyyli ja muut paineet voivat lisätä kiinnostusta rentoutumiseen ja palautumiseen keskittyviin palveluihin.

7.1 Kehitysehdotukset matkailualalle

Johtopäätösten ja tulosten pohjalta syntyi muutamia kehitysideoita yleisesti matkailualalle liittyen nuorten aikuisten hyvinvointimatkailuun, joilla esimerkiksi hyvinvointimatkailupalveluiden tarjoajat voivat kehittää palveluitaan.

Ensimmäisenä ehdotuksena on luontomatkailemisen ja kestävä kehityksen painottaminen matkailussa. Monet nuorista aikuisista suosivat kestäviä matkailumuotoja, joten palveluntarjoajan kannattaa korostaa palveluissaan vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä. Erilaisten luontoaktiviteetteihin liittyviä palveluita ja monipuolisia luontokohteita Suomessa ja Euroopassa kannattaa kehittää ja niiden markkinoinnissa on suositeltavaa korostaa ekologisuutta ja pienempiä kustannuksia, jotta ne olisivat mahdollisimman houkuttelevia esimerkiksi kaukomaiden sijaan.

Toisena ehdotuksena on hyvinvointipalveluiden ja -matkojen tarjoaminen kustannustehokkaasti, mutta laadukkaasti nuorten aikuisten budjettia huomioiden. Tästä esimerkkinä ovat lyhyemmät viikonloppumatkat tai day-spa-palvelut. Palveluihin voidaan myös tarjota peruspaketteja, joihin asiakas voi lisätä maksullisia lisäpalveluita, mikäli asiakkaalla on isompi budjetti käytössään.

Kolmantena ehdotuksena on sellaisten palveluiden tarjoaminen, jotka tähtäävät stressin vähentämiseen, kuten meditaatio, jooga, mindfulness-työpajat ja spa-hoigot. Työn ja opiskelun vastapainoksi kannattaa suunnitella hyvinvointimatkoja, jotka keskittyvät henkiseen palautumiseen. Palveluita tarjottaessa kannattaa myös korostaa hyvinvointimatkailun pitkäaikaisia hyötyjä terveydelle ja henkiselle hyvinvoinnille.

Neljäntenä ehdotuksena on hyödyntää markkinoinnissa sosiaalista mediaa ja muita digitaalisia kanavia tavoittaakseen nuoret aikuiset houkuttelevalla ja ajankohtaisella sisällöllä. Esimerkiksi trendien seuraamalla voidaan tutkia nuorten aikuisten muuttuvia mieltymyksiä ja tarpeita. Yrityksille ja oppilaitoksille suunnattuja hyvinvointipaketteja on myös kannattavaa miettiä, jotta organisaatiolla on mahdollisuus järjestää työntekijöille tai opiskelijoille suunnattuja hyvinvointimatkoja, jotka tukevat heidän jaksamistaan.

Jatkoa ajatellen olisi kannattavaa myös vielä tutkia hyvinvointimatkailun vaikutuksista nuorten aikuisten hyvinvointiin pidemmällä aikavälillä ja sitä, millä perusteilla nuoret aikuiset arvioivat hyvinvointimatkailukokemuksen onnistumista ja arvoa. Kyseisten teemojen tutkiminen auttaisi ymmärtämään yhä syvällisemmin nuorten aikuisten tarpeita ja odotuksia hyvinvointimatkailupalveluissa, mikä mahdollistaisi kohdennetumman palvelukehityksen ja markkinoinnin.

7.2 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Tämän työn teossa on pyritty noudattamaan mahdollisimman hyvin hyvää tieteellistä käytäntöä. Eettisesti hyvässä tutkimuksessa on noudatettu rehellisyyttä, huolellisuutta ja tarkkuutta. Esimerkiksi tulosten tallentamisessa sekä niiden esittämisessä ja arvioinnissa. Tutkimuksessa on myös sovellettu kriteerien mukaisia ja eettisiä tutkimus-, arviointi- ja tiedonhankintamenetelmiä, joihin kuuluu muun muassa isossa osassa avoimuus. Tämä tarkoittaa, että on otettu huomioon muiden tutkijoiden tai kirjoittajien saavutukset sekä työt asianmukaisella ja kunnioittavalla tavalla. (Kuula 2006.)

Tässä tutkimuksessa on myös noudatettu objektiivisuutta, joka tarkoittaa, että näkemys on ollut puolueetonta, tasapuolista ja asenteesta riippumatonta. Tiedonhankinta on perustettu oman alan tieteelliseen kirjallisuuteen tai muihin asianmukaisiin tietolähteisiin, kuten esimerkiksi verkkomateriaaliin. Verkkomateriaalia käytettäessä täytyy varmistaa, että se on vapaasti käytettävissä ja luotettavaa. Luotettavan materiaalin tunnistaa muun muassa siitä, että siinä on tekijän nimi, julkaisupäivämäärä, teoksen tai julkaisun nimi, julkaisija ja tiedon mihin tarkoitukseen teos tai julkaisu on tehty. (Vilka 2007. 32.) Kaikki työssä käytetyt lähteet on merkitty lähdeluetteloon asiallisesti ja niiden käyttö on myös toteutettu mahdollisimman asiallisesti. Osassa käytetyissä lähteistä ei kuitenkaan ollut esimerkiksi julkaisupäivämäärää tai tekijän nimeä, joka hieman lisäsi epävarmuutta lähteen luotettavuudesta. Lähteiden valikoinnissa pyrittiin myös arvioimaan niiden tieteellisyttä.

Tutkimuksen tulokset esitettiin mahdollisimman objektiivisesti ja rehellisesti tuloksia vääristelemättä. Heikkouksia ja rajoitteita tuotiin myös esiin esimerkiksi mainitsemalla, ettei kyselyyn vastanneiden määrä yltänyt tavoitteeseen ja täten yleistämisestä tuli haastavampaa, eikä asenteista tai mieltymyksistä saatu täydellistä kuvaa. Tuloksia raportoitaessa täytyi myös kiinnittää huomiota kirjoitustyyliin, jotta se ei ota kantaa esimerkiksi omiin mielipiteisiin.

Tutkimuksessa ei ole salassa pidettäviä tietoja, eikä tutkimukseen osallistuvilta ole kerätty mitään henkilökohtaisia tietoja, kuten nimiä, osoitteita tai muita yhteystietoja. Tutkimus on myös pyritty tekemään mahdollisimman luotettavaksi, joka tarkoittaa, että tulokset eivät ole sattumanvaraisia ja tulokset ovat toistettavia. Tämä tarkoittaa, että sama mittaustulos saadaan saman henkilön kohdalla tutkijasta riippumatta. Luotettavuutta voi heikentää satunnaisvirheet. Näitä virheitä voi sattua tilanteissa, joissa esimerkiksi kysymystä ei ymmärretä, kysymykseen on vahingossa vastattu väärin tai tutkija ymmärtää vastauksen väärin. (Vilka 2021.) Tuloksissa oli huomattavissa niin sanottuja ”tahallisia virheitä”, joissa kyselyyn vastannut oli vastannut tahallaan kysymykseen asiattomasti. Vastauksilla ei kuitenkaan ollut merkittävää vaikutusta kokonaistuloksiin, jonka perusteella niitä ei poistettu kokonaan.

8 Pohdinta

Nuorten aikuisten mieltymykset hyvinvointimatkailupalveluihin ovat monipuolinen ja monisyinen aihe, joka heijastelee tämän ikäryhmän elämäntapoja, arvoja ja yhteiskunnallisia trendejä. Tutkimuksen tekeminen tarjosi arvokasta tietoa paitsi heidän preferensseistään myös siitä, miten matkailualan toimijat voivat kohdentaa palveluitaan houkutellakseen juuri tätä kohderyhmää. Kokonaisuutena opinnäytetyö tarjoaa hyödyllistä pohjaa jatkotutkimukselle ja käytännön soveltamiselle. Hyvinvointimatkailun kysynnän odotetaan kasvavan entisestään ja nuoret aikuiset ovat merkittävä ja potentiaalinen asiakasryhmä, jonka tarpeet on tärkeää ymmärtää ja huomioida.

Työn haastavin ja aikaa vievin osuus oli tietopohjan kirjoittaminen. Välillä oli myös vaikeuksia löytää sopivia lähteitä ja monien lähteiden ollessa englanninkielisiä, niiden kääntäminen ja ymmärtäminen vei aikaa, joka näkyi osittain motivaation puutteena tietopohjan teossa. Itse kyselyn tekeminen sujui moitteettomasti, sillä Webropol oli tuttu sovellus ja täten sen käyttö oli vaivatonta. Kyselystä saatu aineisto ja sen analysointi vei myös paljon aikaa, mutta koska mielenkiinnolla odotin tuloksia, niiden avaaminen työhön oli mielekästä. Tulosten analyysissä huomasin myös joidenkin kysymysten kohdalla pieniä kehityskohteita tai asioita, joita olisin voinut muotoilla huolellisemmin. Esimerkiksi kysymyksessä, jossa pyydettiin kertomaan ajatuksia hyvinvointimatkailussa, olin unohtanut yhden sanan kysymyksestä, joka näytti jälkeensä ainakin omaan silmään hassulta. Huomasin myös, että kysyttäessä Suomessa matkustamisen syitä, olisin voinut laittaa vaihtoehtoksi perheen tai ystävien näkemisen, sillä usea vastaaja mainitsi tämän ”Muu, mikä?” vaihtoehtossa. Kysymyksessä liittyen vastaajan valmiuteen maksaa hyvinvointimatkailupalveluista olisin voinut myös tarkentaa kysymystä esimerkiksi lisäämällä virkkeeseen ”per henkilö per päivä” tai antamalla esimerkkitalanteen, johon vastaaja olisi voinut peilata päätöksensä, jolloin kysymys olisi ollut selkeämpi.

Opinnäytetyön tekeminen kokonaisuudessaan oli mielenkiintoista ja antoisaa, vaikka aikataulun suhteen tulikin hieman kiire. Työ kuitenkin eteni ja noudatti suunnitelmaa aikataulun mukaisesti, eikä isompia haasteita prosessin aikana tullut vastaan. Tekemistä helpotti myös aiheen mielenkiintoisuus, joka motivoi etenkin tiedonhankinnassa ja lähteiden valitsemisessa. Työskentely aiheen parissa oli paitsi opettavaista, mutta myös erittäin palkitsevaa.

Lähteet

Bonnie, R. J., Stroud, C. & Breiner, H. 2015. Investing in the Health and Well-Being of Young Adults. Washington (DC): National Academic Press (US); 2015. Viitattu 3.11.2024. <https://pub-med.ncbi.nlm.nih.gov/25855847/>

Bremmer, C. 2023. Top Trends for Travel in 2024. Euromonitor International. Viitattu 2.11.2024. <https://www.euromonitor.com/article/top-trends-for-travel-in-2024>

Business Finland. 2019. Analyysi hyvinvointimatkailun tilasta ja kehittämistarpeista. Viitattu 7.10.2024. https://www.businessfinland.fi/4a84ad/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/wellbeingden_2019_loppuraportti.pdf

Callaghan, S., Doner, H., Medalsy, J., Pione, A. & Teichner, W. 2024. The trends defining the \$1.8 trillion global wellness market in 2024. Viitattu 3.11.2024. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/the-trends-defining-the-1-point-8-trillion-dollar-global-wellness-market-in-2024>

Dickinson, J. & Lumsdon, L. 2010. Slow travel and tourism. London; New York: Earthscan, c2010. 1-6. Viitattu 16.10.2024. <https://janet.finna.fi/>, Ebook Central Academic Complete International Edition.

Dillman, D.A., Smyth, J.D. & Christian L.M. 2014. Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys. Hoboken, N.J.: Wiley, 2014. 301, 303-305. Viitattu 11.11.2024. <https://janet.finna.fi/>, Ebook Central Academic Complete International Edition.

Dufva, M. 2024. Megatrendit 2024. Sitra. Viitattu 13.10.2024. <https://www.sitra.fi/blogit/megatrendit-2024>

Dunsby, A. 2019. The travel trends influencing gen z. TTG – Travel Trade Gazette. Viitattu 29.10.2024. <https://www.ttgmedia.com/features/features/the-travel-trends-influencing-gen-z-19195>

Dziadkiewicz, A., Lindell, L. & Minga, Z. 2023. Generation Y & Z towards wellbeing tourism – Challenge or necessity for the tourism industry? Silesian university of technology publishing house. 123-126. Viitattu 30.10.2023. <https://managementpapers.polsl.pl/wp-content/uploads/2023/07/173-Dziadkiewicz-Lindell-Minga.pdf>

Edelheim, J. & Ilola, H. 2017. Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 2017. 77. Viitattu 8.10.2024. <https://janet.finna.fi/>, Electronic publication.

Efimova, D. 2024. Artificial Intelligence in Tourism. Epam. Viitattu 14.10.2024. Saatavissa: <https://startups.epam.com/blog/artificial-intelligence-in-tourism-and-travel-industry>

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino, 1998. Viitattu 10.11.2024. Saatavissa: <https://janet.finna.fi/>, Ellibs.

Ethos. 2024. AI, Wellness, and Eco-Tourism lead the 2024 Travel Trends: Report. Viitattu 27.11.2024. <https://the-ethos.co/ai-wellness-eco-tourism-2024-travel-trends-report/>

Finto. Metatietosanasto. 2024. Viitattu 7.11.2024. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:au:mts:m176>

Future Market Insights. N.d. Wellness Tourism Market. Viitattu 13.10.2024. <https://www.futu-remarketinsights.com/reports/wellness-tourism-market>

Gan, T., Zheng, J., Li, W., Li, J. & Shen, J. 2023. Health and Wellness Tourists' Motivation and Behavior Intention: The Role of Perceived Value. *Frontiers in Psychology*. Viitattu 30.10.2024. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10001975/>

Global Wellness Institute. N.d. Wellness tourism. Viitattu 7.10.2024. <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/>

Global Wellness Institute. 2024. Wellness Tourism Initiative Trends for 2024. Viitattu 10.10.2024. <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2024/04/30/wellness-tourism-initiative-trends-for-2024/>

Günther, K. & Hasanen, K. 2021. Tutkimuksen suunnittelu. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Tietoaarkisto. Viitattu 7.11.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>

Günther, K., Hasanen, K. & Juhila, K. 2021. Johdanto: Analyysi ja tulkinta. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Tietoaarkisto. Viitattu 27.11.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>

Hilton Segel, L. & Hatami, H. N.d. Mind the Gap: Gen Zers are obsessed with wellness. Viitattu 2.11.2024. <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/email/genz/2024/01/2024-01-23d.html>

Juhila, K. 2021. Teemoittelu. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Tietoaarkisto. Viitattu 27.11.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>

Kilroy. N.d. Opas hitaaseen matkailuun. Viitattu 16.10.2024. <https://www.kilroy.fi/blogi/hitaan-matkustamisen-salat>

Kuula, A. 2006. Tutkimusetiikka: aineistojen hankinta, käyttö ja säilytys. Tampere: Vastapaino, 2015. Viitattu 20.11.2024. <https://janet.finna.fi/>, Ellibs.

Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja. N.d. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu 11.11.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/>

Market Business News. N.d. What is wellness tourism? Definition and meaning. Viitattu 8.10.2024. <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/wellness-tourism/>

Richards, G. & Morrill, W. 2019. Motivations of global Millennial travelers. Viitattu 29.10.2024. <https://www.redalyc.org/journal/5041/504162911008/html/>

Richards, G. 2018. Cultural tourism: A review of recent research and trends. Viitattu 16.10.2024. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677018300755>

Rita, P., Borchado, A. & Dimova, L. 2019. Millennials' travel motivations and desired activities within destinations: A comparative study of the US and the UK. 13-14. Viitattu 29.10.2024. https://research.unl.pt/ws/portalfiles/portal/15567010/Millennials_travel_motivations.pdf

Rubin, A. N.d. Trendianalyysi tulevaisuudentutkimuksen menetelmänä. TOPI – Tulevaisuudentutkimuksen oppimateriaali. Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Turun kauppakorkeakoulu. Turun yliopisto. Viitattu 13.10.2024. <https://tulevaisuus.fi/metodit/toimintaympariston-muutosten-tarkastelu/trendianalyysi-tulevaisuudentutkimuksen-menetelmana/>

Saukkonen, P. N.d. Tutkimusmenetelmät ja tutkimusaineistot. Tutkielman tukisivut. Viitattu 10.11.2024. <https://www.mv.helsinki.fi/home/psaukkon/tutkielma/Tutkimusmenetelmät.html>

Sitra. N.d. Tulevaisuussanasto. Viitattu 13.10.2024. <https://www.sitra.fi/tulevaisuussanasto/mega-trendi/>

Szoboszlai, A. 2020. Investigation for young adults interest in health. Journal of Education Culture and Society. 54-56. Viitattu 2.11.2024. https://www.researchgate.net/publication/338523614_Investigation_for_young_adults_interest_in_health

Terveysten ja hyvinvoinnin laitos. N.d. Hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen johtaminen: keskeisiä käsitteitä. Viitattu 2.11.2024. <https://thl.fi/aiheet/hyvinvoinnin-ja-terveyden-edistamisen-johtaminen/hyvinvointijohtaminen/hyvinvointi-ja-terveyserot/keskeisia-kasitteita>

Travel Wanderlust. 2023. 2024 Travel trends to watch. Viitattu 14.10.2024. <https://www.travel-wanderlust.co/articles/2024-travel-trends/>

Valtion nuorisoneuvosto. 2013. Nuorten oma käsitys nuoruuden ”ikärajoista” selvitetty. Viitattu 19.10.2024. <https://tietoanuorista.fi/nuorten-oma-kasitys-nuoruuden-ikarajoista-selvitetty/>

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi. 13–15, 17, 28, 32, 46, 119, 122, Viitattu 10.11.2024. <https://janet.finna.fi/>, Ellibs.

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä (5., päivitetty painos.). Jyväskylä: PS-kustannus, 2021. Viitattu 20.11.2024. <https://janet.finna.fi/>, Ellibs.

Visit Finland. N.d. Hyvinvointimatkailu. Viitattu 7.10.2024. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/tuotekehitysteemat/hyvinvointimatkailu>

Visit Finland. N.d. Vastuullinen matkailu. Viitattu 14.10.2024. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu#stored>

Weerakit, N. & Jing, G. 2023. Motivations and Segmentation of Young Wellness Tourists in Chengdu: A Case Study in the Post-COVID-19 Era. Viitattu 30.10.2024.

Wellness tourism. N.d. Wellness Tourism Trends: What's Popular in 2024? Viitattu 27.11.2024.
<https://www.wellnesstourism.com/article/wellness-tourism-trends-whats-popular-in-2024>


WYSE Travel Confederation. N.d. The Power of Youth Travel. Viitattu 19.10.2024.
<https://www.wysetc.org/research/the-power-of-youth-travel/>

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake



Nuorten aikuisten mieltymykset hyvinvointimatkailupalveluissa

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Hei, olen Kreetta ja opiskelen viimeistä vuotta palveluliiketoimintaa. Tämä kysely on opinnäytetyötäni varten, jossa tutkin nuorten aikuisten mieltymyksiä hyvinvointimatkailupalveluihin liittyen. Kysely on täysin anonyymi ja tuloksia käytetään ainoastaan tutkimustarkoituksiin. Aineisto säilytetään joulukuuhun 2024 asti, jonka jälkeen se poistetaan kokonaan.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia, eikä sinulla tarvitse olla aikaisempaa kokemusta hyvinvointimatkailusta.

Kiitos paljon ajastasi ja panoksestasi!

1. Ikä *

- 18-20
- 21-23
- 24-26
- 27-30

2. Sukupuoli *

- Nainen
- Mies
- Muu
- En halua vastata

3. Kuinka usein matkustat Suomen sisällä? *

- Viikottain
- Kuukausittain
- Pari kertaa vuodessa
- Vuosittain
- Harvemmin

4. Mitkä ovat tärkeimmät syyt, kun matkustat Suomessa?

- Loma ja rentoutuminen
- Uudet seikkailut ja elämykset
- Uuden oppiminen
- Erilaisten kulttuurien kokeminen
- Opiskelu tai työ
- Harrastuksen toteuttaminen
- Luonnossa oleminen ja ulkoilu
- Terveysten ja hyvinvoinnin parantaminen
- Muu, mikä?

5. Kuinka usein matkustat ulkomaille? *


- Viikottain
- Kuukausittain
- Pari kertaa vuodessa
- Vuosittain
- Harvemmin

6. Mitkä ovat tärkeimmät syyt, kun matkustat ulkomaille? *

- Loma ja rentoutuminen
- Uudet seikkailut ja elämykset
- Uuden oppiminen
- Erilaisten kulttuurien kokeminen
- Opiskelu tai työ
- Harrastuksen toteuttaminen
- Luonnossa oleminen ja ulkoilu
- Terveysten ja hyvinvoinnin parantaminen
- Muu, mikä?

7. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia tekijöitä matkaa varatessa?

	Ei lainkaan tärkeä	Ei kovin tärkeä	En osaa sanoa	Melko tärkeä	Erittäin tärkeä
Matkakohde *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Majoituksen sijainti suhteessa esimerkiksi kaupungin keskustaan *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkan hinta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelujen (ravintolat, baarit, kaupat) läheisyys ja saatavuus *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aktiviteetit (tapahtumat, nähtävyydet) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuljetukset ja kulkuvälineet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkan ekologisuus ja eettisyys *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Hyvinvointimatkailu on matkailua, joka vielä matkan päätyttyäkin tuottaa matkailijalle hyvää oloa. Hyvinvointimatkailu ei paranna esimerkiksi sairauksia tai korjaa kuntoa itsestään, vaan se ylläpitää ja edistää matkailijan terveyttä ja vireyttä. Hyvinvointimatkailun aktiviteetteja voi olla esimerkiksi kylpylälomat, luonnossa liikkuminen, urheiluaktiviteetit tai joogareitit.

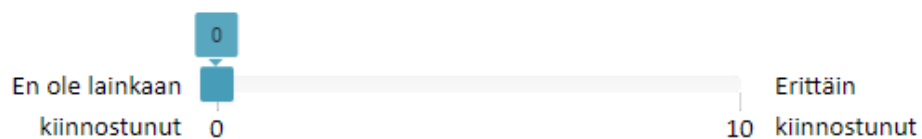
8. Mitä ajatuksia sinulle tulee ensimmäiseksi hyvinvointimatkailusta? *

9. Oletko koskaan lähtenyt hyvinvointimatkalle? *

Kyllä

En

10. Kuinka kiinnostunut olisit lähtemään hyvinvointimatkalle? *



11. Mitkä seuraavista hyvinvointiaktiviteeteista kiinnostavat sinua eniten? *

- Kuntoilu ja urheilu
- Luontoaktiviteetit
- Mindfulness ja meditaatio
- Jooga
- Kylpylähoidot
- Ruokaan ja ravitsemukseen liittyvät kokemukset
- Terveellisten elämäntapojen ylläpitäminen
- Kauneuspalvelut
- Voimaannuttavat työpajat
- Muu, mikä?

12. Mitkä tekijät saivat sinut lähtemään hyvinvointimatkalle tai lisäämään hyvinvointiaktiviteetteja matkaasi? *

- Stressin lievittäminen ja rentoutuminen
- Fyysisen hyvinvoinnin ylläpitäminen
- Psyykkisen ja henkisen hyvinvoinnin ylläpitäminen
- Itsensä kehittäminen ja itsetutkiskelu
- Monipuoliset palvelut ja aktiviteetit
- Muu, mikä?

13. Kuinka paljon olisit valmis maksamaan hyvinvointimatkailupalveluista? *

- Alle 100 euroa
- 100-300 euroa
- 300-500 euroa
- 500-1000 euroa
- Yli 1000 euroa

14. Missä päin maailmaa haluaisit tehdä hyvinvointimatkan? *

- Suomessa
- Euroopassa
- Aasiassa
- Afrikassa
- Pohjois-Amerikassa
- Etelä-Amerikassa
- Australiassa ja Oseaniassa

15. Perustele vastauksesi *

16. Kuinka tärkeänä pidät kestävästä kehityksestä hyvinvointimatkoissa? *

- En lainkaan tärkeänä
- En kovin tärkeänä
- En osaa sanoa
- Melko tärkeänä
- Erittäin tärkeänä

17. Mitä hyvinvointi merkitsee sinulle? *