

**Vaihto-opiskelijoiden matkustuskäyttäytyminen:  
Case Haaga-Helian kansainväliset vaihto-opiskelijat  
vuonna 2014**

Emilia Kujala, Riikka Stick



<b>Tekijä(t)</b> Emilia Kujala, Riikka Stick	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön otsikko</b> Vaihto-opiskelijoiden matkustuskäyttäytyminen: Case Haaga-Helian kansainväliset vaihto-opiskelijat vuonna 2014	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 104+13
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena on vaihto-opiskelijoiden vaihdonaikaisen matkustuskäyttäytymisen tutkiminen. Tutkimuksen kohderyhmä on rajattu eri liikkuvuusohjelmien kautta saapuviin kansainvälisiin vaihto-opiskelijoihin, jotka suorittivat opintojaan Haaga-Helia ammattikorkeakoulun eri toimipisteissä vuoden 2014 aikana. Opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa kohderyhmän matkailullisia ominaisuuksia, ja täten tarkoituksena on tuottaa tietoa, jota eri toimijat kuten Haaga-Helian kansainväliset palvelut sekä Erasmus Student Networkin paikallistoimijat voivat hyödyntää esimerkiksi markkinoinnillisissa toimenpiteissään.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään matkustuskäyttäytymistä ja siihen sidoksissa olevaa kuluttajakäyttäytymistä, matkailua ja nuorisomatkailua sekä itse kohderyhmää ja heidän tyypillisiä piirteitensä. Näiden lisäksi teoriaosan aihealueisiin lukeutuvat Haaga-Helian esittely, eri liikkuvuusohjelmat, Erasmus Student Network sekä Suomen esittely matkailumaana.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimusosuus toteutettiin huhtikuussa 2015 kvantitatiivista tutkimusotetta käyttämällä, ja aineistonkeruumenetelmänä käytettiin sähköistä Webropol – kyselyä. Tulokset analysoitiin pääosin Webropolin ja Excelin avulla.</p> <p>Tutkimustulokset osoittavat, että vaihdonaikainen matkustus oli kohderyhmälle tyypillistä, sillä kyselyyn vastanneista vaihto-opiskelijoista kaikki olivat tehneet vaihtonsa aikana joko oma-toimisia matkoja tai pakettimatkoja, tai molempia. Lisäksi vastaajat olivat matkustaneet myös Suomen ulkopuolelle, Suomen lähellä sijaitseviin maihin. Omatoimisten matkojen kohdalla suosittiin pääsääntöisesti Etelä-Suomessa sijaitsevia kohteita, kun taas suosituin pakettimatka oli ESN:n järjestämä Lapin matka. Lisäksi suosituin matkustusajankohta omatoimisille matkoille oli viikonloppu, ja yleisiä kulkuvälineitä olivat puolestaan laiva, linja-auto sekä lentokone. Tärkeimmiksi matkustusmotiveiksi osoittautuivat rentoutuminen ja hauskanpito, uudet kokemukset sekä mahdollisuus tutustua paikallisiin.</p>	
<b>Asiasanat</b> Matkustaminen, vaihto-opiskelijat, opiskelijavaihto, kuluttajakäyttäytyminen	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Matkustuskäyttäytyminen .....	3
2.1	Matkailun määritelmä ja tyypit .....	3
2.2	Matkailutuotteet.....	6
2.3	Matkailukysyntä .....	8
2.4	Kuluttajakäyttäytyminen ja ostopäätösprosessi .....	11
2.5	Motivaatiotekijät .....	14
3	Kohderyhmän matkailulliset erityispiirteet.....	18
3.1	Vaihto-opiskelijat – keitä he ovat? .....	18
3.2	Nuorisomatkailun määritelmä.....	18
3.3	Nuorisomatkailu ilmiönä .....	20
3.4	Nuorisomatkailijan piirteet .....	20
4	Vaihto-opiskelijat Haaga-Heliassa ja Suomessa.....	24
4.1	Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy.....	24
4.2	Haaga-Helia ja kansainvälisyys.....	24
4.3	Erasmus.....	25
4.4	Nordplus .....	29
4.5	FIRST .....	30
4.6	Erasmus Student Network – ESN .....	32
5	Suomi matkailumaana.....	37
5.1	Matkailu ja Suomi.....	38
5.2	Suomen matkailupotentiaali .....	39
5.3	Suomen valttikortit matkailumaana.....	41
5.4	Suomen matkailualueet.....	44
6	Tutkimuksen toteutus .....	50
6.1	Tavoitteet.....	50
6.2	Tutkimuksen lähestymistapa ja menetelmät.....	51
6.3	Kyselyn esittely .....	54
6.4	Aineiston kerääminen ja käsittely .....	56
6.5	Tutkimuksen luotettavuus .....	59
7	Tutkimustulokset ja analysointi.....	61
7.1	Taustatiedot .....	61
7.2	Omatoimiset matkat .....	67
7.3	Pakettimatkat ja muut järjestetyt retket.....	77
8	Johtopäätökset.....	88
9	Pohdinta.....	93
	Lähteet .....	95



# 1 Johdanto

Opinnäytetyömme käsittelee Suomeen saapuvien vaihto-opiskelijoiden matkustuskäyttämistä heidän vaihtonsa aikana sekä Suomessa että Suomen ulkopuolella. Kohderyhmäksi olemme rajanneet eri liikkuvuusohjelmien kautta Suomeen saapuvat vaihto-opiskelijat, jotka suorittivat kansainvälisiä opintojaan Haaga-Helia ammattikorkeakoulun eri toimipisteissä vuoden 2014 kevät- ja syyslukukausien aikana.

Nuorisomatkailu on yksi maailman nopeimmin kasvavista matkailun markkinoista ja ulkomailla opiskelu on yksi pääsyistä, jonka takia nuoret matkustavat (UNWTO 2011, 2; UNWTO 2008c, 12–13). Vaihto-opiskelijoiden kansainvälistä liikkuvuutta tuetaan eri liikkuvuusohjelmien kautta, joista yksi on Euroopan Komission Erasmus-ohjelma (Robert Gordon University 2015). Muita liikkuvuusohjelmia Erasmus-ohjelman lisäksi ovat pohjoismaainen Nordplus, suomalais-venäläinen FIRST ja niin kutsutut kahdenväliset sopimukset yksittäisten koulujen välillä (Haaga-Helia 2014c). Vaihto-opiskelijoita vastaanottava Haaga-Helia ammattikorkeakoulu tarjoaa puolestaan näille eri liikkuvuusohjelmien kautta saapuville opiskelijoille kansainvälisen ympäristön, jossa englanniksi opiskelu on mahdollista kuuden eri toimipisteen 12 eri koulutusohjelmassa eri aloihin liittyen. Vuosittain Haaga-Helia vastaanottaa noin 350 kansainvälistä vaihto-opiskelijaa. (Haaga-Helia 2015a.)

Opinnäytetyömme aihe syntyi molempien henkilökohtaisen kiinnostuksen sekä aiheen ajankohtaisuuden tuloksena. Oma kiinnostuksemme aiheeseen selittyy sillä, että olemme molemmat olleet Erasmus-opiskelijoita Euroopan kohteissa syyslukukauden 2013 aikana, jonka aikana matkustimme runsaasti. Tämän vuoksi olimme erityisen kiinnostuneita lähteä selvittämään, kuinka Suomessa olevat vaihto-opiskelijat puolestaan matkustavat. Opinnäytetyömme tavoitteena on siis luoda lukijalle yleiskäsitys siitä, minkälainen matkailija tämän rajatun kohderyhmän kansainvälinen vaihto-opiskelija on. Tutkimusongelmamme on tutkia miten kyseinen kohderyhmä matkustaa, kuinka paljon, minne, missä, milloin, millä ja miksi. Opinnäytetyössämme käytämme tutkimusmenetelmänä kvantitatiivista tutkimusta, jonka aineistonkeruumenetelmäksi olemme valinneet sähköisen Webropol -kyselyn. Olemme sitä mieltä, että näiden kahden avulla tavoitamme kohderyhmämme parhaiten, ja pystymme tuottamaan tilastollista materiaalia opinnäytetyömme empiiriseen osioon. Kysely nojautuu teoriaan ja aiheesta luettuihin tutkimuksiin, joiden avulla pystymme tiedustelemaan kohderyhmältä tutkimukselle olennaisia kysymyksiä. Itse kyselyn kysymykset olemme jakaneet kolmeen isompaan aihe-alueeseen: vaihdon aikana tehtyihin omatoimisiin matkoihin, pakettimatkoihin ja muihin retkiin sekä yleisiin kysymyksiin. Yhdessä näistä kolmesta muodostuu kokonaisuus, jonka avulla pyrimme avaamaan kyseisen kohderyhmän matkustuskäyttämistä.

Tutkimustulosten pohjalta pystymme esimerkiksi tarjoamaan ajankohtaista tietoa kyseisestä kohderyhmästä ja heidän matkailutottumuksistaan, jota eri tahot kuten Haaga-Helian kansainväliset palvelut tai Erasmus Student Network, johon myöhemmin viittaamme ESN -nimellä voivat molemmat hyödyntää osana toimintaansa. Tutkimustuloksen perusteella voidaan muodostaa myös selkeämpi käsitys Haaga-Helian kansainvälisen vaihto-opiskelijan profiilista.

Opinnäytetyömme rakentuu siten, että luvussa 2 käsitellään matkustuskäyttäytymistä avaten matkailua yleisluontoisesti, sen keskeisiä käsitteitä, sekä kerrotaan eri matkustuskäyttäytymiseen liittyvistä elementeistä, kuten matkailutuotteista, matkailukysynnästä, kuluttajakäyttäytymisestä sekä niitä ohjaavista motivaatiotekijöistä. Luku 3 puolestaan esittelee vaihto-opiskelijaa, jonka tyypillisiin piirteisiin paneudutaan nuorisomatkoilijan näkökulmasta. Luvussa 4 siirrytään käsittelemään Haaga-Helia ammattikorkeakoulua vaihto-opilaiden vastaanottavana korkeakouluna sekä eri liikkuvuusohjelmia, joiden kautta vaihto-opiskelijoita saapuu ja lähtee vaihtoon. Näiden lisäksi lukijalle avataan tarkemmin ESN:n toimintaa ja sen kytköstä niin Haaga-Heliaan kuin vaihto-opiskelijoihin. Luvussa 5 taas puolestaan esitellään Suomea matkailumaana, sen eri kohteita ja maan yleisiä vetovoimatekijöitä. Luku 6 keskittyy tutkimuksen kuvaukseen, jonka jälkeen luvussa 7 käydään läpi tutkimustuloksia: vastanneiden demografisia tietoja sekä kysymysten analysointia. Luvussa 8 lukijalle esitellään aiheemme tutkimustuloksiin pohjautuvat johtopäätökset, jonka jälkeen siirrytään opinnäytetyömme viimeiseen lukuun eli pohdintaosioon.

## 2 Matkustuskäyttäytyminen

Tämä luku käsittelee matkustuskäyttäytymistä, jonka yhteydessä avataan niin matkailun kuin matkailijan määritelmiä, matkailun eri tyyppisiä ja erilaisia matkoja. Näiden jälkeen kerrotaan tarkemmin esimerkiksi matkailutuotteista, matkailukysynnästä ja siihen vaikuttavista tekijöistä, kuluttajakäyttäytymisestä ja ostopäätösprosessista sekä erilaisista motivaatiotekijöistä.

### 2.1 Matkailun määritelmä ja tyypit

Matkailu on yksi nopeimmin kasvavista maailmantalouden sektoreista (UNWTO 2014a). Vuosien 1950–2013 välisenä aikana kansainvälisten turistien määrä on kasvanut 25 miljoonasta 1087 miljoonaan. Kotimaisia matkailijoita arvioitiin olevan viiden ja kuuden miljardin välillä. Maailman matkailujärjestön, UNWTO:n esittämän ennusteen *Tourism Towards 2030* mukaan kansainvälisten matkailijoiden määrä kasvaisi vuosittain 3,3 prosenttia vuosien 2010–2030 aikana. Tällöin uudeksi kansainvälisten matkailijoiden arvioiduksi määräksi tulisi 1,8 miljardia. (UNWTO 2014b, 3.)

Matkailu käsitteenä ja sen määrittelemisen on monimutkaisempaa kuin miltä se aluksi saattaa vaikuttaa. Tämä johtuu osittain siitä, että monet mieltävät matkailun pelkästään lomaan tai vapaa-ajan matkustukseen, vaikka tosiasiansa matkustamisen muotoja on hyvin useita erilaisia. (Hall, Müller & Saarinen 2009, 5.) Yksi matkailun määritelmä on maailman matkailujärjestön (UNWTO) tarjoama. Siinä matkailu määritellään kulttuuriseksi, taloudelliseksi sekä yhteiskunnalliseksi ilmiöksi, jonka seurauksena ihmiset matkustavat pois tavallisesta ympäristöstään eri maihin tai paikkoihin joko henkilökohtaisista tai ammatillisista syistä johtuen (UNWTO 2014d). Monilla matkailun määritelmillä on kuitenkin yhteisiä piirteitä, kuten lyhytaikaisuus, vapaaehtoisuus sekä väliaikaisuus. Matkan aikana henkilöt matkustavat heidän normaalin kotiympäristönsä ulkopuolelle, tiettyyn kohteeseen ja sieltä muualle käyttämällä eri kauttakulkureittejä. Näiksi henkilöiksi luetaan muut kuin kohteen pysyvät asukkaat. Matkailulla voi myös olla monenlaisia vaikutuksia kolmeen seuraavaan paikkaan: itse kohteeseen, sen kauttakulkureitteihin sekä matkailijoiden lähtöpisteisiin. Näiden lisäksi se voi myös vaikuttaa matkailijoiden ja palveluntarjoajien asenteisiin sekä käyttäytymismalleihin. Yksi eri määritelmien yhteinen elementti on myös se, että matkailun katsotaan olevan ensisijaisesti vapaa-ajan ja virkistykseen muoto - unohtamatta kuitenkin liiketoiminnan tärkeyttä. (Hall ym. 2009, 7.)

Henkilöä, joka käyttää matkailullisia palveluita, voidaan kutsua erilaisilla termeillä kuten matkailija tai päiväkävijä. Albanese & Boedeker (2002, 17) määrittelee matkailijan henkilöksi, joka matkailun ominaispiirteiden perusteella (matkustaminen, matkan kesto ja tarkoi-

tus) suuntaa matkalle asuinpaikkansa ulkopuolelle, ja matka liittyy muuhun tarkoitukseen kuin työhön. Matkan tulee myös kestää enintään vuoden ja vähintään 24 tuntia. Kun matka kestää alle 24 tuntia eikä kohteessa yövytä, voidaan henkilöä nimittää päiväkävijäksi tai ekskursionistiksi. Päiväkävijöitä ei kuitenkaan tavallisesti eroteta matkailijoista, ja tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa sekä päiväkävijöitä että matkailijoita kutsutaan selkeyden vuoksi nimellä matkailija. (Albanese & Boedeker 2002, 17; UNWTO 2014c.) UNWTO:n määritelmä poikkeaa hieman Albanese & Boedeker (2002, 17) käyttämästä määritelmästä, sillä UNWTO:n määritelmän mukaan matkailijoiksi lasketaan kaikki ihmiset, jotka liikkuvat eri maantieteellisten alueiden välillä, eikä matkan syytä tai kestoa oteta huomioon. UNWTO jakaa matkailijat vielä kävijöihin, ja muihin matkailijoihin. Kävijät voidaan oheisen kuvion 1. perusteella jakaa yhä turisteihin, jotka viipyvät kohteessa yön yli, sekä ekskursionisteihin, eli päiväkävijöihin. (UNWTO 2014c.)



Kuvio 1. Matkailijan määritelmä (UNWTO 2014c)

Olenainen osa matkailua on liikkuminen paikasta toiseen. UNWTO:n mukaan matkailu voidaan jakaa kansainväliseen matkailuun, sisäiseen matkailuun sekä kansalliseen matkailuun. Kansainvälinen matkailu tarkoittaa maan oman väestön ja ulkomaalaisten matkailua ulkomaan kohteissa. Sisäinen matkailu taas tarkoittaa maan oman väestön ja ulkomaalaisten matkailua jonkun valtion rajojen sisäpuolella. Kansallisella matkailulla tarkoitetaan oman väestön matkailua kotimaassa sekä ulkomailla. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan kansainvälisiä vaihto-opiskelijoita, jotka tilapäisesti opiskelevat ja asuvat Suomessa, ja tekevät oletettavasti vaihdon aikana matkoja niin Suomen rajojen sisällä kuin ulkomaille. Opiskelijat, jotka opiskelevat alle vuoden toisessa maassa, lasketaan kävijöiksi ja heidät huomioidaan ulkomaalaisina matkustajina Suomessa. Näin ollen opinnäytetyö sivuaa



sekä kansainvälistä matkailua että sisäistä matkailua, ja heidän Suomen rajojen sisällä tekemille matkoille voidaan käyttää myös termiä incoming-matkailu, joka tarkoittaa ulkomaalaisten matkailua valtion rajojen sisällä. (Albanese & Boedeker 2002, 17; UNWTO 2008a; UNWTO 2008b, 15)

Matkoja voidaan jaotella matkan keston mukaan. Matkan kestolla tarkoitetaan aikaa, jonka matkailija on poissa kotoa – matka alkaa kun matkailija lähtee kotoa ja päättyy kun matkailija palaa kotiin. Tyypillisesti matkat jaetaan keston mukaan kahteen pääryhmään: päivämatkoihin ja yöpymisen sisältäviin matkoihin. Matkaa voidaan kutsua päivämatkaksi, kun matkailija ei yövy matkan aikana eikä matkan kohteessa maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa. Päivämatkat voivat suuntautua niin ulkomaille kuin kotimaahan, jolloin käytetään termejä ulkomaan päivämatka ja kotimaan päivämatka. Päivämatka saa enimmillään kestää alle 24 tuntia, ja matkalle lähtö ja paluu tulee tapahtua saman vuorokauden aikana. (Tilastokeskus 2015.)

Yöpymisen sisältävillä matkoilla taas tarkoitetaan henkilön tavanomaisen elinpiirin ulkopuolelle tehtyjä matkoja, jotka sisältävät vähintään yhden yön yöpymisen joko maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa. Tavanomaisella elinpiirillä tarkoitetaan tässä yhteydessä henkilön lähiympäristöä, johon lasketaan kuuluvaksi koti ja paikat, jossa käydään esimerkiksi töissä tai opiskelemassa, tai muut paikat jossa käydään usein, kuten pankki, ruokakauppa ym. Yöpymisen sisältävät matkat saavat olla kestoaltaan enintään yhden vuoden (12 kuukautta). Yöpymisen sisältävät matkat voidaan myös jakaa kahteen pääryhmään matkan keston mukaan: lyhyisiin matkoihin ja pitkiin matkoihin. Lyhyellä matkalla tarkoitetaan matkaa, jonka aikana matkailija yöpyy 1-3 yötä ja pitkällä matkalla taas matkaa, joka sisältää vähintään 4 yöpymistä. Matkailututkimuksessa yöpymiseksi lasketaan usein myös yön yli tapahtuva matkustaminen esimerkiksi laivalla, junalla tai lentokoneella. (Tilastokeskus 2015.)

Matkailu voidaan jakaa myös erilaisiin matkailutyyppeihin matkan tarkoitukseen viitaten. Swarbrooke & Horner (2007, 28) ovat käyttäneet seuraavanlaista lähestymistapaa matkailun eri alaluokkien jaotteluun: aktiviteettimatkailu, hedonismimatkailu, koulutusmatkailu ja kulttuurimatkailu, luontomatkailu, terveys- ja työmatkailu, sosiaalinen matkailu, special interest – matkailu, uskonnollinen matkailu, sekä ystävien ja sukulaisten luona vierailu. (Swarbrooke & Horner 2007, 28.) Jaotteluista löytyy kuitenkin erilaisia variaatioita, ja lähteestä riippuen matkailun alaluokkien jaotteluiden välillä saattaa olla eroja. Vaihtoopiskelijat, jotka ovat tämän opinnäytetyön kohderyhmä, ovat alun perin koulutuksellisista syistä matkustavia, sillä he saapuvat Suomeen tilapäisesti opiskelemaan. Ollessaan nuoria henkilöitä, voidaan heihin kuitenkin soveltaa myös nuorisomatkailijan tyypillisiä piirteitä.

Matkustavat opiskelijat ovatkin yksi uusista nuorisomatkojen alatyypeistä (UNWTO 2008c, 7). Kohderyhmän ominaispiirteitä matkailullisesti avataan lisää luvussa 3.

## 2.2 Matkailutuotteet

Matkustaessaan matkailija käyttää tavallisesti useita eri tuotteita tai palveluita. Matkailuun kuuluu kaikki toiminnot, joiden avulla matkailija täyttää omia matkailullisia halujaan. Näitä toimintoja ovat esimerkiksi matkakohteen ominaisuudet, kulkuneuvot, majoitusvaihtoehdot, tietyt aktiviteetit kohteessa jne. Toiminnot muodostavat kokonaisuuden, jonka matkustaja kokee yhtenä elämyksenä ja jota hän arvioi yhtenäisenä kokonaisuutena. (Albanese & Boedeker 2002, 22; UNWTO 2008b, 26.)

Matkailijan käyttämät matkailutuotteet voivat pitää sisällään mitä monimuotoisimpia palveluita majoitus- ja ravitsemispalveluista erilaisiin matkamuistoihin. Kaikki matkailijoiden kanssa tekemisissä olevat tuottajat eivät kuitenkaan kuulu matkailusektoriin, vaan jotkut tuottajat kuuluvat myös vähittäiskauppa- julkiseen tai yksityiseen sektoriin. Matkailupalveluiden toimialat voidaan jakaa kahteen ryhmään, tyypillisiin matkailutoimialoihin sekä epätyypillisiin matkailutoimialoihin. (Albanese & Boedeker 2002, 22.) Tyypilliset matkailutoimialat tuottavat varsinaisia matkailupalveluita, ovat riippuvaisia matkailusta ja välttämättömiä matkailulle. Albanese & Boedeker (2002, 22) ovat määritelleet, että tyypillisiin matkailutoimialoihin kuuluvat vain seuraavia palveluja tuottavat yritykset:

- henkilöliikennepalvelut (lento-, laiva-, rautatie-, linja-autoliikenne sekä muut liikennepalvelut)
- majoituspalvelut (hotellit ja muut majoituspalvelut)
- ravitsemispalvelut (ravintolat, kahvilat ja muut ravitsemispalvelut)
- kokous- ja kongressipalvelut
- välitys- ja myyntipalvelut (esim. Matkatoimistot ja matkanjärjestäjät)
- virkistys-, kulttuuri-, ja urheilupalvelut
- ohjelmapalvelut (opaspalvelut, seikkailuohjelmat, kiertoajelut)

Epätyypilliset matkailutoimialat taas eivät ole olennaisesti matkailutuotteisiin kuuluvia palveluita, mutta matkailija saattaa käyttää niitä matkan aikana. Esimerkkejä tällaisista toimialoista ovat vähittäiskaupan palvelut sekä tuotteet. (Albanese & Boedeker 2002, 23.)

### Attraktiot ja vetovoimatekijät

Tyypillisten matkailupalveluiden lisäksi matkailutuotteeseen kuuluu asioita, jotka ovat kiinteästi sidottuja matkakohteeseen, jossa matkailijalle tarjotaan matkailupalveluja ja jossa hän niitä kuluttaa. Matkailutuotteen kokonaisuuteen tulee liittää myös esimerkiksi paikka-

kunnan siisteys ja turvallisuus, vieraanvaraisuus, matkailun infrastruktuuri, matkailun palveluja koskevat aukioloajat sekä kohteessa sijaitsevat attraktiot. Attraktioilla tarkoitetaan yleisesti paikkaan sidottuja kohteita tai tapahtumia, joka erilaisuutensa ja ominaisuuksiensa takia houkuttelee ihmisiä. Kun kaikki nämä ominaisuudet (attraktiot, vetovoimatekijät, mielikuvat ja varsinaiset matkailupalvelut) otetaan huomioon, voidaan käyttää termiä kokonaistuote, johon liittyy myös matkailijan kohteeseen liittämät odotukset ja mielikuvat. (Albanese & Boedeker 2002, 24.)

Attraktiot ovat yksi keskeisimmistä matkailun tekijöistä yhdessä liikenne- ja majoitussektoreiden kanssa. Ne tarjoavat osakseen iloa ja elämyksiä kävijälle. Matkakohteessa sijaitsevien olennaisten attraktioiden lisäksi kävijät saattavat vieraillessaan niissä jo matkantekovaiheessa varsinaiseen kohteeseen. Niiden määrittelemisestä tekee vaikeaa se, että turistit käyvät niissä usein. Todellisuudessa kävijät muodostuvat niin paljouden kuin käyntien määränkin perusteella vapaa-ajan matkustajista, paikallisista ihmisistä sekä päiväkävijöistä. (Page 2009, 341.) VisitScotlandin 2004:8 määritelmän sekä Iso-Britannian National Tourism Organizationin käyttämän käsitteen mukaan attraktio kuvaillaan vakituiseksi käyntikohteeksi, jonka päätarkoituksena on nähtävyyksien katselu. Tämän lisäksi ensisijaisena syynä attraktioille pitäisi olla mahdollisuus oppimiseen, mielenkiinnon kohteeseen tai viihteeseen. Tämän takia nähtävyyksiksi ei lueta sellaisia kohteita, jotka tarjoavat pääasiallisesti pelkästään urheiluun, vähittäiskauppaan tai elokuva- ja teatteriesityksiin liittyviä paikkoja. Näiden kriteereiden lisäksi attraktion pitää olla yleisölle avoin, yksittäisen johdon alainen yksittäinen liikeyritys, johon kävijä pääsee ilman aikaisempaa varausta. Sen pitäisi myös houkutella monia kohderyhmiä kuten turisteja, paikallisia ja päiväkävijöitä. Tämän määritelmän ei kuitenkaan voida sanoa kattavan kaikkia attraktioiden elementtejä, mutta se auttaa ymmärtämään kyseisen sektorin ja attraktioiden monimuotoisuuden. (Page 2009, 344–345.) VisitEnglandin kehittämän määritelmän mukaan nähtävyydet koostuvat erilaisista tyypeistä, kuten: historiallisista taloista ja linnoista sekä muista historiallisista tiloista, höyryrautateista, luontokohteista ja eläintarhoista, maatiloista, museoista ja gallerioista, katedraaleista, kirkoista, kävijäkeskuksista, puistoista, puutarhoista sekä teema- ja vapaa-ajan puistoista. (Page 2009, 349.)

Vetovoimatekijät taas ovat ominaisuuksia, joista attraktioiden vetovoimaisuus syntyy. Attraktioiden vetovoimaisuuden korostamiseksi korostetaan tilanteesta riippuen esimerkiksi luontoa ja maisemaa, ilmastoa, kulttuuria ja historiaa, harrastusmahdollisuuksia, ohjelmapalveluita ja tapahtumia, majoitus- ja ravitsemispalveluita, hintatasoa, paikallisten vieraanvaraisuutta sekä saavutettavuutta. (Albanese & Boedeker 2002, 23.) Suomen kannalta merkittävistä attraktioista sekä vetovoimatekijöistä kerrotaan lisää luvussa 5.

## **Omatoimi- ja valmismatka**

Matkailija voi ostaa tuotteensa ja palvelunsa joko omatoimisesti tai pakettimatkana. Pakettimatkaa voidaan kutsua myös nimellä valmismatka. (Aurinkomatkat 2015.) Paketti- tai valmismatkalla tarkoitetaan pääsääntöisesti matkanjärjestäjän kahdesta tai useammasta osasta kokoamaa matkailupalvelujen yhdistelmää, joka myydään asiakkaalle yhdellä hinnalla. (Aurinkomatkat 2015; KKV 2014.) Se voi olla esimerkiksi lennon ja hotellin yhdistelmä, hotellin ja matkailupalvelun yhdistelmä tai jokin muu matka, joka on räätälöity matkustajan toiveiden mukaisesti. Tällaisen matkan aikana matkustaja on suojattu heti ostopäivästä aina matkan päättymiseen saakka valmismatkaehtojen mukaisesti, jolloin kyseiseen suojaan lukeutuvat muuan muassa matkan peruutusosoikeus sekä avun saaminen ongelmatilanteissa. Lisäksi valmismatkaan kuuluvat palvelut kuten kuljetukset ja majoitukset katsotaan olevan matkanjärjestäjän vastuulla. (KKV 2014.)

Omatoimimatka on puolestaan matkailijan itse varaama ja järjestämä, jolloin itselleen sopiva kokonaisuus räätälöidään usein esimerkiksi Internetiä hyödyntäen. (Aurinkomatkat 2015; Rantapallo 2015.) Matkailija voi koota matkansa esimerkiksi niin, että lennot ja majoitus ovat ostettu eri matkailuyrityksiltä (Rantapallo 2015). Matkan hinta muodostuu tällöin erikseen esimerkiksi lentojen hinnoista ja hotellin hinnasta. (Aurinkomatkat 2015). Kuluttajansuoja on lopulta ratkaisevin tekijä, joka erottaa valmismatkat omatoimimatkoista. Pakettimatkaan kuuluvat matkustajan oikeudet ovat nimittäin säädely valmismatkalaisissa, kun taas omatoimimatka ei sisällä samankaltaista turvaa. (Rantapallo 2015.) Omatoimisella matkalla matkanteon tai lennon viivästyessä matkailija on itse vastuussa viivästymisestä koituvista kuluista ja sen vaatimista järjestelyistä (Aurinkomatkat 2015).

### **2.3 Matkailukysyntä**

Matkailun liiketoiminnassa on keskeistä ymmärtää, kuinka matkailijat valitsevat ja käyttävät eri mahdollisuuksia matkustaessaan (Page & Connell 2014, 36). Tutkijat pyrkivät selittämään tätä kysynnän avulla, joka tarkoittaa ihmisten määrää, joka osallistuu johonkin toimintaan (Page & Connell 2014, 474). Pearce (1995, teoksessa Page & Connell 2014, 36–37) määrittelee kysynnän myös tarkoittavan yksilön motivaatioita matkustaa suhteessa heidän mahdollisuuksiinsa tähän. Kysynnän ymmärtäminen auttaa ymmärtämään matkailijan motivaatioita, tarpeita ja kokemuksia, sekä toimii myös indikaattorina vaihtuville matkailun trendeille. Kysyntää voidaan tarkastella useista eri näkökulmista: maantieteellisestä, taloudellisesta, psykologisesta, antropologisesta sekä sosiologisesta näkökulmasta. Näkökulmasta riippuen saadaan erilaisia tutkimustuloksia. (Page & Connell 2014, 36–37).

Matkailukysyntään, eli siihen, kuinka kysytty tai haluttu jokin kohde on, vaikuttaa niin matkustajan henkilökohtaiset ominaisuudet, kuin myös yleiset että paikalliset tekijät (Page & Connell 2014, 37). Näistä tekijöistä useat vaikuttavat matkailun kysyntään niin matkailijan lähtömaassa kuin matkan kohdemaassa, ja seuraavissa luvuissa avataan näitä tekijöitä.

### **Matkailukysyntään vaikuttavat tekijät**

Lähtömaassa kysyntään vaikuttavat ratkaisevat tekijät voidaan jaotella kolmeen ryhmään: taloudellisiin, sosiodemografisiin ja poliittisiin tekijöihin (Page & Connell 2014, 39). Taloudellisiin tekijöihin lasketaan esimerkiksi henkilön tulot, jotka suoraan vaikuttavat voiko henkilö ostaa jotain tiettyä tuotetta. Myös tulojakauma vaikuttaa merkittävästi kysyntään, sillä mitä vähemmällä osalla ihmisiä on varaa matkustaa, sitä vähemmän on kysyntää. (Page & Connell 2014, 39). Taloudellisiin tekijöihin lasketaan lisäksi myös lähtömaan valuuttakurssi suhteessa kohdemaan valuutan arvoon (Page & Connell 2014, 40).

Sosiaalisia tekijöitä ovat esimerkiksi demografiset tekijät sekä loman määrä. Demografisia, eli väestöä kuvaavia tekijöitä ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, koulutus, siviilisääty sekä lasten määrä. (Albanese & Boedeker 2002, 32; Page & Connell 2014, 474.) Demografiset tekijät vaikuttavat sekä matkustusmotivaatioihin että kysyntään. Esimerkiksi ikä vaikuttaa vahvasti millaisia matkailutuotteita ja matkakohteita valitaan. Tämä nähdään selkeästi nuorisomatkailussa, sillä nuoret suosivat varsin samantyyppisiä matkailutuotteita ja kohteita. (Page & Connell 2014, 40.) Nuoret ovat myös kiinnostuneita hyvin erityyppisistä matkailumuodoista kuin esimerkiksi seniorit, ja omaksuvat muita ryhmiä nopeammin matkailussa esiintyvät uudet muoti-ilmiöt (Albanese & Boedeker 2002, 36). Nuorien matkailijoiden tyypillisiä piirteitä avataan tarkemmin luvussa 3. Lisäksi koulutustaso, mahdollinen työpaikka sekä työstä ansaittava palkka vaikuttavat, millaisia matkailutuotteita ja kohteita henkilö valitsee. Elämänvaihe vaikuttaa myös kysyntään: jos esimerkiksi henkilöllä on lapsia, vaikuttaa se matkailuun käytettävissä olevaan rahaan sekä vapaa-ajan määrään. (Page & Connell 2014, 40.)

Loman määrä on myös yksi sosiaalisista tekijöistä, joka vaikuttaa kysyntään. Ihmisten vapaa-ajan määrä on noussut viime vuosikymmenten aikana, joka on osaltaan antanut enemmän aikaa matkailuun. Käytettävissä olevien lomapäivien määrä vaikuttaa kysyntään, sillä esimerkiksi muutama lomapäivä lisää antaa henkilölle mahdollisuuden matkustaa kauemmas ja viipyä kohteessa pidempään. (Page & Connell 2014, 41.) Lomapäivien määrä voi olla työskentelymaasta riippuvaista, sillä esimerkiksi Saksassa työntekijällä on tyypillisesti 28 lomapäivää kansallisten vapaapäivien lisäksi, kun taas Japanissa työskentelevillä on tyypillisesti ainoastaan 10 lomapäivää käytettävissään. Teollisuusmaissa kan-

salliset vapaapäivät sekä koulujen loma-ajat vaikuttavat merkittävästi kysynnän määrään ja ajankohtaan, luoden tiettyjä sesonkikausia, jolloin kysyntä on korkeampaa. (Page & Connell 2014, 41.)

Myös poliittisilla tekijöillä, kuten vaihdannan kontrolloinnilla, valuutan vienti- ja tuontirajoituksilla, turistien verotuksella sekä viisumimääräyksillä on vaikutusta matkailun kysyntään, eli siihen, millaisia matkailutuotteita henkilö valitsee tai mihin kohteisiin hän matkustaa. Poliittiset linjaukset koskien taloutta ja sääntelyä saattavat vaikuttaa merkittävästi kohteeseen matkustavien matkustajien määrään, joko positiivisesti tai negatiivisesti. Esimerkiksi valuuttakurssien heilahtelut niin lähtömaassa kuin kohdemaassa vaikuttavat kuinka kallis tai halpa kohde henkilölle on. Näin ollen valuuttakurssien heilahtelut vaikuttavat kysyntään. (Page & Connell 2014, 41.) Esimerkiksi Sveitsissä käytetyn valuutan, frangin, arvo nousi 30 prosenttia euroa vastaan yhdessä päivässä tammikuussa 2015, kun Sveitsin keskuspankki poisti frangin minimiarvon kytköksen euroon, jonka tarkoituksena oli aiemmin suojata Sveitsin taloutta vakavilta haitoilta. (Talouselämä 2015a, b.) Vaikka frangin arvo euroa vastaan on laskenut tammikuun 30 prosentista alemmas, tuli Sveitsistä silti euroa valuuttanaan käyttävien maiden asukkaille kalliimpi maa matkustaa. Tämä taas on jo muutamassa kuukaudessa näkynyt suoraan Sveitsiin varattujen matkojen sekä matkojen peruutusten määrissä, ja monet ovat päättäneet vaihtaa halvempaan matkakohteeseen. Toisaalta taas sveitsiläisten on huokeampaa matkustaa euroa valuuttanaan käyttävissä maissa, euron alhaisemman arvon vuoksi. Valuuttakurssien heilahtelut vaikuttavatkin kaikista toimialoista eniten juuri matkailualaan. (Talouselämä 2015a; SWI 2015.)

Taloudelliset ja poliittiset linjaukset vaikuttavat kysyntään myös kohdemaassa. Kohdemaassa kysyntään vaikuttavat kuitenkin myös tarjolla olevat matkailutuotteet sekä palvelut, sekä näiden laadukkuus. Taloudellisista tekijöistä merkittävin kysyntään vaikuttava tekijä on hinta. Yleisesti ottaen korkea hinta luo vähemmän kysyntää kuin matala hinta. Matkailutuotteiden ja palveluiden tarjoajat, kuten majoitus- ja kuljetusyhtiöt voivat itse määrittellä hintansa, mutta kilpailevien yritysten hinnat tulisi huomioida kilpailutilanteessa. Matkailijat ovat yleisesti herkkiä matkailusta koituville kustannuksille ja hinnanvaihteluille. Kohdemaan hallitus voi myös tehdä poliittisia linjauksia koskien esimerkiksi maahan saapuvien turistien määrää, joka osaltaan vaikuttaa kysyntään kohteessa. Tällaisia linjauksia voivat olla esimerkiksi viisumirajoitukset, charterlentojen määrää koskevat linjaukset, valuutanvaihtorajoitukset sekä matkailijoiden rahankäyttörajoitukset. (Page & Connell 2014, 42.)

Muita kysyntään vaikuttavia tekijöitä, jotka vaikuttavat joko lähtömaassa tai kohdemaassa tai sekä että, ovat esimerkiksi kohteen markkinoinnilliset toimenpiteet, terveys- ja turvalli-

suustilanne, matkustamiseen tarvittava aika ja raha sekä kohteen kausivaihtelu. Matkailutuotteen ostaja ei voi kokeilla tuotetta ennen ostamista, joten matkailun markkinointitoimenpiteet eroavat muista toimialoista. Matkailussa kuluttaja käykin läpi monimutkaisen prosessin ennen viimeistä päätöksentekoa, jota esitellään tarkemmin alaluvussa 2.4. Aiemmin matkailun markkinoinnillisia toimenpiteitä dominoivat esitteet, mutta nykypäivänä Internet on noussut arvokkaimmaksi markkinointikanavaksi asiakkaiden tavoittamiseksi. Markkinoinnilla voidaan ohjata tehokkaasti kohteeseen kohdistuvaa kysyntää, mutta esimerkiksi median luomat mielikuvat saattavat vaikuttaa kysyntään merkittävästi. Lisäksi Internet on tehnyt matkailusta helpompaa: saatavuus ja matkavaraukset voidaan tehdä suoraan ilman kolmatta osapuolta, kuten matkanvälittäjää. (Page & Connell 2014, 42.)

Terveys- sekä turvallisuustilanne vaikuttavat myös, kuinka paljon kuluttajia haluaa matkustaa johonkin tiettyyn kohteeseen. Esimerkiksi poliittiset, sotiin liittyvät uhat sekä terrorismiaktiivisuus vaikuttavasti merkittävästi kysyntään. Esimerkiksi syyskuun 2001 terroriisku vaikutti dramaattisesti matkojen kysyntään. Myös terveydelliset uhat, kuten vellovat terveydelle erityisen haitalliset epidemiat vaikuttavat merkittävästi kysyntään. Nykypäivänä poliitikot, päätöksentekijät sekä matkailuala ovat huomioineet uhkia kohteen kehittämisessä, kriisien ja toisaalta kriisien vaikutusten minimoimiseksi. (Page & Connell 2014, 43.)

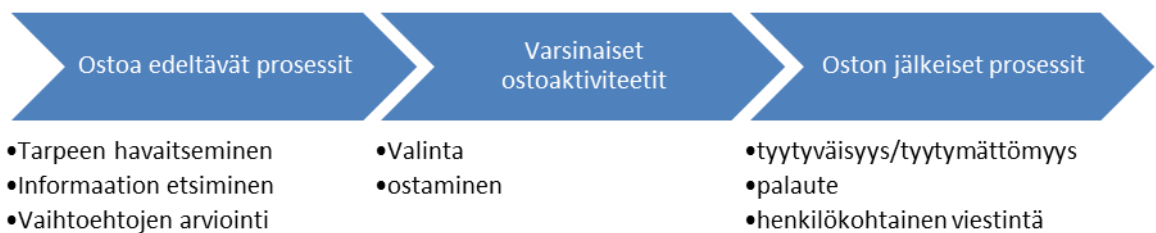
Matkustamiseen tarvittava aika ja raha ovat myös kysyntään vaikuttavia tekijöitä. Kaukana sijaitseviin kohteisiin matkustamiseen tarvitaan luonnollisesti enemmän aikaa, ja kauemmas matkustaminen on kalliimpaa. On myös todettu, että todennäköisesti mitä nopeammin kohteeseen pystytään saapumaan, sitä enemmän kysyntä kasvaa. (Page & Connell 2014, 43.)

## **2.4 Kuluttajakäyttäytyminen ja ostopäätösprosessi**

Kuluttajakäyttäytyminen käsitteenä tarkoittaa ihmisten, joko yksilön tai ryhmän, toimintaa heidän ostaessaan tuotteita tai palveluita, ja sen avulla pyritään selvittämään mitä tuotteita ostetaan, miksi he ostavat juuri kyseisiä tuotteita ja kuinka ostopäätös tehdään (Page & Connell 2014, 473; Swarbrooke & Horner 2007, 411). Kuluttajakäyttäytyminen sisältää fyysisiä, mentaalisia ja tunneperäisiä toimintoja, jotka ohjaavat ihmisten käyttäytymistä, kun he valikoivat, ostavat, kuluttavat ja arvioivat tuotteita tai palveluita (Albanese & Boedeker 2002, 103). Suoranaisesti kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi henkilön asuinpaikka, koulutus, ikä, raha, siviilisääty, sukupuoli ja muun muassa henkilön kiinnostus matkustamiseen (Page 2009, 100). Matkailussa tapahtuvan kuluttajakäyttäytymisen määrittelemistä vaikeuttaa se että matkailu koostuu toisiinsa liittyvistä eri sektoreista, joilla kaikilla on omat erityispiirteensä. Näitä eri sektoreita on esimerkiksi ma-

joitus- ja kuljetuspalvelut, attraktiot, matkojen tarjoajat, matkailumedia sekä matkailua tukevat palvelut, kuten ravintolat, baarit sekä paikalliset liikenneyhteydet. (Swarbrooke & Horner 2007, 140.)

Kuluttajakäyttäytyminen voidaan jakaa kolmeen eri osa-alueeseen: osto edeltäviin tapahtumiin, varsinaiseen ostamiseen sekä oston jälkeen tapahtuviin prosesseihin. Itse ostaminen on siis vain yksi osa kuluttajakäyttäytymistä. Osto edeltäviä vaiheita tutkimalla saadaan tietoa, mitkä tekijät vaikuttavat kuluttajan valintoihin ja tulevaan ostoprosessiin. (Albanese & Boedeker 2002, 104.) Kuluttaja on tässä tapauksessa matkailija, joka päätöksentekoprosessin kautta hankkii tuotteita ja palveluita omaan käyttöönsä (Page & Connell 2014, 54). Varsinaiseen ostamiseen liittyvien tutkimusten avulla pyritään selvittämään, mitkä asiat vaikuttavat matkailijaan ostohetkellä. Esimerkkejä ostohetken vaikuttavista tekijöistä ovat kuluttajalla ostohetkellä vallitseva mieliala sekä myymäläympäristön vaikutus. Oston jälkeisten tapahtumien tutkimisella pyritään selvittämään, vaikuttaako aiemmin tehty ostoprosessi tuleviin ostopäätöksiin, kuten esimerkiksi matkakohteen valintaan. (Albanese & Boedeker 2002, 104.)



Kuvio 2. Kuluttajakäyttäytymisen kolme osa-alueetta (Albanese & Boedeker 2004, 104)

Kuluttajan ostopäätöksenteko koskien matkailupalveluita ei ole suoraviivaista, sillä se sisältää monia eri elementtejä luoden monimutkaisen prosessin. Kuluttajaan vaikuttaa useat eri tekijät niin sisäisesti kuin ulkoisesti, ja ne ohjaavat matkailijaa tekemään monenlaisia päätöksiä sekä ennen matkaa että matkan aikana. (Albanese & Boedeker 2002, 104; Swarbrooke & Horner 2007, 74.) Sisäisillä vaikutustekijöillä tarkoitetaan esimerkiksi matkailijan matkustusmotivaatioita ja asenteita, ulkoisilla vaikutustekijöillä taas tiettyjä viite-ryhmiä, joihin kuluttaja tuntee kuuluvansa, ulkoisia olosuhteita sekä tilanteita. Oheinen kuvio selittää näitä sisäisiä ja ulkoisia tekijöitä, jotka vaikuttavat olennaisesti matkailijan ostopäätöksen tekoon.





Kuvio 3. Kuluttajan ostopäätökseen vaikuttavat tekijät (Swarbrooke & Horner 2007, 75)

Matkailijat joutuvat tekemään useita erilaisia valintoja, mikä osaltaan selittää ostopäätösprosessin monimutkaisuutta matkailussa. Albanese & Boedeker (2002, 104) sekä Swarbrooke & Horner (2007, 74) esittelevät teoksissaan seuraavia esimerkkejä valinnoista, joita matkailijat joutuvat tekemään:

- Mihin matkakohteeseen (maa, alue, paikkakunta) ?
- Millä kulkuvälineellä (reittilento vai charterlento, auto, juna, laiva jne.) ?
- Kuinka pitkä loma? (päivä, useita päiviä, viikkoja jne.)
- Minkä tyyppinen majoitus, mikäli valitsee yli yön matkan (hotelli, hostelli jne. ja majoituksen taso) ?
- Matkustusajankohta (vuodenaika, kuukausi, tietty ajankohta jne.)
- Pakettimatka vai omatoimimatka
- Mikä matkanjärjestäjä, mikäli kuluttaja valitsee pakettimatkan

Matkailussa kuluttajan monimutkainen ostoprosessi näkyy käytännössä siinä, että päätöksentekoprosessiin kuluu paljon aikaa, ostopäätöstä ei tehdä rutiinomaisesti, kuluttaja ottaa paljon riskejä, päätöksentekoprosessiin liittyy voimakkaasti kuluttajan tunteet sekä ostopäätöksen tekoon käytetään runsaasti tietoja eri lähteistä. (Albanese & Boedeker 2002, 104.) Esimerkiksi matkakohdetta valittaessa kuluttaja valitsee ensin useamman mahdollisen kohteen, joihin hän voisi matkustaa. Kohteen valitsemiseen vaikuttaa merkittävästi kohteen imago. Tämän päätöksentekoprosessin aikana lopullinen kohde valikoituu muiden vaihtoehtojen karsiutuessa pois, mutta prosessi ei kuitenkaan ole aivan niin yksin-

kertainen. Usein ihmiset nimittäin vertailevat kohteita, uudelleen arvioivat niitä sekä vertaavat kohteita omaan tietopohjaansa. He käyttävät myös hyväksi median luomia mielikuvia kohteesta sekä kysyvät yksittäisen henkilöiden ja ryhmien mielipiteitä asiasta. Täten matkailuun liittyvät päätöksenteot voivat venyä pidemmiksi, monimutkaisemmiksi prosesseiksi, joiden ratkaisemiseen käytetään kompromissia. (Page 2007, 109–110.)

## 2.5 Motivaatiotekijät

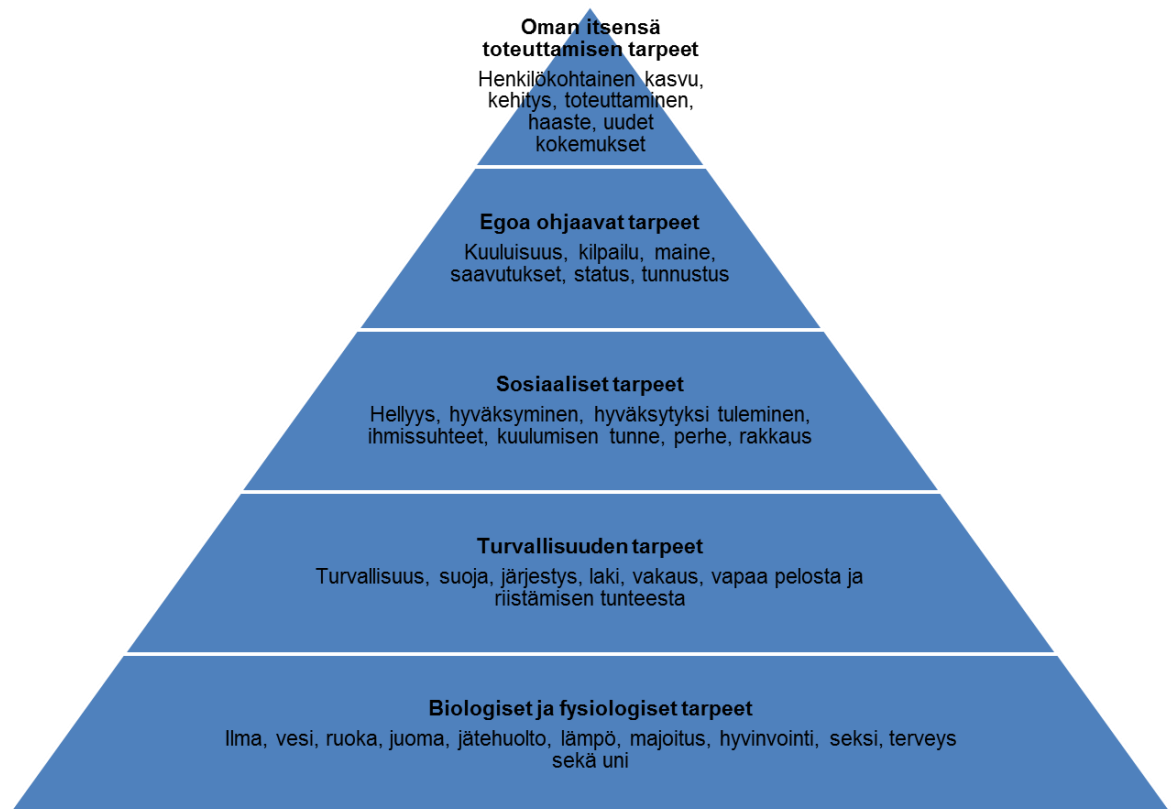
Matkailun yksi keskeisimmistä kysymyksistä on, miksi ihmiset matkustavat (Page & Connell 2014, 53). Tärkeitä tutkimuskohteita ovat myös mitä matkalta halutaan ja miksi matkailija valitsee juuri tietyn matkakohteen (Albanese & Boedeker 2002, 107). Näitä kysymyksiä voidaan tutkia tutustumalla eri motivaatiotekijöihin. Motivaatiotekijät ovat hyvin keskeinen osa matkailun kuluttajakäyttäytymistä, sillä ne toimivat ikään kuin kiihokkeena alkavalle päätöksentekoprosessille. (Page & Connell 2014, 53.)

Kuluttajakäyttäytymisessä motivaatiotekijöillä tarkoitetaan tekijöitä, jotka saavat henkilön ostamaan jonkun tietyn tuotteen (Page & Connell 2014, 478). Matkailutuotteiden ostamiseen vaikuttaa laaja määrä erilaisia kuluttajan motivaatiotekijöitä ja motivaatiotekijät ohjaavat matkailijoita tekemään valintoja (Swarbrooke & Horner 2007, 53). Motivaatiot vaihtelevat riippuen esimerkiksi matkailutuotteista ja kohderyhmästä. Matkailussa ei kuitenkaan tunneta tarkasti määriteltyjä motivaatiotekijöitä, vaan niiden kirjo on laaja. Jokainen matkailija on oma yksilönsä ja näin ollen myös motivaatiotekijät, jotka vaikuttavat heihin. Swarbrooke & Hornerin (2007, 54) mukaan merkittävimmät motivaatiotekijät voidaan kuitenkin jaotella esimerkiksi fyysisiin, tunneperäisiin, henkilökohtaisiin, itsensä kehittämiseen, asemaan tai kulttuuriin liittyviksi. Fyysisillä motivaatiotekijöillä tarkoitetaan esimerkiksi että halutaan rentoutua, ruskettua tai huolehtia terveydestä. Tunneperäisillä tekijöillä tarkoitetaan esimerkiksi nostalgiaa, romantiikkaa, seikkailua ja fantasiaa. Henkilökohtaisia motivaatiotekijöitä taas voi olla esimerkiksi ystävien ja perheen luona vierailu, uusiin ihmisiin tutustuminen tai oman taloudellisen tilanteen parantaminen. Itsensä kehittäminen voi motivaationa tarkoittaa esimerkiksi oman osaamisen kehittämistä tai uusien taitojen oppimista. Asemaan liittyviksi motivaatiotekijöiksi lasketaan esimerkiksi muodikkaus tai matkailu kulutusmahdollisuuksilla. Kulttuuriset motivaatiotekijät taas ovat esimerkiksi nähtävyyksien näkeminen tai uusien kulttuurien kokeminen. (Swarbrooke & Horner 2007, 54.)

Matkailumotivaatioita tutkittaessa on syytä ottaa esille sana motiivi, sillä yksittäisen matkailijan motivaatio matkustaa sisältää usein useita matkustusmotiiveja. Matkustusmotiivien tutkiminen on kuitenkin haasteellista, sillä ihmiset eivät välttämättä halua kertoa matkus-

tusmotiivejaan tai eivät välttämättä itse tunnista motiivejaan. Tämä selittyy sillä, että motiivit voivat olla tietoisia, esitietoisia tai tiedostamattomia. Matkustusmotiiveja on kuitenkin tutkittu ja eritelty erilaisten luokitusten ja mallien kautta, joita esittelemme seuraavaksi. (Albanese & Boedeker 2002, 108.)

Matkailun voidaan sanoa perustuvan motiiveihin ja motiivien perustuvan tarpeisiin. Maslowin (1943, teoksessa Reisinger 2009, 272) perinteisen tarvehierarkian kautta voidaan tulkita myös matkailijan pohjimmaisista tarpeista ja haluista, joiden tyydyttämisen halussa matkailija päätyy alun perin lähtemään matkalle. Tämän mukaan jokaisen ihmisen tarpeet voidaan jakaa viiteen eri osa-alueeseen, joita ovat: fysiologiset tarpeet, turvallisuuden tunteen tarve, sosiaaliset, oman egon ja itsensä toteuttamisen tarpeet. Yhdessä nämä koostavat Maslowin viisiportaisen mallin. Tämän mallin lähtökohtana on, että portaikon ensimmäiset tarvevaatimukset, kuten ravinnon saaminen, pitää täyttyä, jotta ihminen pystyy tavoittelemaan ylempiä tarpeita. (Reisinger 2009, 272.)



Kuvio 4. Maslowin tarvehierarkia (Reisinger 2009, 272)

Crompton (1982, teoksessa Albanese & Boedeker 2002, 109) puolestaan ryhmittelee matkustusmotiivit seitsemään eri luokkaan, sosiopsykologisin perustein. Näitä matkustusmotiiveja ovat: 1. pako arjesta, 2. rentoutuminen, 3. pako sosiaalisesti hyväksyttävistä

arkirooleista, 4. itsetutkiskelu ja –arviointi, 5. statuksen kohottaminen, 6. perhesiteiden tiivistäminen sekä 7. sosiaalisen kanssakäymisen lisääminen. Pako arjesta – motiivilla tarkoitetaan esimerkiksi, että henkilö kokee oman arkielämänsä tylsäksi tai monotoniseksi, ja haluaa matkallaan irtautua päivittäisrutiineista. Rentoutumisella puolestaan tarkoitetaan, että matkailijan tavoitteena on latautua henkisesti tai fyysisesti matkan aikana. Pako sosiaalisesti hyväksyttävistä arkirooleista taas viittaa matkailijan haluun tehdä matkalla asioita, jotka omassa arkiympäristössä herättäisivät pahennusta, kuten esimerkiksi alkoholinkäyttö tai seksipalvelut. Itsetutkiskelulla ja – arvioinnilla tarkoitetaan, että matkailija haluaa tutkia ja arvioida omaa sisäistä maailmaansa, sekä etsiä uusia ulottuvuuksia omasta persoonastaan. Statuksen kohottamisella viitataan matkailijan haluun saada lisää sosiaalista arvostusta, ja perhesiteiden tiivistämisellä viitataan esimerkiksi halulla lähentää perheenjäseniä sekä henkisesti että fyysisesti. Sosiaalisen kanssakäymisen lisääminen puolestaan viittaa siihen, että matkailija haluaa lisätä sosiaalisia kontakteja, tutustumalla uusiin ihmisiin, kuten paikallisiin tai muihin matkustajiin. (Albanese & Boedeker 2002, 109.)

Kohteen valintaan vaikuttavia motiiveja voidaan selittää myös esimerkiksi työntö- ja vetovoimatekijöillä. Dann (1977, teoksessa Page & Connell 2014, 56) määritteli työntö- ja vetovoimatekijöiden tarkoittavan tekijöitä, jotka saavat ihmiset matkustamaan ja valitsemaan jonkun tietyn kohteen. Gilbert (1991, teoksessa Page & Connell 2014, 56) esittää, että työntö- ja vetovoimatekijöiden vaikutusta matkailijan ostopäätösprosessiin voidaan kuvaila seuraavan neljän tason kautta:

1. *Kysynnän herättäjät*
2. *Kysynnän vaikuttajat*
3. *Roolit ja päätöksentekoprosessi*
4. *Kysynnän suodattajat*

Kysynnän herättäjillä tarkoitetaan voimia, kuten esimerkiksi henkilön motivaatioita, jotka ikään kuin käynnistävät henkilön halun lähteä matkalle ja koko ostopäätösprosessin. Kysynnän vaikuttajilla taas viitataan informaatioon, jonka henkilö vastaanottaa kohteesta esimerkiksi esitteiden ja median kautta. Kuluttajat muodostavat omat käsityksensä kohteesta, ja informaatio joka kohteesta saadaan, voi vaikuttaa merkittävästi joko myönteisesti tai kielteisesti kuluttajan haluun vieraila kohteessa. Kolmas kohta, roolit ja päätöksentekoprosessi, viittaa matkailijan rooliin kuluttajana ja tämän vaikutusta päätöksentekoprosessiin. Esimerkiksi perheen eri jäsenillä voi olla erilaiset toiveet matkasta, ja tämä vaikuttaa mihin ja milloin perhe matkustaa ja mitä he tekevät kohteessa. Kysynnän suodattajilla taas viitataan puolestaan erilaisiin demografisiin ja sosioekonomisiin rajoituksiin sekä

mahdollisuuksiin – kuten esimerkiksi henkilön iän tai varallisuuden vaikutuksia kohteeseen matkustamiseen. (Page & Connell 2014, 56.)

Swarbrooke & Hornerin (2007, 55) mukaan merkittävimpiä motivaatioihin vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi persoonallisuus, elämäntyyli, aiemmat kokemukset sekä turistina että yleisesti elämässä, omien vahvuuksien ja heikkouksien havainnointi sekä se, millaisen imagon henkilö haluaa luoda muille. Seikkailuhakuisen ja itsevarman henkilön motivaatiolliset tekijät saattavat näyttää hyvin erilaisilta verrattuna epävarman ja varuillaan olevan henkilön motivaatiotekijöihin. Jollekin on tärkeää olla muotitietoinen, toinen nauttii juhlimisesta ja kolmas on yksinäinen ja haluaa tavata uusia ihmisiä – näin ollen elämäntyyli vaikuttaa osaltaan myös motivaatiotekijöihin. Aiemmat kokemukset turistina, niin positiiviset kuin negatiiviset, saattavat myös vaikuttaa motivaatioihin – esimerkiksi positiiviset kokemukset matkalta saattavat motivoida lähtemään matkalle uudelleen. Erityisesti nostalgiset, menneisydessä koetut asiat vaikuttavat nykypäivän valintoihin, sillä vanhoja kokemuksia halutaan kokea uudelleen. (Swarbrooke & Horner 2007, 55.)

Plog (1977, teoksessa Page & Connell 2014, 56) jaottelee matkailijat eri käyttäytymisryhmiin heidän persoonallisuutensa perusteella. Tämän jaottelun mukaan voidaan ajatella, että tietyt persoonallisuuspiirteet omaavat matkailijat valitsevat vain tietyn matkakohteen, joka sopii heidän persoonallisuuspiirteisiinsä. Plogin mukaan matkailijat voidaan siis jakaa allosentrikoihin, midsentrikoihin sekä psykosentrikoihin. Luokituksen mukaan allosentrikot suosivat matkustamista omatoimisesti, haluavat tutkia eri kulttuureita ja nauttivat uusista kokemuksista, välttävät massamatkailukohteita ja suosivat uusia ja koskemattomia kohteita. Allosentrikot kuuluvat myös tyypillisesti keskitasoa ylempään tuloluokkaan. Psykosentrikon ominaisuuksiin taas kuuluu Plogin mukaan tuttujen matkailukohteen suosiminen, outoon kulttuuriin kosketuksen välttäminen, valmismatkojen suosiminen ja organisoitu ajanviete, turvallisuushakuisuus sekä matkailukeskuksien suosiminen. Psykosentrikoiden voidaan siis sanoa olevan epävarmoja matkailijoita, jotka näkevät matkustamiseen liittyvät riskit helpommin kuin allosentrikot. Midsentrikot taas ovat ominaisuuksiltaan väliinputoajia. Teorian mukaan suurin osa ihmisistä on juuri midsentrikoita, joita ei voida luokitella selkeästi joko allosentrikoksi tai psykosentrikoksi, vaan heidän ominaisuutensa ovat sekoitus näistä kahdesta tyypistä. Tutkijat näkevät kuitenkin, että tällaisessa jaottelussa on kritisointavaa, sillä persoonallisuuden lisäksi myös monet muut tekijät vaikuttavat matkailijoiden valintoihin, kuten esimerkiksi varallisuus ja elämänvaihe. (Albanese & Boedeker 2002, 112; Page & Connell 2014, 56.)

### **3 Kohderyhmän matkailulliset erityispiirteet**

Tämän luvun tarkoituksena on esitellä tämän tutkimuksen kohderyhmälle eli vaihto-opiskelijoille ominaisia matkailullisia piirteitä nuorisomatkoilijan näkökulmasta, joten luvun alussa avataan siihen liittyviä keskeisiä määritelmiä. Tämän jälkeen kerrotaan tarkemmin nuorisomatkoilusta ja siitä, millainen se on ilmiönä, ja luvun viimeisessä alaluvussa esitellään nämä nuorisomatkoilijan tyypilliset piirteet.

#### **3.1 Vaihto-opiskelijat – keitä he ovat?**

Haaga-Helian kansainväliset vaihto-opiskelijat voidaan iän ja aseman perusteella jaotella sekä koulutuksellisista syistä matkustaviksi että nuorisomatkoilijoiksi. Vaihto-opiskelijalla tarkoitetaan opiskelijaa, joka opiskelee osan tutkinnostaan ulkomailla, tässä tapauksessa jossakin Haaga-Helia ammattikorkeakoulun toimipisteessä (CIMO 2015a). Vaihto-opiskelijat ovat tyypillinen esimerkki koulutuksellisista syistä matkustavista matkoilijoista, sillä vaihto-opiskelijat matkustavat toiseen maahan opiskelemaan ja oppimaan lisää toisten ihmisten kulttuureista ja kielistä. Koulutuksellinen matkoilu tarkoittaa käsitteenä matkustamista johonkin kohteeseen tarkoituksena oppia, ja sillä on pitkä historia ulottuen aina kreikkalaisten ja roomalaisten eliittien matkustamiseen asti. Nykypäivän koulutuksellinen matkoilu on kehittynyt sen varhaisista vuosistaan: tänä päivänä koulutuksellinen matkustaminen on hyvin monimuotoista, ja sen suosio on kasvanut merkittävästi viime vuosikymmenten aikana. (Swarbrooke & Horner 2007, 35.)

Matkustavat opiskelijat ovat yksi nuorisomatkoiluun yhdistetyistä alatyypeistä, joten vaihto-opiskelijoiden piirteisiin voidaan soveltaa nuorisomatkoiluun liittyvää teoriaa. (UNWTO 2008c, 7.) Vaihto-opiskelijat matkustavat Suomeen alun perin koulutuksellisista syistä, mutta matkoilu opiskelijavaihdon aikana voi sisältää myös muita kuin koulutuksellisia motivaatiotekijöitä, jotka vaikuttavat matkustuskäyttäytymiseen. Jotta kohderyhmän tyypillisiin piirteisiin saadaan laajempi käsitys, seuraavissa luvuissa esitellään nuorisomatkoilua tarkemmin.

#### **3.2 Nuorisomatkoilun määritelmä**

Nuorisomatkoilun määrittelemistä hankaloittaa se, ettei nuorisomatkoilusta löydy yksiselitteistä tai lähteistä riippumatta muuttumatonta määrittelyä. Tästä päätellen voidaankin sanoa, että nuorisomatkoilu nähdään hyvin monimuotoisena ilmiönä. Nuorisomatkoilu voidaan nähdä esimerkiksi jonkun ikäryhmän jäsenenä, jotka matkustavat. Nuorisomatkoilun eri määritelmissä kuitenkin etenkin ikähaarukka, jonka sisälle nuorisomatkoilijan määritel-

lään kuuluvan, on muuttuva tekijä. Eri maiden matkailun kansalliset edustajat ja organisaatiot saattavat määritellä nuorisomatkailijan ikähaarukaltaan esimerkiksi 16–24, 16–29 tai 16–35 vuotta vanhoiksi. (UNWTO 2008c, 1.) Suomessa matkailun edistämiskeskus (MEK) määrittelee nuorisomatkailijan UNESCO:n nuoren henkilön määritelmää mukailleen noin 15–25 vuotta vanhaksi (MEK 2006, 3). UNWTO:n mukaan iän määritelmän muuttuminen eri tahojen keskuudessa heijastaa sitä, että nuoruus on vaikea määritellä vain tietyn ikähaarukan sisälle. Nykypäivänä työelämään astumista viivytellään, perhe perustetaan yhä myöhemmin ja toisaalta on trendikästä pysyä nuorena ja vireänä iästä riippumatta. Näin ollen nuorisomatkailua ei voida määritellä suoranaisesti demografisiin tekijöihin liittyväksi, vaan enemmänkin matkailutapana. (UNWTO 2008, 1.)

Nuorisomatkailuun voidaan nähdä myös liittyvän erilaisia matkailun alatyyppejä, joilla tarkoitetaan pienien, mutta tuottavien segmenttien matkailutyylisiä tai kiinnostusta tietynlaisiin tuotteisiin tai palveluihin. Tällaisia alatyyppejä nuorisomatkailun yhteydessä voidaan sanoa olevan esimerkiksi opiskelijoiden matkailu, reppumatkailu, seikkailumatkailu, kielimatkailu tai työkokemuksen takia matkailu. Näistä etenkin reppumatkailu mielletään nuorisomatkailun merkittävimmäksi alatyypiksi. (UNWTO 2008c, 1, 7.) Reppumatkailijalla tarkoitetaan Tourism Australian tarjoaman määritelmän mukaan henkilöä, joka yöpyy vähintään yhden yön hostellissa tai retkeilymajassa, jolla on halu tutustua paikallisiin ja muihin matkailijoihin, ja joka järjestää matkansa omatoimisesti. Tässä yhteydessä voidaankin mainita myös reppumatkailijan kehittyneempi versio ”flashpacker”, joka on perusominaisuuksiltaan kuin reppumatkailija, mutta jolla on käytettävissään enemmän rahaa ja näin ollen matkustaa reppumatkailijaa mukavammin. (Tourism Western Australia 2008.) Opiskelijoiden matkailulla, ”student travel”, joka koskettaa tätä opinnäytetyötä, tarkoitetaan matkailua jostain tietystä koulutuksellisesta syystä. Opiskelijoiden matkailu onkin tulossa yhä tärkeämmäksi nuorisomatkailun segmentiksi, ja useat kohteet pyrkivät houkuttelemaan kansainvälisiä opiskelijoita heidän ollessa kohteelle tuottoisia. (UNWTO 2008c, 1.)

Nuorisomatkailun yhteydessä puuttuu siis yhä tarkka määritelmä, joka kattaisi koko nuorisomatkailun alatyypeineen ja laajoine ikähaarukoineen. The World Youth Student and Educational (WYSE) Travel Confederation on kuitenkin esittänyt yhden vaihtoehdon, jonka mukaan nuorisomatkailua voisi kuvailla. Tämän määritelmän mukaan nuorisomatkailu tarkoittaa alle vuoden kestäviä itsenäisiä matkoja 16–29 vuotta vanhojen ihmisten keskuudessa, joita motivoi halu kokea eri kulttuureita, kerätä elämäkokemusta ja hyötyä oman elinympäristön ulkopuolisten alueiden tarjoamista oppimismahdollisuuksista. Itsenäisillä matkoilla tarkoitetaan tässä yhteydessä matkoja, missä vanhemmat tai valvojat eivät ole mukana. (UNWTO 2008c, 1.)

### 3.3 Nuorisomatkailu ilmiönä

Nuorisomatkailu on maailmanlaajuisesti yksi nopeimmin kasvavista matkailualan markkinoista. Vuonna 2010 kansainvälisiä matkailijoita arvioitiin olevan noin 940 miljoonaa, joista UNWTO arvioi nuorisomatkailijoiden osuudeksi noin 20 %. (UNWTO 2011, 2.) Nuorisomatkailun kasvun syiksi viime vuosikymmenien aikana on arvioitu olevan yleinen elintason nousu sekä kehitysmaiden kansalaisten mahdollisuus matkustaa. (UNWTO 2011, 5.) Nuorisomatkailua ei ole osattu kovin pitkään ajatella omana segmenttinään, jonka vuoksi siitä löytyy rajallinen määrä tutkimustilastoa, painottuen lähinnä UNWTO:n tekemiin tutkimuksiin. Nykypäivänä nuorisomatkailun merkitys matkailualalle, ja sen aikaansaamat sosiaaliset, kulttuurilliset ja taloudelliset vaikutukset ovat kuitenkin yhä kasvavassa määrin huomioitu työnantajien, opetuksellisten instituutioiden, matkailualan organisaatioiden sekä hallitusten puolelta maailmanlaajuisesti. (UNWTO 2011, 4.)

Nuoret ihmiset nähdään innovaation ja muutoksen lähteenä, ja heidän käyttäytyminen vaikuttaa merkittävästi matkailuun. Matkailuala onkin kovan muutoksen alla, kun perinteiset jakelukanavat joutuvat tekemään tilaa monimuotoisille verkostoille. Nuoret ihmiset nähdäänkin uusien innovaatioiden edelläkävijöinä, heidän ollessaan aktiivisia uuden teknologian, esimerkiksi sosiaalisen median käyttäjiä. (UNWTO 2011, 5.)

Tänä päivänä nuorisomatkailun on arvioitu edustavan noin 190 miljoonaa kansainvälistä matkaa vuosittain, ja nuorisomatkailu on kasvanut enemmän kuin maailmanlaajuisen matkustaminen yhteensä. UNWTO:n ennusteiden mukaan nuorisomatkailu tulee vain lisääntymään tulevina vuosina, sillä vuoteen 2020 mennessä nuorisomatkajoja tehdään arvioiden mukaan vuosittain jopa 300 miljoonaa. (UNWTO 2011, 6.)

### 3.4 Nuorisomatkailijan piirteet

WYSE Travel Confederation toteutti vuonna 2007 kyselyn, jonka tarkoituksena oli määrittellä nuorisomatkailua sekä nuorisomatkailijan ominaisuuksia tarkemmin. Kyselyyn vastasi yli 8 500 nuorta ympäri maailman, joista 70 % opiskeli tai oli jo suorittanut ylemmän korkeakoulututkinnon. (UNWTO 2008c, 11.) Seuraavissa luvuissa avataan nuorisomatkailijan matkailullisia ominaisuuksia nojautuen pääosin vuoden 2007 tutkimukseen, sivuten aihetta muista lähteistä kerätyillä tiedoilla.



WYSE Travel Confederationin tutkimuksen mukaan paikalliseen kulttuuriin tutustuminen ja vuorovaikutus paikallisten ihmisten kanssa koetaan nuorisomatkailijoiden keskuudessa tärkeimmiksi matkustusmotivaatioiksi. Rentoutuminen ja hauskanpito olivat yhä joillekin nuorille matkailijoille tärkeässä roolissa, mutta yli 70 % kaikista vastanneista ilmoitti tärkeimmäksi matkustusmotivaatioksi jonkun muun kuin vapaa-ajan matkailun, esimerkiksi opiskelemisen ulkomailla, kielen oppimisen, työnteon tai ystävien ja sukulaisten luona vierailun. Nuorten matkailijoiden matkat ovat useimmiten kuitenkin yhdistelmä eri motivaatioista. (UNWTO 2008c, 12–13.) The World Youth Student and Educational (WYSE) Travel Confederationin ja UNWTO:n tahoilta todetaankin, että ”nuorisomatkailijat matkustavat tarkoituksenmukaisesti – tutustuakseen kulttuureihin, ja sekoittaakseen matkailun tavoitteet opiskeluun, työhön, vapaaehtoistoimintaan ja seikkailuun”. (UNWTO 2008c, 5.)

Nuorien matkailijoiden on todettu olevan usein ”money poor but time rich”, joka tarkoittaa vapaasti suomennettuna, että heillä on paljon aikaa matkustaa, mutta vain vähän varallisuutta (UNWTO 2011, 7). Täten nuorisomatkailijoiden on todettu kiinnittävän huomiota matkakustannuksiin, ja matkustamiseen eniten vaikuttavan elementin onkin todettu olevan juuri hinta (UNWTO 2008, 17). Matkakustannusten huomiointi näkyy esimerkiksi majoitusvaihtoehdon valinnassa. Tutkimuksien mukaan hostelli on nuorten matkailijoiden suosituin majoituspa, sillä yli 60 % vuoden 2007 tutkimukseen vastanneista ilmoitti yöpyneensä hostellissa viimeisimmän matkan aikana. Hostellien lisäksi nuoret matkailijat yöpyivät myös hotelleissa, perheen tai ystävien luona, vierasmajoissa, bed&breakfast – majoituksissa, teltoissa tai matkailuvaunuissa. (UNWTO 2008c, 21.) Vaikka nuorisomatkailijoiden varallisuus onkin yleisesti ottaen alhaisempi kuin muiden matkustusryhmien, tuovat nuorisomatkailijat enemmän rahaa kohteeseen kuin muut matkailijaryhmät (UNWTO 2011c, 8). Koska nuorisomatkailijoilla on yleisesti ottaen enemmän aikaa käytössään kuin muilla matkustajaryhmillä, viipyvät he matkakohteessa yleensä pidempään, ja näin ollen jättävät kohteeseen pitkällä aikavälillä enemmän rahaa. Keskimääräinen matkan pituus on todettu olevan hieman yli 53 päivää nuorisomatkailijoiden keskuudessa, mutta kuten yleisestikin matkailun trendeissä vallitsee lyhyempien matkojen suosiminen, UNWTO:n mukaan näyttää siltä, että nuorisomatkailijat seuraavat tätä trendiä tehden yhä useammin lyhyempiä matkoja. (UNWTO 2008, 21.) Pidemmille matkoille nuorisomatkailijat lähtevät esimerkiksi välivuosina, työttömänä, sapattivapaan tai loman aikana (UNWTO 2011, 7).

Nuorille matkailijoille on lisäksi tyypillistä suosia mieluummin paikallisia yrityksiä kuin suuria kansallisia tai kansainvälisiä ketjuja, ja noin 60 % matkan kokonaisbudjetista käytetään kohteessa. Tällöin nuorisomatkailulla on merkittävä positiivinen vaikutus kohteen talouteen, kun raha päätyy suoraan paikallisten toimijoiden hyväksi. (UNWTO 2011, 8.)

Tutkimuksesta ilmenee myös, että nuoret matkailijat matkustavat pitkiä etäisyyksiä mieluiten linja-autolla, auton, junan ja lentokoneen tullessa perässä. Tästä huolimatta, lentäminen oli suosituin kulkutapa päästä alun perin kohteeseen. (UNWTO 2008c, 20.) Kuten majoitustapaan, myös matkustustapoihin vaikuttaa eniten hinta. Vaikka halpa hinta on tärkeää, koetaan palvelun laadukkuus silti tärkeäksi ominaisuudeksi, ja esimerkiksi palvelun internetsivujen laadukkuudella on todettu olevan merkittävä rooli nuorten ostopäätöksen teossa. (UNWTO 2008, 17.)

On myös todettu, että kokemattomat nuoret matkailijat luottavat sukulaisten ja ystävien sekä matkatoimistojen suosituksiin, kun taas kokeneet nuoret matkailijat luottavat enemmän Internetiin ja opaskirjoihin valitessaan matkakohdetta. Nuorille matkailijoille on tyypillistä ottaa selvää kohdemaata koskevista asioista etukäteen, analysoiden eri Internetsivuja ja matkat, yöpymiset sekä aktiviteetit varataankin pääosin myös Internetistä. Yli 80 % nuorista matkailijoista tutkii internetlähteitä ennen matkalle lähtöä ja internetin välityksellä tehtyjen varausten määrä on yhä kasvussa. (UNWTO 2008c, 15.) Internetissä nuorten suosimia varaussivustoja ovat esimerkiksi [hostelworld.com](http://hostelworld.com) tai [hostelbookers.com](http://hostelbookers.com). Suosituja sähköisiä matkaoppaita ovat esimerkiksi The Lonely Planet, Frommer's, The Rough Guides ja Fodor's, joiden kautta on mahdollista saada tietoa kohdemaista ja majoituksista, ja jotka osaltaan vaikuttavat merkittävästi nuorten matkailijoiden valintoihin. (UNWTO 2008c, 14.)

Nuorten matkailijoiden matkustuskäyttäytymisessä on todettu olevan hieman eroja, riippuen matkustaako nuori Euroopassa vai Euroopan ulkopuolella. Eurooppaan saapuvat nuoret matkailijat suosivat matkoillaan historiallisia kohteita, museoita, yökerhoja ja käyvät kahviloissa ja ravintoloissa sekä ostoksilla. Euroopan ulkopuolelle matkustavat nuoret matkailijat taas suosivat enemmän rantaelämää ja teemapuistoja, jotka eivät ole Eurooppaan matkustavien suosiossa. (TravelDailyNews 2014.) Paikalliseen elämään tutustuminen koetaan myös tärkeäksi, ja nuoret matkailijat viettävät usein aikaa paikallisten suosimissa paikoissa, joissa paikallisen kulttuurin kokeminen ja paikallisiin ihmisiin tutustuminen on helpointa (UNWTO 2008c, 35). WYSE Travel Confederationin toteuttaman tutkimuksen mukaan maailmanlaajuisesti suosituimmat nuorten matkailijoiden matkakohteet olivat Australia, Yhdysvallat ja Ranska, sillä yli 10 % kaikista vastanneista oli käynyt kyseisissä maissa. Joidenkin päätelmien mukaan kokemattomat nuoret matkailijat suosivat helposti lähestyttäviä Euroopan kohteita, ja kokeneet matkailijat suuntaavat vaativimmille matkoille esimerkiksi Vietnamiin, Etelä-Afrikkaan, Intiaan ja Argentiinaan. (UNWTO 2008c, 19–20.)

Nuorille matkailijoille on lisäksi tyypillistä palata takaisin kohteeseen jossain vaiheessa elämää jos kohde on koettu mieleiseksi. Tutkimuksen mukaan nuoriin matkailijoihin vaikuttavat myös vähemmän esimerkiksi terrorismi, kohteen poliittinen tilanne, taudit tai luonnonkatastrofit, jolloin nuoret matkailijat eivät ole kohderyhmänä yhtä haavoittuvainen kuin muut kohderyhmät. Nuoret matkailijat nähdään myös uusien kohteiden edelläkävijöinä, sillä he ovat kiinnostuneita ja ennakkoluulottomia tutustumaan uusiin kohteisiin. (UNWTO 2008c, 28.)

Tutkimusten mukaan halu matkustaa lisää ja kokea uusia elämyksiä ajaa nuoren matkailijan matkustamaan ensimmäisen matkan jälkeen yhä useammin. Lisääntyneen matkustushalun lisäksi koetaan, että matkustaminen on herättänyt kiinnostuksen eri kulttuureja kohtaan ja lisännyt niiden ymmärrystä ja arvostusta. Matkustuksen on myös koettu vaikuttavan nuoren matkailijan arvoihin ja asenteisiin. Vuonna 2007 yli 80 % kyselyyn vastanneista ilmoitti matkan muuttaneen heidän koko elämäntyylään jollain tavalla. Matkojen koetaan myös vaikuttavan ajatuksiin omasta urasta sekä lisäävän itsetietoisuutta ja itseluottamusta. (UNWTO 2008c, 26–27.)

## **4 Vaihto-opiskelijat Haaga-Heliassa ja Suomessa**

Tässä luvussa esitellään Haaga-Helia ammattikorkeakoulua, sen tarjoamia koulutusohjelmia sekä kyseisen ammattikorkeakoulun toimintaa kansainvälisellä tasolla. Tämän jälkeen kerrotaan tarkemmin liikkuvuusohjelmista, jonka puitteissa Haaga-Heliaan saapuu vaihto-opiskelijoita ympäri maailman. Viimeisenä esitellään Erasmus Student Network (ESN) ja sen toimintaa.

### **4.1 Haaga-Helia ammattikorkeakoulu Oy**

Haaga-Helia on yksityinen ammattikorkeakoulu, jossa opiskelija voi kouluttautua joko liike-elämän tai palveluelinkeinojen asiantuntijaksi. Koulutuksen ohella kyseisen organisaation toimintaan kuuluvat myös edellä mainittujen alojen osaamisen ja toiminnan kehittäminen ja tutkiminen. (Haaga-Helia 2014f.) Haaga-Helia jakautuu kuuteen eri toimipisteeseen, jotka sijaitsevat Helsingissä, Porvoossa ja Vierumäellä. Näistä toimipisteistä neljä ovat Helsingissä: Haagassa, Malmilla, Pasilassa sekä Vallilassa. Haaga-Helian Pasilan kampus on suurin, mutta jokainen niistä tarjoaa monipuolisen valikoiman koulutusohjelmia. Pasilassa voi esimerkiksi opiskella seuraavaa viittä eri koulutusohjelmaa: johdonassistentin työ ja kielet, journalismi, liiketalous, myynti ja tietotekniikka. Näiden lisäksi Pasilan toimipisteen tarjontaan lukeutuu myös ylempiä AMK- tutkintoja, joista esimerkkinä englanninkielinen matkailun koulutusohjelma. Haagan toimipisteessä opintoja voi puolestaan suorittaa hotelli-, ravintola- ja matkailualojen parissa, kun taas Malmin toimipisteen tarjonta koostuu liiketalouden ja tietojenkäsittelyn koulutusohjelmista. Näiden lisäksi Haaga-Helian Vallilan toimipisteessä opiskellaan joko liiketaloutta tai finanssi- ja talousasiantuntijaksi, ja Porvoon toimipiste tarjoaa opiskelijoilleen mahdollisuuden opiskella liiketaloutta ja matkailua, joiden koulutusohjelmien opetuskielinä käytetään suomea, englantia sekä osittain myös ruotsia. Vierumäellä voi taas puolestaan opiskella liikunnan ja vapaa-ajan ohjaajaksi kahdella kielellä. (Haaga-Helia 2014b.)

### **4.2 Haaga-Helia ja kansainvälisyys**

Haaga-Helian mukaan kansainvälinen yhteistyö on välttämättömässä roolissa koulutuksen laadun takaamiseksi (Haaga-Helia 2014d). Haaga-Helia kuuluu kahteenkymmeneen kuuteen kansainväliseen verkostoon, joista esimerkkeinä European Association for International Education (EAIE) sekä International Association of Universities (IAU) (Haaga-Helia 2014e). Maita, joissa Haaga-Helialla on yhteistyökorkeakouluja, on yhteensä 42.

Korkeakouluja löytyy niin Euroopasta, Aasiasta, Afrikasta, Australiasta, kuin Etelä- ja Pohjois-Amerikasta. (Haaga-Helia 2014g.) Yhteensä näitä korkeakouluja on 200 (Haaga-Helia 2014c).

Kansainvälisyys näkyy opiskelijan opinnoissa ammattikorkeakoulun tarjoamien vieraiden kielten kurssien lisäksi yleisesti myös opiskelijavaihdon tai työharjoittelun muodossa vierasmaassa. Opiskelijavaihto voidaan toteuttaa muutaman eri liikkuvuusohjelman kautta, joita ovat Erasmus ja Erasmus+, Nordplus, FIRST tai kahdenvälinen liikkuvuusohjelma. (Haaga-Helia 2014c.) Haaga-Heliale myönnetyn Erasmus Charter for Higher Education –asiakirjan (ECHE) avulla organisaatio pystyy osallistumaan Euroopan Unionin Erasmus+ -ohjelmaan vuosina 2014–2020 (Haaga-Helia 2014h).

### **4.3 Erasmus**

Erasmus on Euroopan Komission opetuksellinen ohjelma korkeakouluasteen oppilaille, opettajille ja instituutioille. Erasmus-ohjelman tarkoituksena on taata mahdollisuus maiden rajat ylittävään kansainväliseen liikkuvuuteen esimerkiksi vaihto-opiskelun tai kansainvälisen työharjoittelun muodossa. Tällä hetkellä yhdeksän kymmenestä eurooppalaisesta korkeakoulusta osallistuu Erasmus-ohjelmaan, 33 eri maassa. (Robert Gordon University 2015; European Commission 2014, 6.)

Erasmus-ohjelma perustettiin vuonna 1987 Euroopan Unionin ohjelmaksi, jonka tarkoituksena on tukea opiskelijoiden liikkuvuutta Euroopassa. Ensimmäisenä vuotenaan ohjelmaan osallistui 11 maata ja yli 3200 opiskelijaa, jotka matkustivat opiskelemaan toiseen Erasmus-ohjelmaan osallistuvaan instituutioon. (European Commission 2013b.) Nimi Erasmus viittaa Renessanssin aikaiseen Hollantilaiseen filosofiaan, teologiaan ja humanistiin, Erasmus Rotterdamilaiseen, joka opiskeli ja työskenteli useissa Euroopan yliopistoissa, luoden pohjaa liikkuvuuden tuoman tiedon, kokemusten ja oivalluksien tärkeydelle. Kirjainlyhenteenä ERASMUS viittaa myös englanninkielien sanoihin European Community Action Scheme for the Mobility of University Student, joka vapaasti suomennettuna tarkoittaa Euroopan alueen järjestelmää yliopisto-opiskelijoiden liikkuvuudelle. (European Commission 2013b.)

Historian kuluessa Erasmus-ohjelma on kasvattanut suosiotaan ja muuttunut. Vuonna 1995 Erasmus-ohjelmasta tuli osa opetuksellista Socrates-ohjelmaa, jolloin ohjelmaan sisällytettiin myös opettajien liikkuvuuden tukeminen sekä kansainvälinen yhteistyö eri yliopistojen välillä. Vuosina 2007–2013 Erasmus-ohjelma oli osa Euroopan Unionin Elin-

ikäisen oppimisen ohjelmaa (Lifelong Learning Programme (LLP)), joka korvasi aiemman Socrates-ohjelman. Elinikäisen oppimisen ohjelman tarkoituksena oli tukea yhteisön koulutusjärjestämien välistä vaihtoa, yhteistyötä ja liikkuvuutta siten, että järjestelmistä tulisi laadukkaita, maailmanlaajuisia esikuvia Lissabonin strategian mukaisesti. (EUROPA 2009.) Lissabonin strategialla tarkoitetaan Eurooppa-neuvoston vuonna 2000 tekemää sitoumusta, joka silloisen lupaavan taloussuhdanteen puitteissa pyrki toteuttamaan taloudellisia, yhteiskunnallisia ja ympäristöpoliittisia uudistuksia EU:ssa (Euroopan komissio 2011; EUROPA 2005). Elinikäisen oppimisen ohjelma oli suunniteltu siten, että ihmisillä elämänvaiheesta riippuen oli mahdollisuus osallistua oppimiskokemuksiin ja sen tarkoituksena oli myös kehittää opiskelua ja koulutusta läpi Euroopan (European Commission 2015). Ohjelma tuki niin peruskoululaisia ja lukiolaisia, yliopisto-opiskelijoita, aikuisopiskelijoita sekä useita eri projekteja. Esimerkkejä Elinikäisen oppimisen ohjelmaan kuuluvista projekteista Erasmus-ohjelman lisäksi olivat Comedius, Leonardo da Vinci, Grundtvig ja Jean Monnet. (EUROPA 2009; European Commission 2015.)

### **EU:n uusi ohjelma Erasmus+**

Vuonna 2013 Euroopan Parlamentti hyväksyi Euroopan Komission ehdotuksesta EU:n uudeksi koulutus-, nuoriso- ja urheiluohjelmaksi Erasmus+ -ohjelman. Vuosille 2014–2020 budjetoidun Erasmus+ -ohjelman tavoitteena on tehostaa osaamista ja työllistävyyttä sekä uudistaa koulutusta ja nuorisotyötä. Uusi ohjelma selkiyttää tukikokonaisuutta kokoamalla yhteen aiemman rahoituskauden koulutus- ja nuoriso-ohjelmat saman nimen alle, sekä mahdollistaa tuen myös urheilulle, joka ei aiemmilla kausilla ollut mukana. Seitsenvuotisen ohjelman budjetin määrärahoja on korotettu 40 % aiemmasta, sillä EU pitää koulutukseen ja nuorisoon investoimista ensiarvoisen tärkeänä nykyisessä taloussuhdanteessa ja työttömyystilanteessa. (Euroopan Komissio 2015; European Commission 2014, 6.)

Vuosina 2014–2020 Erasmus+ takaa yli 4 miljoonalle eurooppalaiselle mahdollisuuden opiskella, kouluttautua ja kerätä työkokemusta ulkomailla. Tukikelpoisia hakijoita ovat esimerkiksi aikuisopiskelijat, harjoittelijat, opettajat, professorit, valmentajat, nuorisotyöntekijät ja muut koulutus- ja nuorisoalan ammattilaiset. Osallistuminen on mahdollista niin organisaatioiden, instituutioiden tai ryhmien kautta, jotka ovat mukana Erasmus+ ohjelmassa. Tukikelpoisiksi jäseniksi lasketaan henkilöt tai organisaatiot EU:n jäsenmaista, EU-kandidaattimaista tai EFTA/EEA maista. (Euroopan Komissio 2015.)

## **Viimeaikaista tilastotietoa**

Vuosien 2012–2013 tilastojen mukaan Erasmus-ohjelmaan osallistui 33 Euroopan maata ja 90 % Euroopan yliopistoista, ja joka vuosi yli 200 000 opiskelijaa matkustaa ulkomaille opiskelemaan Erasmus-ohjelman puitteissa. Ohjelman perustamisvuodesta 1987 lähtien Erasmus-ohjelma on houkutellut osallistujikseen yhteensä yli 3 miljoonaa opiskelijaa, ollen maailman menestynein opiskelijaliikkuvuuden ohjelma. (European Commission 2014, 6.)

Vuosina 2012–2013, kuten myös edeltävinä vuosina, Espanja lähetti eniten opiskelijoita Erasmus vaihtokohteisiin, yhteensä 39 249 opiskelijaa. Ranska lähetti toiseksi eniten vaihto-opiskelijoita, jota seuraten Saksa, Italia ja Puola. Espanja pitää myös eurooppalaisten suosikkivaihtokohteen ykköspaikkaa, sillä Espanja vastaanotti vuosina 2012–2013 opiskelijoita yhteensä 40 202, Saksan ollessa toiseksi suosituin. Ranska oli tilastollisesti kolmanneksi suosituin, seuraajinaan Englanti ja Italia. Keskimääräisesti kuukausittainen opiskelijoiden saama EU:n tukiraha oli 272 € ja sen suuruus vaihtelee kohdemaan sekä opiskelun keston mukaan. Erasmus-ohjelman pituus vaihtelee yleensä 3-12 kuukauden välillä. Vuosina 2012–2013 keskimääräinen opiskelijavaihto oli pituudeltaan 6 kuukautta, kuten myös aiempina vuosina. (European Commission 2014, 6.)

Suomessa Erasmus-liikkuvuudesta sekä muista ohjelmista tietoa kerää CIMO, joka on kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön asiantuntija- ja palveluorganisaatio, ja toimii opetus- ja kulttuuriministeriön hallinnonalalla. CIMO edistää kansainvälistymistä koordinoimalla harjoittelu-, vaihto-, ja apurahaohjelmia ja vastaamalla EU-ohjelmien tiedottamisesta ja toimeenpanosta Suomessa. (CIMO 2015b.)

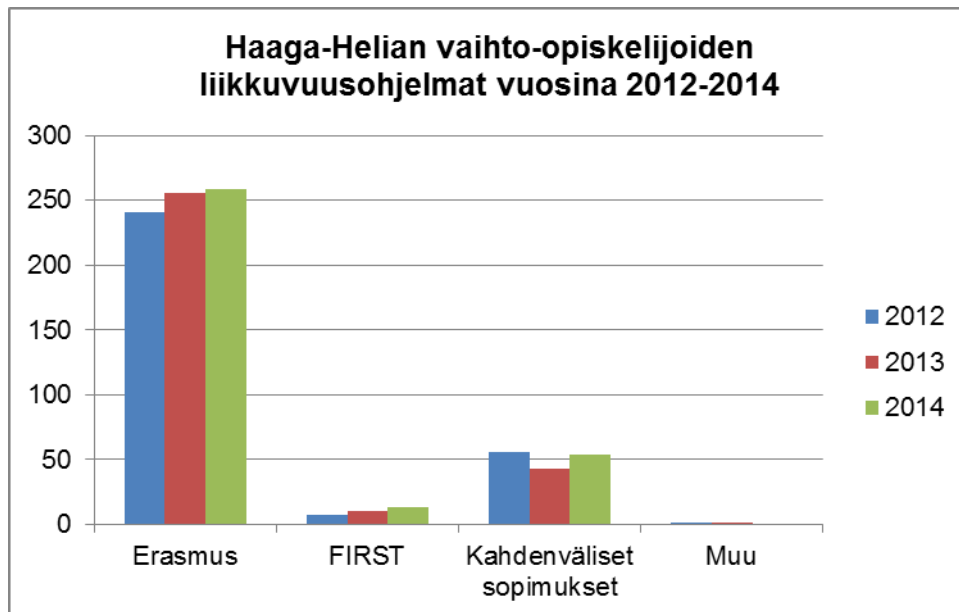
Liikkuvuuden tavoitteena on, että lähtevien opiskelijoiden määrä olisi tasapainossa saapuvien opiskelijoiden kanssa (Airas & Zenkner, 2007, 28). Suomi on aktiivinen ulkomaisien Erasmus-opiskelijoiden vastaanottaja, ja Suomi vastaanottaa enemmän ulkomaisia Erasmus-opiskelijoita kuin maan opiskelijamäärä edellyttäisi (Airas & Zenkner, 2007, 24). Lukuvuonna 2012–2013 suomalaisten Erasmus-liikkuvuus suuntautui pääasiassa Saksaan, Espanjaan, Isoon-Britanniaan ja Raskaan, eikä suosituimmissa maissa ole vuosien saatossa ollut paljon vaihtelua. Suomeen taas tullaan pääasiassa Saksasta, Ranskasta, Espanjasta, Italiasta ja Tšekeistä. (European Commission 2013c.) Vuosituhannen vaihteesta lähtien Suomeen on saapunut enemmän Erasmus-opiskelijoita kuin lähtenyt ja lähes kolme neljännestä Suomeen saapuvista vaihto-opiskelijoista on Erasmus-opiskelijoita

(Airas & Zenkner, 2007, 24). Lukuvuonna 2012–2013 Suomesta lähti yhteensä 5 496 Erasmus-opiskelijaa ja Suomeen saapui yhteensä 7 255 Erasmus-opiskelijaa. Näin ollen Suomi on vastaanottanut lukuvuonna 2012–2013 lähes 1 800 Erasmus-opiskelijaa enemmän kuin lähettänyt, ja ero on pysynyt lähestulkoon samanlaisena 2000-luvulla. (European Commission 2014, 38; Airas & Zenkner 2007, 31–32.) Kansainväliselle opiskelijavaihdolle on myös tyypillistä, että idästä liikutaan herkemmin länteen, kuin päinvastoin, mikä osaltaan selittää opiskelijaliikkuvuuden lukuja (Airas & Zenkner, 2007, 32).

Vuosien 2012–2013 Euroopan Komission tilastojen mukaan tyypillinen Erasmus-opiskelija oli 22-vuotias nainen, joka opiskeli alemman korkeakouluasteen tasolla. Vuosina 2012–2013 noin 61 % kaikista Erasmus opiskelijoista oli naisia, jolloin miesten osuus jäi vain 39 %. Erasmus-opiskelijat olivat tyypillisimmin alemman korkeakouluasteen tasolla, muodostaen 67 % kaikista Erasmus-opiskelijoista. Maasteritason opiskelijoita ohjelmaan osallistui 29 %, tohtoritason opiskelijoita 1 % ja ”Short cycle” 3 %. Keskimääräisesti Erasmus-opiskelija oli 22 vuotias ja vietti 6 kuukautta ulkomailla. Erasmus-ohjelman myöntämän apurahan suuruus oli vuosina 2012–2013 noin 272€ kuukautta kohden. Tyypillisimmiksi Erasmus-opiskelijoiden työmarkkinakelpoisuutta korostaviksi ominaisuuksiksi ovat mainittu ongelmanratkaisutaidot, sopeutuvuus, organisaatiolliset taidot sekä uteliaisuus. (European Commission 2013d.)

Haaga-Helialta saatujen tietojen perusteella (kuvio 5) kyseisen oppilaitoksen käyttämistä liikkuvuusohjelmista Erasmus on ylivoimaisesti suosituin. Haaga-Heliaan on vuosien 2012–2014 aikana saapunut kasvavassa määrin Erasmus -opiskelijoita, kolmen vuoden aikana yhteensä 756 opiskelijaa. Muita liikkuvuusohjelmia ovat olleet FIRST, jonka kautta on saapunut näiden kolmen vuoden aikana yhteensä 30 opiskelijaa, ja kahdenväliset sopimukset. Vuosien 2012–2014 aikana näiden eri korkeakoulujen kahdenvälisten sopimusten kautta on saapunut yhteensä 156 opiskelijaa, kun taas muiden liikkuvuusohjelmien kautta opiskelijoita on saapunut puolestaan erittäin vähän, vain muutama. (Juusola 9.3.2015.)





Kuvio 5. Haaga-Helian vaihto-opiskelijoiden liikkuvuusohjelmat vuosina 2012-2014 (Juusola 9.3.2015)

#### 4.4 Nordplus

Nordplus-ohjelma on Pohjoismaiden ministerineuvoston kieliohjelma, jonka vuosittainen budjetti on noin yhdeksän miljoonaa euroa (CIMO 2014c; Nordplus 2014a). Kieliohjelman 2012–2016 väliseen uuteen ohjelmakauteen kuuluvat Pohjoismaiden lisäksi myös Baltian maat (CIMO 2014c). Kokonaisuudessaan ohjelmaan osallistuvat siis Suomi, Ruotsi, Norja, Tanska, Islanti sekä Viro, Liettua ja Latvia (Nordplus 2014a). Vuonna 2013 eri liikkuvuusohjelmien kautta Suomeen saapui yhteensä 9739 eri korkeakoulujen vaihto-opiskelijaa, joista juuri Nordplus-ohjelman kautta Suomeen saapui 0,8 prosenttia eli 78 vaihto-opiskelijaa (CIMO 2013, 4). Haaga-Helian tilastojen mukaan (2012–2014) Nordplus -kieliohjelman kautta saapuvia vaihto-opiskelijoita ei kuitenkaan opiskellut Haaga-Helian missään toimipisteessä vuosien 2012-2014 välisenä aikana (Juusola 9.3.2015).

Nordplus -kieliohjelman 2012–2016 väliselle ohjelmakaudelle on asetettu tietyt tavoitteet. Ohjelma pyrkii esimerkiksi vahvistamaan Pohjoismaiden välillä tapahtuvaa koulutusyhteistyötä, ja sen avulla pyritään myös edistämään sitä, että Pohjoismaiden ja Baltian maiden välille syntyisi yhteinen koulutusalue (CIMO 2014c; Nordplus 2014a). Kieliohjelman tavoitteena on myös tukea koulutukseen sisältyvien hyvien käytäntöjen, innovatiivisten tuotteiden ja prosessien kehittämistä ja levittämistä. Tämän lisäksi ohjelma pyrkii tukemaan myös elinikäisen oppimisen laadun ja innovaatioiden kehitystä koulutus- ja työelämäyhteistyötä hyödyntäen. Nordplus -kieliohjelman yhtenä tavoitteena on myös lisätä kiinnostusta pohjoismaisia kieliä kohtaan, keskittyen ensisijaisesti ruotsin, norjan ja tanskan kielisiin. Lisäksi näiden pohjoismaisten kielten osaamista ja ymmärrystä halutaan painottaa

erityisesti lasten ja nuorten keskuudessa. Kieliohjelman tavoitteisiin lukeutuvat myös niin pohjoismaisen kulttuurin edistäminen kuin Pohjoismaiden ja Baltian maiden vastavuoroisen kielten ja kulttuurin ymmärryksen edistäminen. (CIMO 2014c.) Nordplus kattaa myös seuraavat alaohjelmat: Nordplus Junior, Nordplus Korkeakoulutus, Nordplus Aikuiskoulutus, Nordplus Horisontal sekä Nordplus Pohjoismaiset kielet (CIMO 2014c).

Opinnäytetyön aiheeseen parhaiten näistä äsken mainituista ala-ohjelmista liittyy Nordplus Korkeakoulutus -ohjelma, sillä se tukee Pohjoismaiden ja Baltian maiden korkeakoulutusalojen opiskelija- ja opettajaliikkuvuutta sekä hanke- ja verkostoyhteistyötä. Ohjelman vaihdot, kokemukset, hyvät käytännöt sekä innovatiiviset tulokset auttavat kaikki osakseen kyseiseen ohjelmaan osallistuvien korkeakoulujen välille muodostuvan yhteistyön syntymistä, joka onkin ohjelman tarkoitus. Ohjelmakauden 2012–2016 tarkoituksena on edistää kolmea asiaa: korkeakoulujen välistä yhteistyötä, korkeakoulujen ja muiden korkeakoulutusalaan liittyvien organisaatioiden välistä yhteistyötä sekä korkeakoulujen ja työelämän välistä yhteistyötä. (CIMO 2014d.)

Nordplus -ohjelmakomitea tukee korkeakoulujen välistä yhteistyötä myös rahoituksen merkeissä, jota eri verkostot voivat hakea. Tuki suunnataan opiskelija- ja opettajaliikkuvuuteen, intensiivikursseihin, eri kehittämishankkeisiin, yhteisten opinto-ohjelmien laatimiseen, verkostoitumiseen sekä kehittämiseen. Lukuvuoden 2014–2015 väliselle ajalle ohjelmakomitean myöntämää tukea haki yhteensä 229 verkostoa, joista 80 prosenttia saivat rahoitusta. Nordplus Korkeakoulutus tukee siis kyseisenä aikana yhteensä 184 verkostoa, ja tästä noin 4,5 miljoonan euron summasta 71 prosenttia on myönnetty juuri opiskelija- ja opettajaliikkuvuuden tukemista varten. (CIMO 2014e.) Myös Haaga-Helia ammattikorkeakoululla ja sen yhteistyökumppaneilla on Nordplus -rahoitukseen liittyviä hakemuksia ja meneillään olevia projekteja vuosilta 2008, 2012 ja 2014 (Nordplus 2014b).

#### **4.5 FIRST**

FIRST-ohjelma (Finnish-Russian Student and Teacher Exchange Programme) on liikkuvuusohjelma, joka edistää Suomen ja Venäjän lähialueiden korkeakoulujen välillä tapahtuvaa yhteistyötä. FIRST tukee niin opiskelija- ja opettajavaihtoa kuin yhteisten intensiivikurssien järjestämistä näiden kahden maan eri korkeakoulujen välillä. (CIMO 2014f; Haaga-Helia 2014c.) Vuodesta 2013 lähtien ohjelmaan on kuulunut edellä mainittujen lisäksi myös harjoitteluvaihto (CIMO 2013, 2). FIRST on toiminut vuodesta 2000 lähtien, ja sen hallinnoinnista vastaa Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus CIMO (CIMO 2013, 1).

## **FIRST-ohjelman tausta**

FIRST-ohjelma sai alkunsa korkeakoulujen ja CIMOn yhteisestä aloitteesta, jonka ajatuksena oli tarjota tukea ja rahoitusta Suomen ja Venäjän korkeakoulujen väliseen yhteistyöhön. Tukea haluttiin tarjota eritoten opiskeluvaihtoa varten, johon tuen saaminen oli vähäistä ennen kyseistä ohjelmaa. (CIMO 2013, 2.) FIRST on Suomen ja Venäjän merkittävimpin yksittäinen rahoittaja, joka tukee näiden maiden korkeakoulujen välistä opiskelijavaihtoa. Ohjelman rahoitus hoidetaan kokonaan Suomen puolelta, ja kyseiset apurahat myönnetään korkeakoulujen muodostamille verkostoille. Myös Euroopan unioni, pohjoismaiset koulutusohjelmat ja korkeakoulut rahoittavat osakseen Suomen ja Venäjän välistä yhteistyötä korkeakouluihin liittyen. (CIMO 2013, 1.)

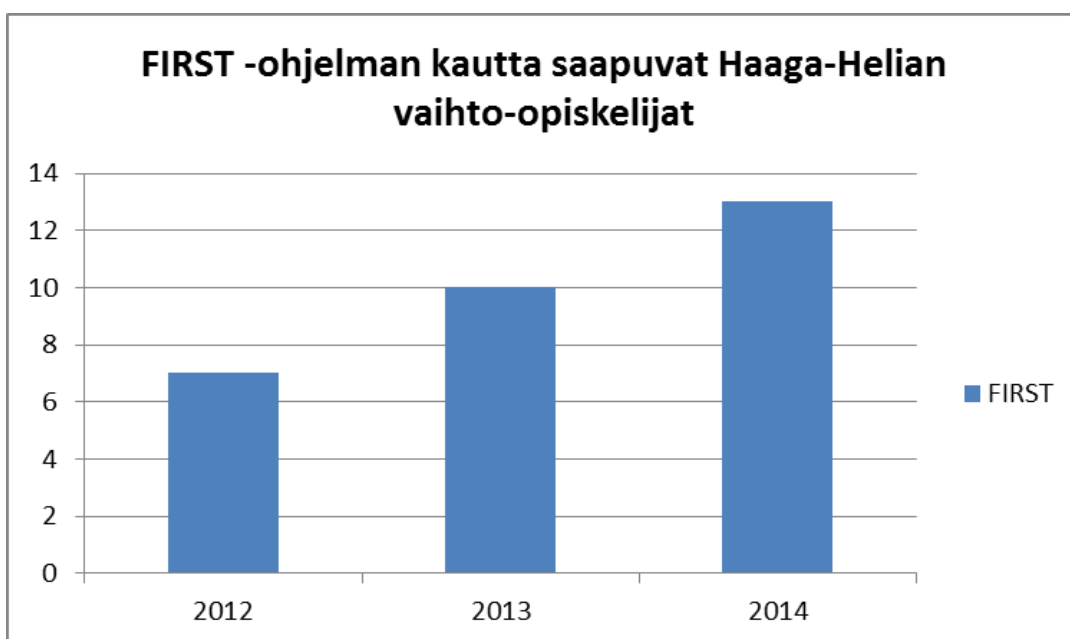
Venäjä on merkittävä yhteistyömaa monille Suomen korkeakouluille, ja tämä näkyy esimerkiksi korkeakoulujen laatimissa vuosien 2009–2015 kansainvälistymisstrategioissa. Myös CIMO on listannut Venäjän yhdeksi sen strategiseksi painopisteekseen. (CIMO 2013, 1.) Tähän mennessä FIRST-kieliohjelma on jo vakiinnuttanut roolinsa korkeakoulujen Venäjä-yhteistyöhön liittyen – lähes kaikki Suomen korkeakoulut osallistuvat siihen. Luoteisvenäläisistä korkeakouluista ohjelmaan osallistuu noin 50, joista eniten osallistuvia korkeakouluja löytyy Pietarin seudulta. Yhteistyöhön osallistuu korkeakouluja monilta eri aloilta, joista aktiivisimmiksi ovat lueteltu seuraavat alat: humanistiset tieteet, taloustieteet, teknilliset tieteet sekä yhteiskuntatieteet. (CIMO 2013, 3.) Suomalaisten ja luoteisvenäläisten korkeakoulujen välisen korkealaatuisen yhteistyön tukemisen ja kehittämisen lisäksi FIRST-ohjelman tavoitteena on myös tasapainottaa Suomeen ja Venäjälle vaihtoon lähtevien määrää niin opiskelijoiden kuin opettajien osalta (CIMO 2014f). Yleisellä tasolla kaikkien Suomeen saapuvien ja Suomesta lähtevien vaihto-opiskelijoiden kokonaismäärä on Suomen osalta hyvin tasapainossa, mutta Venäjän kohdalla tämä ei ole toteutunut yhtä hyvin. Vaikka Suomen ja Venäjän välisten korkeakoulujen yhteistyön voidaan sanoa arkipäiväistyneen monella tapaa, suomalaisia opiskelijoita lähtee Venäjälle vaihtoon silti paljon vähemmän kuin mitä Venäjältä saapuu Suomeen. Esimerkiksi vuonna 2012 Suomeen saapui 474 vaihto-opiskelijaa Venäjältä, mutta vain 256 korkeakouluopiskelijaa lähti vaihtoon Venäjälle. (CIMO 2013, 3-4.)

## **Viimeaikaista tilastotietoa**

CIMOn tarjoaman FIRST-selvityksen (2000–2012) mukaan kyseiseen ohjelmaan on osallistunut yhteensä 3500 opiskelijaa ja opettajaa Suomesta ja Venäjältä (CIMO 2013, 1). Vuositasolla kaikkiaan noin 300 suomalaista ja venäläistä opiskelijaa osallistuvat opiskelijavaihtoon tämän kieliohjelman kautta. Vuonna 2011 FIRST-ohjelman osuus koko Suo-

men ja Venäjän välisestä opiskelijavaihdosta muodostui 40 prosentista vaihtoon saapuvista ja 35 prosentista vaihtoon lähtevistä henkilöistä. (CIMO 2013, 2.) Vuonna 2011 Venäjältä saapui FIRST-ohjelman kautta 201 korkeakouluopiskelijaa Suomeen, kun muiden ohjelmien kautta Venäjältä Suomeen saapui hieman enemmän, 292 henkilöä. Edellisenä vuonna kuitenkin kyseisen ohjelman kautta saapui enemmän opiskelijoita muuhun vaihtopiskeluun verrattuna. Tällöin FIRST-ohjelman kautta saapui 216 opiskelijaa kun muiden kautta saapui yhteensä 209 henkilöä. (CIMO 2013, 2.)

Haaga-Helialta saatujen tilastotietojen perusteella (kuvio 6) kyseisessä oppilaitoksessa on opiskellut FIRST-ohjelman kautta vuosien 2012–2014 välisenä aikana yhteensä 30 opiskelijaa. Luku on kasvanut tasaisesti kolmen vuoden aikana, vaikka muiden liikkuvuusohjelmien, Erasmus-ohjelman ja kahdenvälisten sopimuksien kautta, on silti suhteessa saapunut enemmän opiskelijoita, mikä ilmenee vastaavasti kuviosta 5. (Juusola 9.3.2015.)



Kuvio 6. FIRST –ohjelman kautta saapuvat Haaga-Helian vaihto-opiskelijat (Juusola 9.3.2015)

#### 4.6 Erasmus Student Network – ESN

Erasmus Student Network, joka tunnetaan myös lyhenteellä ESN, on Euroopan suurin opiskelijayhdistys. Sen tavoitteena on tukea ja kehittää opiskelijavaihtoa, toimimalla suurimmaksi osaksi vapaaehtoistoimin. ESN on esillä yli 430:ssä korkeamman koulutuksen instituutiossa, 37 maassa ja yli siihen kuuluu noin 13 500 aktiivista jäsentä. ESN toimii sekä paikallisesti, kansallisesti että kansainvälisesti. (ESN 2015a.)

Ensisijaisesti ESN:n tarkoituksena on auttaa kohdemaassa olevia vaihto-opiskelijoita, jotka useimmiten kohtaavat ongelmia uudessa koulussaan tai sopeutumisessa uuteen elinympäristöön. Pääasiallisesti ESN pyrkii erilaisten aktiviteettien kautta parantamaan opiskelijoiden sopeutumista ja viihtyvyyttä. Kohdemaassa olevat ESN:n toimijat järjestävät kulttuurillisia ja sosiaalisia tapahtumia, kuten esimerkiksi matkoja eri kohteisiin, elokuvailtoja, kieliprojekteja, kansainvälisiä ruokafestivaaleja sekä opiskelijajuhlia. Monilla korkeakouluilla on myös käytössään mentorisysteemi, jossa jokaisella opiskelijalla on oma mentori auttamassa opiskeluihin ja käytännön asioihin sopeutumisessa. ESN auttaa myös vaihdosta palaavia opiskelijoita pysymään kansainvälisessä kontaktissa kotimaassaankin. (ESN 2015a.)

### **ESN Finland**

Suomessa ESN-järjestöä edustaa kansallisella tasolla ESN Finland. ESN Finland koostuu 16:ta paikallisesta toimijasta eri puolelta Suomea ja sen tarkoituksena on toimia Suomessa olevien kansainvälisten vaihto-opiskelijoiden hyväksi. ESN Finland neuvottelee yhteistyöstä, järjestää tapahtumia sekä tukee paikallisia ESN toimijoita Suomessa sekä taloudellisesti että hallinnollisesti. Tällä hetkellä ESN toimii yhteistyössä Aikamatkojen (Timetravels) kanssa, joka on ESN:n virallinen matkanjärjestäjä Lapin ja Venäjän matkoille. DNA Oy toimii virallisena mobiilioperaattoritarjoajana ja GLS Finland Oy on ESN Finlandin virallinen pakettipalveluyritys. Näiden yristysten lisäksi ESN Finland toimii yhteistyössä kansallisten järjestöjen kanssa, kuten CIMOn, Allianssi ry:n, Suomen ylioppilaskuntien liitto ry:n (SYL) sekä Suomen ammattikorkeakouluopiskelijakuntien liiton, SAMOK ry:n kanssa. (ESN Finland 2015.)

### **ESN Helga**

Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa ESN:ää paikallisena toimijana edustaa ESN HELGA. ESN HELGA toimii yhteistyössä Haaga-Helian kansainvälisten palveluiden kanssa. ESN HELGA on lisäksi osa opiskelijajärjestö HELGAa ja toimii tiiviissä yhteistyössä Haaga-Helian kansainvälisten palveluiden lisäksi myös Helsingin alueen koulujen kanssa, kuten Helsingin yliopiston, Aalto yliopiston, Metropolia ammattikorkeakoulun sekä useiden korkeakoulujen kanssa niin Suomessa kuin kansainvälisesti. (ESN HELGA 2015a.)

ESN HELGA toimii lukukauden aikana pelkästään Haaga-Heliassa noin 300–400 vaihto-opiskelijan kanssa, jotka tulevat noin 40:stä eri maasta. Suurin osa Haaga-Helian vaihto-opiskelijoista opiskelee matkailualaa tai liiketaloutta Haaga-Helian toimipisteissä Helsingissä, Porvoossa tai Vierumäellä. (ESN HELGA 2015a.)

ESN HELGA:n tuutorit pitävät huolta Haaga-Helian vaihto-opiskelijoista vaihtolukukauden aikana. ESN HELGA ottaa yhteyttä opiskelijoihin jo ennen Suomeen saapumista, noutaa vaihto-opiskelijat heidän saapuessaan Suomeen sekä vie opiskelijat heidän uusiin koteihin. Vaihtolukukauden aikana ESN HELGA järjestää ja markkinoi tapahtumia, retkiä sekä matkoja, joiden kautta vaihto-opiskelijat oppivat Suomesta ja sen naapurimaista pitäen samalla hauskaa ja tutustuen toisiinsa. (ESN HELGA 2015a.)

Jokaiselle vaihto-opiskelijalle annetaan Haaga-Helian kansainvälisen opiskelijan käsikirja, missä kerrotaan tärkeää tietoa Suomessa asumisesta. Lisäksi ESN HELGA:n kattavilta internetsivuilta opiskelijat saavat lisätietoa Suomeen sopeutumisesta ja ajankohtaisista ESN:n järjestämistä tapahtumista. (ESN HELGA 2015a.)

### **ESN HELGA ja vaihto-opiskelijoille kohdistetut matkailupalvelut**

ESN järjestää ja markkinoi useita eri tapahtumia ja matkoja vaihto-opiskelijoille. Vuonna 2014 pisimmät matkat suuntautuivat Lappiin, Venäjälle sekä Ruotsiin ja lyhyemmät retket ja tapahtumat koostuivat suomalaisuutta korostavista juhlista, vierailuista, aktiviteeteistä ja retkistä. Yhteistä ESN:n tapahtumille ja matkoille on ollut se, että ne korostavat hauskanpitoa, yhteisöllisyyttä, kansainvälisyyttä sekä kulttuurituntemusta. (ESN HELGA 2015b.) ESN Finlandin virallisena matkanjärjestäjänä toimii Aikamatkat Oy, joka on vuodesta 2006 toiminut, opastettuihin kulttuuri-, teema-, ja urheilumatkoihin erikoistunut matkanjärjestäjä. (Aikamatkat 2015.) Aikamatkat Oy:n matkatarjonta vaikuttaa vahvasti ESN HELGAN vaihto-opiskelijoille markkinoitaviin matkailutuotteisiin. Lisäksi osa vaihto-opiskelijoille kohdistetusta tarjonnasta on ESN:n itse järjestämiä. (Mali 24.2.2015.)

Vuonna 2014 Aikamatkat Oy järjesti ESN HELGAN pakettimatkat Suomen Lappiin sekä Venäjälle. Lapinmatka suuntautui Leville, Suomen tunnetuimpaan laskettelukohteeseen ja sen tarkoituksena on esitellä ”Lapin taikaa”, Suomen puhdasta luontoa ja sen laajoja erämaa-alueita. Opiskelijoille tarjottiin mahdollisuus pitää hauskaa ja kokeilla talviurheilulajeja, kuten lumikenkäkävelyä, laskettelua, moottorikelkka-ajelua sekä jääkartingia. Pakettimatka piti sisällään meno-paluun linja-autolla, 4 yön majoituksen moderneissa mökeissä,

vierailut Joulupukin Pajakylässä ja Lainion Snow Villagessa, sekä kokeneen oppaan palvelut. (ESN HELGA 2015c.)

Aikamatkojen järjestämä Venäjän matka taas suuntautui Pietariin, jonne matkustettiin viisumivapaasti laivalla. Pietarin matka esitteli opiskelijalle Suomen suurta naapurimaata ja sen palatseja, kulttuuria ja nähtävyyksiä. Pietarin matkapaketti piti sisällään laivamatkat, yöpymiset turistiluokassa laivalla sekä keskitason hotellissa Pietarissa, englanniksi opastettuja nähtävyy skierroksia, hotellikuljetukset, ryhmänjohtajan sekä kartan. (ESN HELGA 2015d.)

Vaihto-opiskelijoille markkinoitiin myös risteilyä Tukholmaan, Ruotsin pääkaupunkiin. ”Pirates of the Baltic Sea” –ristelyn tarkoituksena oli tuoda yhteen Suomen tuhannet Erasmus-opiskelijat, luoda kansainvälistä yhteishenkeä sekä tarjota mahdollisuus Ruotsissa vierailuun. Matka piti sisällään järjestettyä ohjelmaa, yöpymiset laivalla, Tukholman vierailun sekä buffet-ruokailun. (ESN HELGA 2015e.)

ESN:n suomalaisuutta ja suomalaista kulttuuria esitteleviä retkiä, vierailuja ja tapahtumia ovat olleet esimerkiksi vierailut Suomenlinnaan, mahdollisuus vieraillla suomalaisessa koulussa, suomalaisen ruuan ilta, Fazerin tehdasvierailu sekä mahdollisuus kokeilla suomalaista savusaunaa. Suomenlinnan retkivaihtoehtoina, lukukaudesta riippuen, ovat olleet kierros ja piknik Suomenlinnassa, tai Suomenlinnan jännityksellinen, synkkää historiaa esittelevä kierros iltahämärässä. Kouluvierailun tarkoituksena oli esitellä arvostettua suomalaista koulusysteemiä. Suomalaisen ruuan illassa opiskelijat pääsivät itse valmistamaan ja maistamaan suomalaisia perinneruokia, ja oppimaan tätä kautta enemmän suomalaisesta kulttuurista. (ESN HELGA 2015f.) Fazerin tehdasvierailu vei opiskelijat suomalaisen suklaan maailmaan, ja suomalaisen savusaunan kokeminen tutustutti opiskelijoita suomalaisiin perinteisiin (ESN HELGA 2015g; ESN HELGA 2015h).

ESN:n lukukausien aikana järjestämiä aktiviteettejä ovat olleet myös esimerkiksi keilaus, luistelu ja retki Ikeaan. Lukukausien aikana järjestettiin myös useita juhlia, niin lukukausien alussa, keskivälissä kuin lopussa, jotka keräsivät vaihto-opiskelijoita yhteen. (ESN HELGA 2015b.)

Vaihto-opiskelijoille markkinoitavat matkat valitaan esimerkiksi hyvän ajankohdan mukaan, jolloin ne sijoittuvat yleensä intensiiviviikoille tai loma-ajoille. ESN HELGA valitsee

Aikamatkojen tarjonnasta ne matkat, jotka ottavat markkinoitavakseen. Matkojen valintaan vaikuttaa luonnollisesti myös järjestäjien aiempi hyvä kokemus kohteesta ja matkan onnistumisesta, ja lisäksi tuttua kohdetta on helpompi markkinoida. ESN varaa paikkoja matkoille realistisesti, ottaen huomioon vaihto-opiskelijoiden määrän sekä aiempien vuosien matkojen osallistujamäärät. Matkat myydään lähestulkoon aina loppuun ja matkoille voi osallistua kuka tahansa opiskelija, ei siis ainoastaan vaihto-opiskelija. Matkojen jälkeen kerätään suullisesti palautetta matkan onnistumisesta, ja lisäksi Aikamatkat keräävät oman palautteensa kirjallisesti. Matkatarjontaa ja matkojen sisältöä muokataan ja kehitetään sen mukaan, miten matkasta on pidetty, jotta vaihto-opiskelijoille markkinoitavat matkat vastaavat heidän kiinnostustaan. Järjestetyistä pakettimatkoista Lappiin kohdistuva matka on ollut yleisesti vaihto-opiskelijoiden keskuudessa suosituin. (Mali 24.2.2015.)



## 5 Suomi matkailumaana

Tässä luvussa esitellään Suomen matkailun näkökulmasta, maan matkailupotentiaalia, valttikortteja, vahvuuksia ja heikkouksia sekä eri matkailualueita.

Maantieteellisesti katsottuna Suomi sijaitsee Pohjois-Euroopassa, ja sen rajamaita ovat Norja, Ruotsi ja Venäjä (CIA 2014). Suomi kuuluu Pohjoismaihin yhdessä Ruotsin, Norjan, Tanskan ja Islannin kanssa (Infopankki 2014). Suomi on ollut itsenäinen tasavalta vuodesta 1917 lähtien ja Euroopan Unionin jäsen vuodesta 1995. Suomen kaksi virallista kieltä ovat suomi ja ruotsi, ja rahayksikkönä käytetään euroa. (VisitFinland 2015e.) Kooltaan Suomi sijoittuu Euroopan kahdeksanneksi muiden maiden kuten Espanjan, Norjan, Ranskan, Ruotsin, Saksan, Ukrainan ja Venäjän jälkeen (Discovering Finland n.da). Kokoonsa nähden suomalaisia on kuitenkin vähän – vähän yli 5,4 miljoonaa asukasta (Väestörekisterikeskus 2014). Muihin Euroopan Unionin maihin verrattuna Suomi onkin harvoiten asuttu maa (Discovering Finland n.da).

Näiden tietojen lisäksi Suomea voidaan kuvailla myös maailman toiseksi vakaimmaksi maaksi vuoden 2008 yhdysvaltalaisen The Fund for Peace - järjestön mittauksen mukaan, jolloin tätä vakautta mitattiin käyttämällä sosiaalisia, taloudellisia, poliittisia sekä sotilaallisia mittareita. Tämän lisäksi Suomi tunnetaan myös hyvästä elämänlaadusta ja taloudellisesta menestyksestä, sillä maa sijoittui kärkeen juuri näiden kahden kriteerin ansiosta vuonna 2009, kun kansainvälinen Legatum Prosperity Index – lista teki selvityksen asiasta. (Discovering Finland n.da.)



Kuva 1. (Google Maps 2015)

## 5.1 Matkailu ja Suomi

Matkailu on vahva, työvoimavaltainen ala täynnä mahdollisuuksia (Visit Finland 2015b). Viime vuosien aikana Suomen matkailuelinkeino on osoittanut sekä kasvua että kansainvälistynyt nopeampaan tahtiin kuin muut toimialat - tänä päivänä se onkin Suomen merkittävä vientitoimiala ja työllistäjä. Vuoteen 2025 mennessä on hyvinkin mahdollista, että nykyiset 13 miljardin euron matkailutulot olisivat jopa 20 miljardin euron luokkaa, ja että itse ala työllistäisi yhteensä jopa 180 000 henkilöä. (TEM 2015.)

Matkailulla on yhä tärkeämpi rooli Suomen kansantaloudessa. Tästä esimerkkinä muutamia lukuja, jotka auttavat osakseen havainnollistamaan näitä matkailun vaikutuksia muun muassa Suomen valtion, yritysten ja työntekijöiden sekä matkailijoiden näkökulmista. Matkailun eri toimialat muodostavat yhdessä yhteensä 2,5 prosenttia Suomen bruttokansantuotteesta, ja tällä hetkellä tämä kyseinen osuus on siis esimerkiksi kaksi kertaa suurempi kuin maa- ja metsätalouden ja puolitoista kertaa enemmän kuin elintarviketeollisuuden osuus koko bruttokansantuotteesta. Lisäksi vuosien 2007–2013 välisenä aikana kasvua on havaittu jopa 31 prosenttia, ja vuoteen 2025 mennessä arvioidaan, että matkailun bruttokansantuote nousisi tämänhetkisestä 2,5 prosentista jopa kolmeen prosenttiin. (Visit Finland 2015c; Visit Finland 2015d.) Suomen valtiolle matkailuala tuottaa puolestaan vuosittain 5,2 miljardin euron verotulot, ja lisäksi matkailuala on vientialoista ainoa, joka maksaa arvonnäköveron Suomeen (MARA n.d). Vuoden 2013 aikana matkailuun kulutettiin Suomessa sekä suomalaisten että ulkomaisten matkailijoiden toimesta yhteensä 14,4 miljardia euroa, josta ulkomaiset matkailijat kuluttivat noin 31 prosenttia eli 4,43 miljardia euroa (Visit Finland 2015d). Tämä matkailutulo, jota voidaan verrata myös vientiin, on kaksinkertaistunut 2000-luvulla, ja tämän lisäksi se päihittää ainakin vuoden 2013 tietojen mukaan sekä Suomen kaiken korkean teknologian viennin että terveysteknologian viennin. (Visit Finland 2015c.) Lisäksi matkailun aluepoliittista vaikutusvaltaa ei sovi unohtaa, sillä monet syrjäisemmät seudut hyötyvät matkailusta (Visit Finland 2015b). Itse matkailualalla toimii puolestaan yhteensä 27 000 yritystä, joista jopa 1000 on perustettu 2007-2013 vuosien aikana, ja näistä uusista yrityksistä suurin osa toimii ohjelmajärjestelmien parissa (Visit Finland 2015c). Ala työllistää yhteensä 140 000 työntekijää, joista 30 prosenttia muodostuu alle 26-vuotiaista työntekijöistä (MARA n.d). Matkailualalle palkataan työntekijöitä kuitenkin myös muilta aloilta kuin matkailun omilta toimialoilta, ja näitä osaajia rekrytoidaan hyödyntämällä myös eri henkilöstövuokrausyrityksiä (Visit Finland 2015c). Vaikka perinteisillä toimialoilla on vähennetty työvoimaa, on matkailualan työntekijöiden määrä silti kasvanut jopa 34 prosenttia vuosien 1995-2013 välisenä aikana (MARA n.d). Vuosien 2007-2013 välisenä aikana työvoiman määrä on puolestaan kasvanut seitsemän prosenttia (Visit Finland 2015c).

Suomen isoin matkailijaryhmä koostuu tällä hetkellä kotimaisista matkailijoista. Heidän roolinsa on vielä ylivoimainen, kattaen jopa 70 prosenttia koko Suomen matkailusta. Tästä huolimatta huomattavasti merkittävämpi matkailijaryhmä koostuu tulevaisuuden kannalta kuitenkin juuri ulkomaisista matkailijoista, sillä 2000-luvulla ulkomaisten matkailijoiden määrä on jo lähes kaksinkertaistunut. Odotettavissa on myös, että ulkomaalaisten matkailu Suomeen kasvaisi vuositasolla noin 4-5 prosenttia. (Visit Finland 2015b; MARA n.d.) Vuonna 2014 Suomessa rekisteröitiin yhteensä 19,8 miljoonaa yöpymistä. Näistä yöpymisistä suurin osa, 14,1 miljoonaa, muodostui kotimaisista ja 5,7 miljoonaa kansainvälisistä yöpymisistä. Kaiken kaikkiaan vuoden 2014 aikana ulkomaisia matkailijoita vieraili Suomessa silti hieman enemmän, yhteensä 7,6 miljoonaa henkilöä. Suurin osa näistä kävijöistä oli tällöin Suomessa lomamatkalla (38 %) tai luokitteli matkansa muunlaiseksi matkaksi, jolla saattoi olla useampia tarkoituksia (27 %). Kolmanneksi matkan syyksi ylsi ostosten tekeminen (22 %). (Visit Finland 2015c.) Vuoden 2013 ja 2014 suurimpia lähtömaita olivat Venäjä, Ruotsi, Saksa ja Britannia. Vuonna 2013 näiden maiden matkailijat muodostivat yhdessä yli puolet Suomeen matkustavien ulkomaalaisten kävijöiden yöpymismäärästä. Visit Finlandin (2015) infograafi osoittaa kuitenkin, että vuonna 2014 näiden kyseisten maiden kävijöiden yhteenlaskettu yöpymismäärä oli hieman pienempi, vähän alle puolet kaikista Suomen rekisteröidyistä yöpymisistä (Visit Finland 2015a; Visit Finland 2015c). Näistä lähtömaista voimakkainta kasvua on osoittanut Venäjä – eritoten vuoden 2005 jälkeisenä aikana. Tämän lisäksi myös Aasian, etenkin kiinalaisten kävijöiden yöpymisten määrä on lisääntynyt vuosituhaten vaihteen jälkeen. Oseaniasta saapuvien matkailijoiden yöpymismäärä on osoittanut myös potentiaalista kasvua, mutta kokonaismäärältään se on vielä alhainen. Eurooppaa pidetään vielä kuitenkin Suomen määrällisesti merkittävimpänä lähtöalueena, vaikka se trendinä onkin ollut laskusuunnassa. (Visit Finland 2015a.)

## **5.2 Suomen matkailupotentiaali**

Sanalla matkailupotentiaali viitataan esimerkiksi maantieteelliseen sijaintiin, luontoon, kulttuuriin, väestöön sekä yhteiskuntaan ja erityisesti näiden kaikkien edellä mainittujen tiettyihin piirteisiin, jotka mahdollistavat matkailussa tapahtuvan kehityksen. Laajemmin käsitettynä matkailupotentiaali kattaa myös esimerkiksi matkailun eri toimialat, kuten majoitus-, liikenne- ja ravitsemispalvelut, jotka vastaavat jo alan olemassa olevasta tarjonnasta. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 22.) Seuraavassa osiossa esitellään tarkemmin Suomen matkailun kannalta tärkeitä vetovoimatekijöitä.

Suomen matkailupotentiaalin voidaan katsoa koostuvan erilaisista vetovoimatekijöistä, joista yksi on Suomen maantieteellinen sijainti. Tätä maantieteellistä sijaintia on osattu

hyödyntää esimerkiksi osana Suomen matkailumarkkinointia, sillä sekä kylmän että lauhkean vyöhykkeen valtioneuvoston näiden kahden vyöhykkeen raja on tarjonnut Suomelle matkailuvetovoiman kannalta katsottuna niin sanotun globaalisen yleissijainnin, joka sijaitsee napapiirillä. Tämä kyseinen raja on samalla kuvastanut maan matkailueksotiikan niin sanottua huipentumaa yhdessä kesäyön auringon ja kaamoksen kanssa. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 22.) Myös erilaiset ääripisteet, kuten Suomen korkeimpana kohtana tunnettu Haltitunturi, houkuttelevat matkailijoita niiden luontaisen vetovoiman tai eksoottisuutensa avulla.

Tämän globaalisen yleissijainnin lisäksi Suomen sijainti nähdään melko suotuisana myös suhteessa muuhun Eurooppaan. Esimerkiksi vauraat Keski-Euroopan maat, joista yleisesti ottaen saapuukin eniten matkailijoita muihin Euroopan maihin, sijaitsevat kohtuullisen etäisyyden päässä Itämerestä huolimatta. Keski-Euroopan lisäksi niin ikään myös korkean elintason maat, Suomen rajanaapurit Ruotsi ja Norja ovat maiden väkilukuihin verrattaessa erittäin suuria lähtömaita. Näiden lisäksi Venäjä on myös osoittanut potentiaalia, mikä selittyy puolestaan maan suurella väkiluvulla, elintason nopealla kohoamisella sekä maan sijainnilla Suomeen nähden. (Vuoristo&Vesterinen 2009, 24.)

Suomen matkailupotentiaaliin kuuluvat myös neljä vuodenaikaa. Melkein koko Suomen katsotaan kuuluvan osaksi pohjoisen pallonpuoliskon suurta lumi- ja metsäilmaston vyöhykettä, jolle ominaista on varsin selkeiden vuodenaikojen esiintyminen. Suomessa erityisesti niiden kesto ja säännöllisyys mahdollistavat sekä kesä- että talvimatkailun. (Vuoristo&Vesterinen 2009, 25.) Vaikka Suomen kesää pidetään kansainvälisen vertailun mukaan keskimäärin aika viileänä ja epävakaisena, mahdollistaa se silti muiden vetovoimatekijöidensä puolesta aktiivisen lomailun. Kesäöiden valoisuus ja yötön yö lisäävät osakseen myös Suomen kesän eksotiikkaa. (Vuoristo&Vesterinen 2009, 27.) Talvi, lumi ja jää taas puolestaan muodostavat suuren osan Suomen kotimaisesta ja erityisesti kansainvälisestä matkailupotentiaalista. Suomen eteläosia lukuun ottamatta maan lumiolosuhteet ovat todella ihanteelliset ja juuri tähän perustuukin Suomen vahvuus ”lumen maana”. Lisäksi Suomi hyötyy väli-ilmastosta ja sen kohtuullisista talvilämpötiloistaan samoilla leveysasteilla sijaitseviin kilpailijamaihin verrattuna. (Vuoristo&Vesterinen 2009, 28.) Vaihtelevien sääolosuhteiden takia takuuvarmoja matkailusesonkeja ei kuitenkaan synny, ja esimerkiksi Etelä- ja Keski-Suomen talvimatkailun tilanne on huonontunut meneillään olevan ilmastonmuutoksen takia. (Vuoristo&Vesterinen 2009, 25.)

Myös Suomen metsät, tila, luonnonrauha, suot ja vesistöt muodostavat tietynlaisen erämaisyyden yhdistelmän, johon iso osa Suomen matkailuvetovoimasta perustuu (Vuoristo&Vesterinen 2009, 33). Näiden tekijöiden lisäksi myös kulttuurilla on oma paikkansa –

se muodostaa myös suuren osan kohteen matkailuvetovoimasta. Kulttuurin luonteenomaiset seikat kuten maankäyttömuodot, rakenteet, rakennukset ja tyyli suunnat muodostavat yhdessä kulttuuriympäristön, jota väestö taas puolestaan täydentää eri tavoillaan ja toiminnollaan. Suomi luokitellaan osaksi eurooppalaista kulttuuripiiriä. Suomen matkailuvetovoiman kannalta tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, etteivät maan historia ja perinteet pysty Kalevasta ja suomalais-ugrilaisesta traditiostaan huolimatta tarjoamaan Keski-Euroopan ja Välimeren maiden tasoisia attraktioita. Tämä selittyy osittain sillä, että historiallisia rakenteita on vähän ja ne ovat nuoria. Vetovoimaa löytyy kuitenkin esimerkiksi Lapin saamelaiskulttuurista, ortodoksisuudesta ja karjalaisuudesta, joiden erikoiset kulttuuripiirteet houkuttelevat niin kotimaisia kuin ulkomaisiakin matkailijoita. (Vuoristo&Vesterinen 2009, 57-58.)

### **5.3 Suomen valttikortit matkailumaana**

Suomen ainutlaatuisuutta matkailumaana voidaan havainnollistaa esimerkiksi hyödyntämällä Visit Finlandin tekemää kahdeksan kohdan listaa Suomen matkailullisista erikoisuuksista. Suomen matkailualueet esitellään tässä opinnäytetyössä erikseen, alaluvussa 5.4.

Ensimmäisenä tässä Visit Finlandin (2015) listassa mainitaan revontulet, joiden yhteydessä painotetaan myös Suomen valoa ja sitä kuinka se on monimuotoisuudessaan yksi Suomen ainutlaatuisimmista piirteistä. Parhaimpia vuodenaikoja revontulien katselua varten ovat pitkälle edennyt syksy, talvi sekä alkukevään aika, koska revontulien näkemisen kannalta olennaista on riittävän pimeyden ja tarpeeksi selkeän taivaan takaaminen. Suomen Lapissa revontulia voi nähdä jopa 200 kertaa vuodessa, kun taas Etelä-Suomen alueella määrä on huomattavasti pienempi, noin 20 kertaa talven aikana. Etelämpänä katselumahdollisuuksiin vaikuttavat vielä muut olosuhteet – näkemistä varten esimerkiksi itse paikan pitää sijaita kaukana kaupunkien katuvaloista.

Seuraavana listalla on keskiyön aurinko, johon sidoksissa olevat valoisat kesäyöt tunnetaan Suomen luonnonilmiöistä ehkä parhaiten. Kesä- ja heinäkuun aikana valoa riittää pisimpään ja pohjoisempaan matkustaessa aurinkoa riittää vielä kauemmin. Tänä aikana Suomen pohjoisimmille osille tyypillistä on juuri keskiyön aurinko, jolloin aurinko ei laske yli 70 päivään. Kolmantena listalla mainitaan Suomen perintöön ja kulttuuriin olennaiseksi osaksi kuuluva suomalainen sauna. Kokonaisuudessaan saunoja löytyykin Suomesta noin kaksi miljoonaa kappaletta, keskimäärin yksi jokaista kotitaloutta kohtaan. Saunomiseen liittyy myös monia perinteitä ja käytäntöjä, mutta suomalaisille se on paikka, jossa henkinen ja fyysinen puhdistautuminen on mahdollista. Neljänneksi Visit Finlandin listan

kohdaksi ovat listattu Suomen puhtaat järvet. Suomea kuvaillaankin usein tuhannen järven maaksi – onhan niitä Suomessa yhteensä 188 000. Suuri osa Suomesta on siis veden ympäröimää, ja juuri tämä seikka erottaakin Suomen muista Euroopan maista. Suomen kesään kuuluu tyypillisesti myös järven läheisyydessä sijaitsevat kesämökkit ja erilaisen vesiaktiiviteettien, kuten uimisen, kalastuksen, melonnan, purjehtimisen ja soutamisen harrastaminen. Listan viidentenä kohtana esitellään Suomen villiä luontoa. Tämä luonto, sen laajat metsäalueet, Itämerellä sijaitsevat saaret, pohjoiset harjut ja tuhannet järvet ovat esimerkiksi otollisia asuinpaikkoja tuhansille villieläimille ja linnuille, joista monia voidaan nähdä järjestetyillä luontoretkillä ja rauhoitusalueilla.

Myös laskettelukeskukset ja niiden tarjoamat aktiviteetit ovat osa Suomen matkailullisia valttikortteja. Näitä laskettelukeskuksia löytyy Suomesta yhteensä noin 75, ja suurimpien hiihtokeskusten kuvaillaan erottuvan muista Euroopan hiihtokeskuksista juuri niiden koskemattoman luonnon läheisyyden ansiosta. (VisitFinland 2015a.) Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisemassa Suomen matkailustrategiassa vuodelle 2020 yhdeksi Suomen matkailuvahvuudeksi nostettiin nimenomaan Suomen monipuoliset laskettelukeskukset, ja niiden tarjoamat mahdollisuudet luonnon läheisyyteen. Niiden saavutettavuutta helpottaa myös lentokenttien läheisyys – täten siirtymät matkailijoille ovat lyhyitä. (TEM n.d, 15.) Seitsemännessä kohdassa esitellään puolestaan suomalaista muotoilua. Suomi tunnetaan design-maana, joka on luonut eri tyyli-suuntauksia jo vuosikymmenien ajan. Myös monet nuoret alan innovatiiviset suunnittelijat ovat inspiroituneet esimerkiksi Eero Aarnion ja Marimekon töiden jäljistä, täten luoden kokonaan uuden suunnittelijasukupolven. Viimeisenä Suomen erikoisuuksien listalla on Joulupukki, jonka aitoutta korostetaan Visit Finlandin sivuilla juuri oikeaan suomalaiseen Joulupukkiin vedoten. (VisitFinland 2015a.)

### **Suomen vahvuudet ja heikkoudet matkailun näkökulmasta**

Tämän Visit Finlandin esille tuodun listauksen lisäksi on myös Työ- ja elinkeinoministeriö julkaissut oman matkailustrategiansa Suomella vuodelle 2020. Tässä strategiassa on esitelty muun muassa Suomen vahvuuksia ja heikkouksia matkailumaana (kuvio 7), joista yksi maan vahvuus mainittiin jo aikaisemmin Suomen laskettelukeskusten yhteydessä. Suomen vahvuuksiin lukeutuu myös saavutettavuus Venäjältä ottaen huomioon, että Suomen suurin ulkomainen asiakasryhmä muodostuu venäläisistä matkailijoista. Strategiassa painotetaan, että mahdollisuudet venäläisten matkailijamäärien kasvattamiseen ovat erittäin suuret, erityisesti juuri Suomen sijainnin ansiosta. Venäjältä ei nimittäin pysty matkustamaan mihinkään muuhun valtioon niin hyviä ja nopeita yhteyksiä käyttämällä kuin Suomeen, ja tätä kilpailukykyä parantaa vielä entisestään nopea Helsinki – Pietari - rautatieyhteys, jonka tarkoituksena on houkutella lisää venäläisiä matkailijoita Suomeen.

(TEM n.d, 14.) Suomen kolmantena vahvuutena ovat vetovoimaiset matkailukohteet kuten Helsinki, Lappi, Järvi-Suomi sekä Turun saaristo (TEM n.d, 15). Suomen heikkouksiin lukeutuvat puolestaan saman matkailustrategian mukaan Suomen vähäinen tunnettavuus, sijainti muihin maihin kuin Venäjään nähden sekä Suomen yleinen korkea hintataso. TEM toteaa strategiassaan, että Suomen tunnettavuutta ei voida kohentaa ilman aktiivista parantamistyötä Suomi-kuvan ja Suomen matkailumaakuvan parissa. Viime vuosien aikana näihin liittyvää MEKin budjettia on kuitenkin leikattu, minkä takia mahdollisuudet tähän työhön ovat heikentyneet. Suomen sijainti taas puolestaan nähdään heikkoutena, koska muista maista kuin Venäjältä tehdyt matkat ovat pidempiä ja täten kalliimpia kuin esimerkiksi Suomen kilpailijamaihin tehdyt matkat. Tärkeäksi Suomen matkailulle koetaankin, että maan lentoliikenne toimii sujuvasti ja yleinen hintataso pysyy kohtuullisena. Lisäksi esimerkiksi charter-liikenteen, uusien reittien ja maan sisäisen liikkumisen merkitys korostuu tulevaisuudessa. Suomen korkealla hintatasolla viitataan strategiassa esimerkiksi siihen, että suomalaiset matkailupalveluhinnat luokitellaan eurooppalaisen tason mukaan kalliiksi, ja myös koko Suomen hintataso mielletään korkeaksi ulkomaalaisten matkailijoiden keskuudessa. TEM painottaakin, että tulevaisuudessa juuri hintataso tulee olemaan keskeinen tekijä, jolla on merkitystä Suomen matkailumaan menestymisen kannalta. (TEM n.d., 15-16.)



Kuvio 7. Suomen vahvuudet ja heikkoudet (TEM n.d, 14-16)

## 5.4 Suomen matkailualueet

Potentiaalisten matkailukohteiden ja eri alueiden mukaan Suomi voidaan jakaa esimerkiksi seuraavanlaisesti: pääkaupunkiseutu, Etelä-Suomi ja saaristoalue, Järvi-Suomi, Lappi, länsirannikko sekä Ahvenanmaan saaristo (Discovering Finland n.dd). Suomen matkailun edistämiskeskus (MEK) on puolestaan jakanut Suomen neljään eri alueeseen, joilla jokaisella on omat erilaiset piirteensä. Alueisiin lukeutuvat Helsinki, Järvi-Suomi, Lappi sekä Suomen rannikko- ja saaristoalue. (VisitFinland 2015f.) Tämän jaottelun mukaan näitä neljää kohdealuetta on kuvailtu tarkemmin seuraavassa osiossa.

### Helsinki

Yli miljoonan asukkaan pääkaupunkiseutu koostuu Helsingistä ja sen naapurikunnista Espoosta, Kauniaisesta sekä Vantaasta (Visit Helsinki 2015a). MEKin jaottelun mukaan myös kaupungit Porvoo ja Loviisa tuodaan esille Helsingin yhteydessä (VisitFinland 2015g). Helsinki on perustettu vuonna 1550 ja se on ollut Suomen pääkaupunki aina vuodesta 1812 alkaen (Visit Helsinki 2015a). Tämä yli 600 000 tuhat asukkaan pääkaupunki on tunnettu yhtenä Pohjois-Euroopan aktiivisista kulttuurikaupungeista, ja se tarjoaa matkailijalle erilaisia tapahtumia, esimerkiksi musiikin, taiteen ja teatterin muodoissa. Helsinki tunnetaan myös kansainvälisellä tasolla esimerkiksi arkkitehtuuristaan sekä vuoden 2012 maailman designpääkaupunkina. Arkkitehtuurin, muotoilun ja kulttuurillisen monimuotoisuuden lisäksi myös Suomen luonto ja metsien paljous näkyy Helsingin katukuvas-  
sa, sillä Helsinkiä ympäröi niin meri, järvet kuin metsä- ja puistoalueet. (Discovering Finland n.db.; Visit Helsinki 2015a.) Yhtenä Helsingin päänähtävyytenä voidaan pitääkin Suomenlinnan merilinnoitusta, joka on alun perin rakennettu varuskuntakaupungiksi 1700-luvulla. Tämä suosittu kesäkohde on myös UNESCO:n maailmanperintökohde. Muita päänähtävyyksiä ovat esimerkiksi Esplanadin puisto, Kauppatori, säveltäjä Jean Sibeliuksen Sibelius -monumentti, Temppeliaukion kirkko ja Senaatintori, jota ympäröi C.L. Engelin uusklassiset rakennukset - mukaan lukien Helsingin Tuomikirkko. (Visit Helsinki 2015c.)

Mainoslauseenaan Helsinki Hel Yeah! käyttävä pääkaupunki tarjoaa kävijöilleen erilaisia käyntikohteita ja tapahtumia. Yksi niistä on Ravintolapäivä, joka järjestetään aina kolmen kuukauden välein, ja jolloin kenen tahansa on mahdollista avata oma ravintolansa. (Visit Helsinki 2015d.) Toinen paikallisen osaamisen keskittymä, muotoilua korostava Design-kortteli tarjoaa kävijöilleen 25 kadun ja 200 suunnittelijan verran erilaisia liikkeitä. Näitä ovat muun muassa design- ja antiikkiliikkeet, galleriat sekä museot, ja kohteena tämä houkuttelee kävijöitä ympäri vuoden. (Visit Helsinki 2015b.) Esimerkki nykyajan sovel-



luksista on taas Spotted by Locals Helsinki – palvelu, jonka netti- ja mobiilisovellusten avulla vierailija pystyy saamaan tietoa paikallisten suosimista ja suosittelemista kohteista muun muassa kahviloiden, kauppojen ja ravintoloiden osalta (SpottedbyLocals 2015). Myös vuonna 2014 toteutetun kolmen päivän kestävä MTV Push Helsinki – tapahtuman tarkoituksena oli tuoda esille Helsinkiä musiikin, muodin ja eri lahjakkuuksien avulla. Kansainväliset markkinointiponnistukset suunnattiin nimenomaan 18–26 vuotiaille nuorille. Tapahtumaa markkinoitiin MTV:n avulla seuraavissa maissa: Alankomaat, Espanja, Etelä-Korea, Iso-Britannia, Japani, Ruotsi, Ranska, Saksa ja Venäjä. (Visit Helsinki 2014, 1.) Tutkimusyhtiö 2CV:n tekemä kampanjatutkimus osoitti, että Helsingin tunnettavuus ja vetovoimaisuus molemmat lisääntyivät tehdyn markkinointikokonaisuuden avulla halutun kohderyhmän joukossa. Yhteensä uusia kontakteja tuli 169 miljoonaa – kaikki nimenomaan ulkomaalaisia nuoria. Nuoret, jotka näkivät kampanjan, kuvailivat Helsinkiä esimerkiksi sanoilla ”cool”, ”fun”, ”young” ja ”stylish”. (Helsingin kaupunki 2014.)

Matkailijalle pääkaupunki on saavutettavissa helposti monella eri tapaa. Helsinki-Vantaan lentoasema, risteilylaivat, bussi- ja junaliikenne ovat helppoja tapoja matkustaa Helsinkiin, Helsingistä ja Suomessa ylipäätänsä. (Discovering Finland n.de.) Maantieteellisen sijaintinsa ansiosta Helsinki-Vantaan lentoasema pystyy tarjoamaan lyhyimpiä reittejä Euroopan ja Aasian välillä – näin ollen se onkin Pohjois-Euroopan johtavin lentokenttä pitkissä välimatkoissa (Finavia n.d.). Näiden lisäksi laivat kulkevat Tallinnaan, Tukholmaan ja Saksan satamiin asti ja juna käyttämällä matkailijat voivat kulkea Suomen sisäisten yhteyksien lisäksi Helsinki-Moskova ja Helsinki-Pietari – välejä (Visit Helsinki 2015e).

## **Järvi-Suomi**

Järvi-Suomi on nimensä mukaisesti täynnä järviä ja muita vesistöjä, mutta muita sen tunnusomaisia piirteitä ovat laajat metsäalueet, mökit ja eri vapaa-ajanviettomahdollisuudet. Voidaankin sanoa, että Järvi-Suomen alueelle matkustaminen on kuin matka itse suomalaisuuden sydämeen. (VisitFinland 2015b.) Järvi-Suomi muodostaa laajan matkailualueen, joka koostuu seuraavista kaupungeista: Tampere, Jyväskylä, Savonlinna, Imatra, Iisalmi, Joensuu, Kajaani, Kuhmo, Kuopio, Lappeenranta, Mikkeli sekä Varkaus (DiscoveringFinland n.dc). Näistä esimerkkeinä ensimmäiset kolme kaupunkia Tampere, Jyväskylä ja Savonlinna, jotka tarjoavat kaikki matkailijalle paljon mielenkiintoisia kohteita, myös kulttuurin saralta.

Tampere tunnetaan Suomen teatteripääkaupunkina, mutta huvipuisto Särkänniemi on Tampereen matkailun suurin valttikortti eritoten kesäisin. Särkänniemen internetsivuilla luettavan vuonna 2014 julkaistun lehdistötiedotteen mukaan huvipuiston taloudellista mer-

kitystä Tampereelle tutkittiin tarkemmin Tampereen Seutukunnan matkailun tulo- ja työllisyyselvytyksessä. Tämän kyseisen tutkimuksen toteutti silloin Tampereen yliopiston Tutkimuskeskus Synergos, ja tutkimuksessa selvisi muun muassa, että jopa 85 prosenttia tutkituista kävijöistä nimesi Särkänniemen Tampereen matkansa syyksi. (DiscoveringFinland n.dc; Särkänniemi 2015.) Jyväskylä on taas puolestaan ihanteellinen vaihtoehto kulttuurin ystäville. Kahden Unescon maailmanperintökohteen lisäksi Jyväskylän seutua koristaa noin 50 arkkitehti Alvar Aallon rakennusta. Tänä päivänä Aalto tunnetaan modernista muotoilustaan ja monen julkisen rakennuksen suunnittelusta. (Artek n.d; DiscoveringFinland n.df.) Kolmas kaupunki Savonlinna tunnetaan parhaiten myös kansainvälisesti noteeratuista Savonlinnan Oopperajuhlista ja Olavinlinnasta. Savonlinnan kaupungilla onkin pitkä historia. Se lukeutuu Suomen kymmenen vanhimman kaupungin joukkoon ja vuonna 2014 se juhlisti 375-vuotisjuhliiaan. (Savonlinna 2015.) Savonlinna on myös ihanteellinen kohde erilaisille vesiaktiiviteeteille. Savonlinnan aluetta nimittäin ympäröi Saimaa, Euroopan suurin järvialue. (Savonlinnan Seudun Matkailu n.d.) Savonlinna tunnetaan myös maailman uhanalaisista hylkeistä, saimaannorpista, joita löytyy Savonlinnan seudulta. Vuodesta 2013 lähtien Savonlinna onkin ollut saimaannorpan kotikaupunki. (Savonlinna 2015.)

## **Lappi**

Sadattuhannet kävijät matkustavat vuosittain Pohjois-Suomeen, Suomen Lappiin. He saapuvat pääosin Lapin tarjoaman arktisen luonnon, hiljaisuuden ja vuodenaikojen takia. (Lappi.fi n.da.) Lappi ja sen seutu koostuu kahdestatoista eri matkailualueesta, jotka voidaan vielä erikseen jaotella Etelä-, Itä-, Pohjois-, ja Tunturi-Lappiin (Lappi.fi n.dh). Lapin pääkaupunki on Rovaniemi, joka tunnetaan matkailijoiden keskuudessa parhaiten Joulupukin kotikaupunkina (Lappi.fi n.dk). Alueista esimerkiksi Tunturi-Lapin Enontekiö-Kilpisjärvi tarjoaa Euroopan tutkitusti puhtainta ilmaa, kirkkaimpia revontulia sekä mahdollisuuden nähdä Suomen ainoat yli tuhat metriä korkeat tunturit, joista parhaiten nimeltä tunnetaan Halti ja Saana (Lappi.fi n.db). Etelä-Lapin viisi kuntaa taas puolestaan muodostavat yhdessä alueen nimeltä Meri-Lappi. Tämän alueen erikoisia elämyskohteita ovat esimerkiksi jäänmurtaja Sampo sekä Kemin lumilinna. Jäänmurtajan tarjoaman risteilyn aikana matkustaja voi halutessaan jopa uida meressä oikein varustettuna, kun taas Kemin lumilinna tarjoaa kävijöilleen joka vuosi viime kerrasta poikkeavan käyntikohteen, sillä se rakennetaan erilaiseksi vuosittain. (Lappi.fi n.di.)

Lapin luonto tarjoaa monia eri mahdollisuuksia ja vuodenajat on jaoteltu perinteisen neljän vuodenaajan sijasta jopa kahdeksaan. Lapin luonnon tunnusmerkkejä ovat tunturit ja joet, ja maaperää rikastaa kulta. (Lappi.fi n.de.) Talvella kävijöille tarjotaan monia aktiviteetteja,

joista esimerkkeinä perinteinen maastohiihto, laskettelu, lumilautailu, moottorikelkkailu sekä erilaiset koiravaljakko- ja poroajelut – revontulia unohtamatta (Lappi.fi n.dg). Keväisin maastohiihto onnistuu vielä, jonka lisäksi voi myös kalastaa (Lappi.fi n.dd). Kesän aktiviteetteihin taas puolestaan lukeutuvat esimerkiksi golf, koskenlasku, melonta pyöräily ja tietysti yötön yö (Lappi.fi n.dc). Syksyisin kävijät voivat esimerkiksi marjastaa ja sienestää sekä kokea syksyn ruskan (Lappi.fi n.df). Matkailija pääsee Lapin eri kohteisiin monella eri tapaa. Lentäen matkaan menee noin 1-1,5 tuntia ja se onkin nopein keino saapua Lappiin. Lentokenttiä on yhteensä viisi: Enontekiön, Ivalon, Kemi-Tornion, Kittilän ja Rovaniemen lentokentät. Matkan voi myös taittaa esimerkiksi junalla käyttämällä joko päivätai yöyhteyksiä. Tämän jälkeen matka voi vielä jatkua jatkobussiyhteydellä riippuen lopullisesta määränpäästä. (Lappi.fi n.dj.)

### **Suomen rannikko- ja saaristoalue**

Suomen rannikko- ja saaristoalue on vanhojen puutalojen, kivikirkkojen, historiallisten kartanoiden, majakoiden sekä kansallispuistojen yhdistelmä. Näitä alueita ympäröi Itämeri, yksi maailman suurimmista suolapitoisista sisämeristä. Vuosisatojen saatossa Itämeren rannikkoalueista on muodostunut idyllinen kuva pienistä kalastajakaupungeista ja kylistä, jotka tunnetaan ruotsinkielisyydestään, elämäntyylistään sekä vahvasta merellisestä kulttuuristaan. (VisitFinland 2015c.) Tämä matkailualue koostuu monista kaupungeista ja saarista, mutta seuraavassa osiossa tuodaan esille näistä muutama.

Yksi erityinen osa Suomea on Ahvenanmaan saaristo, joka sijaitsee Suomen ja Ruotsin välissä. Ahvenanmaa on itsehallinnollinen maakunta, jonka virallinen kieli on ruotsi. Tämän lisäksi heillä on myös oma verotusjärjestelmä ja lippu. Ahvenanmaan saaristoalue koostuu 6500 tuhannesta saaresta – tosin kaikki näistä eivät ole asutettuja. Tästä huolimatta matkustajien on kuitenkin helppo liikkua saarten välillä johtuen lauttojen ja siltojen yhteyksistä. (VisitFinland 2015h.) Myös Suomen ensimmäinen pääkaupunki Turku ja sen lähialueet lukeutuvat rannikko- ja saaristoalueeseen. Tämä historiallinen kaupunki on aikojen saatossa toiminut porttina länteen ja jatkaa edelleen asemaansa merkittävänä kaupallisena satamakaupunkina. Turun nähtävyyksien ja tapahtumien ansiosta niin kotimaiset että ulkomaalaiset kävijät vierailevat kaupungissa. Turku tarjoaa matkailijalle niin historiallisia kohteita kuten Turun linna ja Tuomiokirkko sekä Aurajoen, kulttuurihistoriallisia miljöitä sekä Turun saariston. Kuitenkin näiden ohella matkailullisesti yksi alueen tärkeimpiä kohteita on Naantali. Tämän naapurikaupungin tärkeimpiin nähtävyyksiin lukeutuvat Suomen presidentin kesäasunto Kultaranta, vanha kaupunki sekä Muumimaailma. (VisitTurku n.d.)

Suomen kolmanneksi vanhin sekä kahden UNESCO:n maailmanperintökohteen kaupunki Rauma on myös osa Suomen rannikko- ja saaristoaluetta (DiscoveringFinland n.d.g; VisitFinland 2015c; VisitRauma 2015). Modernisaatiolta säästynyt maailmanperintökohteeksi Vanha Rauma on tyypillinen esimerkki pohjoismaalaisesta puutalokaupungista (NBA n.d; VisitFinland 2015c). Toinen UNESCO:n maailmanperintökohteeksi, Saimmalahdenmäen hautausalue, on paitsi arkeologisesti merkittävä mutta myös suosittu nähtävyys (NBA n.d; DiscoveringFinland n.d.g). Kaupungissa on myös monia gallerioita, museoita sekä erilaisia festivaaleja. Näiden lisäksi Rauma tunnetaan pitseistään sekä kaupunkina, joka tarjoaa yhden Suomen parhaimmista kalastusalueista. (DiscoveringFinland n.d.g). Kolmas esimerkki Suomen rannikkoalueesta ja sen kaupungeista on Oulu, Pohjois-Suomen suurin kaupunki. VisitOulu – sivusto kuvailee Oulua kaupungiksi, jossa moderni business- ja matkailukaupunki sekoittuvat pohjoisen tarjoamaan rauhaan ja sen eksotiikkaan. Tämä koko Suomen väkiluvultaan viidenneksi suurin kaupunki on luonnon ja erilaisten tapahtumien lisäksi tunnettu myös toiseksi suurimmasta yliopistostaan sekä teknologiastaan. (VisitOulu n.d.) Muita suosittuja kohteita varsinkin kesäaikaan ovat Suomen eteläisin alue Hanko sekä Tammisaari. Tunnusmaisia piirteitä molemmille ovat venesatamat sekä idylliset kahvilat ja ravintolat meren läheisyydessä. (VisitFinland 2015d.)

Näihin edellä mainittuihin matkailualueisiin liittyvät vahvasti niiden eri kohteiden tarjoamat nähtävyydet. Tämän opinnäytetyön kyselylomakkeen avulla on tarkoituksena selvittää muun muassa myös sitä, minkä tyyppisiä nähtävyyksiä kohderyhmämme kansainväliset nuoret matkailijat suosivat. Seuraava MEKin teettämä tutkimus – Matkailukohteiden kävijämäärät 2007 tarjoaa taustatietoa siitä, mitkä nähtävyydet luokitellaan tämän tutkimuksen mukaan Suomen suosituimmiksi nähtävyyksiksi. Tämä kyseinen kävijämääräselvitys on tehty vuonna 2007, mutta uudempiä tilastoja aiheesta ei ole vielä toistaiseksi tehty. Muutoksia ei kuitenkaan juuri ilmene johtuen siitä, ettei uusia suuria nähtävyyksiä synny kovinkaan usein Suomessa. (MEK 2007, 3; Yle 2014.) Selvityksessä otettiin huomioon niin kiinteät rakennetut matkailukohteet kuin erilaiset, valtakunnallisella tasolla merkittävät festivaali- ja kulttuuritapahtumat sekä asuntomessut (MEK 2007, 3). Suosituimmiksi varsinaisiksi matkailukohteiksi lukeutuvat nähtävyydet kävijämäärien perusteella olivat seuraavat: ensimmäisenä huvipuisto Linnanmäki, jonka jälkeen Suomenlinna, Särkänniemen elämyspuisto, Tempelisaaren kirkko, Uspenskin katedraali sekä Korkeasaaren eläintarha. Nämä kaikki edellä mainitut kohteet ylsivät yli puolen miljoonan kävijämäärään. (MEK 2007, 7.) MEKin tietoihin perustuvan Ylen internetsivuilta luettavan uutisen mukaan yleisesti suosittuihin matkailukohteisiin lukeutuisi vielä äskeisten lisäksi myös Powerpark, Heureka, Levi, Ruka sekä Joulupukin pajakylä. MEKin viestintäpäällikön Jari Ahtoharjun haastattelussa tuotiin myös esille, että monet ulkomaalaiset kävijät yöpyvät Uudellamaalla

– tästä johtuen myös monet suosituista kohteista sijaitsevat pääkaupunkiseudulla. (Yle 2014.)

## **6 Tutkimuksen toteutus**

Tässä luvussa esitellään tutkimukselle asetetut tavoitteet, tutkimuksen lähestymistapoja ja menetelmiä, ja tarkemmin juuri tälle opinnäytetyölle valittu lähestymistapa ja tutkimusmenetelmä. Lisäksi käydään läpi kohderyhmälle suunnatun kyselyn sisältöä, aineiston keräämiseen ja käsittelyyn liittyviä seikkoja sekä reliaabeliutta ja validiutta.

### **6.1 Tavoitteet**

Oheisen taulukon (taulukko 1) tarkoituksena on havainnollistaa opinnäytetyölle asetettuja tavoitteita. Kuten taulukosta ilmenee, ensimmäisen tavoite on kolmiosainen, sillä aiemmin rajatun kohderyhmän matkustuskäyttäytymistä tutkitaan niin omatoimisten matkojen, pakettimatkojen ja muiden retkien sekä muun matkustuskäyttämisen kannalta. Toisena tavoitteena on selvittää tehtyjen matkojen määrää, kestoa sekä päämääriä, kun taas kolmannen tavoitteen avulla pyritään saamaan tietoa yleisistä majoitusvaihtoehdoista, kuluvälineistä sekä aktiviteeteista.

## Tutkimukselle asetetut tavoitteet

### Tavoite 1

Aikaisemmin määritellyn kohderyhmän matkustuskäyttäytymisen tutkiminen seuraavien kolmen osa-alueen avulla:

1. Kohderyhmän tekemät omatoimiset matkat sekä Suomessa että Suomen ulkopuolella
2. Kohderyhmän muiden matkojen tekeminen
  - o Valmismatkat ja muut järjestetyt retket (esim. ESN)

### Näiden kahden osa-alueen tarkempi tutkiminen sekä päiväretkien että yön yli kestävien matkojen osalta

3. Kohderyhmän muun matkustuskäyttäytymisen selvittäminen
  - o Miten kohderyhmä sai tietää Suomen matkakohteista
  - o Missä Suomen nähtävyyksissä he vierailivat vaihtonsa aikana
  - o Kenen/keiden kanssa he yleensä matkustivat
  - o Kuinka paljon rahaa he keskimäärin kuluttivat matkustamiseen
  - o Mitkä muut tekijät vaikuttivat matkustamiseen ja matkajärjestelyiden tekemiseen

### Tavoite 2

- Tehtyjen matkojen määrän, keston ja päämäärän selvittäminen

### Tavoite 3

- Kohderyhmän yleisten majoitusvaihtoehtojen, kulkuneuvojen ja aktiviteettien selvittäminen

Taulukko 1. Tutkimukselle asetetut tavoitteet.

## 6.2 Tutkimuksen lähestymistapa ja menetelmät

Tieteellinen tutkimus pyrkii selvittämään tutkimuskohteensa lainalaisuuksia ja toimintaperiaatteita. Tutkimus voi olla niin teoreettista kirjoituspöytä tutkimusta, joka pohjautuu valmiina olevaan tietomateriaaliin, tai empiiristä tutkimusta, joka perustuu menetelmiin, jotka on kehitetty teoreettisen tutkimuksen pohjalta. Empiirisessä, eli havainnoivassa tutkimuksessa voidaan esimerkiksi tutkia erilaisten teorian pohjalta havainnoitujen olettamusten

toteutumista, jonkun ilmiön tai käyttäytymisen syitä tai ratkaisuja jonkun asian toteuttamiseen. (Heikkilä 2008, 13, 16.)

Empiiriset tutkimukset voidaan jakaa eri tyyppeihin, esimerkiksi tutkimuksen tarkoitukselta, tutkimusotteesta tai aineistonkeruumenetelmästä riippuen. Tutkimustyyppivaihtoehtoja voidaan kutsua myös tutkimuksen lähestymistavoiksi, jolla käsiteltävää tutkimuskohdetta ja asetettuja ongelmia aletaan lähestyä. (Heikkilä 2008, 13, 16.) Lähestymistapa on hyvä valita ennen varsinaisten tutkimusmenetelmien valintaa. Erilaisia lähestymistapoja ovat esimerkiksi tapaustutkimus, toimintatutkimus, konstrukttiivinen tutkimus sekä innovaatioiden tuottaminen. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 36.) Tässä opinnäytetyössä käytettäväksi lähestymistavaksi valikoitui tapaustutkimus, joka pyrkii tuottamaan yksityiskohtaista tietoa tutkittavasta tapauksesta, ja tutkimuksen kohteena voi olla esimerkiksi yksilö, ihmisryhmä tai organisaatio. Tapaustutkimus luonnehditaan sopivaksi lähestymistavaksi myös heikosti ymmärrettyjen tilanteiden tai käyttäytymisen tutkimiseen. Tässä opinnäytetyössä pyritään tutkimaan Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa vuonna 2014 opiskelijoiden vaihto-opiskelijoiden matkustuskäyttäytymistä, jolloin tutkimuskohteena on rajattu ihmisryhmä, ja tutkimus kohdistuu nimenomaan ymmärtämään tietyn ryhmän käyttäytymistä tietyssä tilanteessa. Näin ollen tapaustutkimus sopii mainiosti tutkimuksen lähestymistavaksi. (Ojasalo ym 2009, 53.)

Tutkimukselle valittu lähestymistapa ei määrittele suoranaisesti tutkimuksessa käytettäviä menetelmiä, vaan lähes kaikki menetelmät sopivat mihin tahansa lähestymistapaan (Ojasalo ym 2009, 51). Tutkimusmenetelmällä tarkoitetaan empiirisen tutkimuksen aineiston hankinta- ja analyysimetodeja (Heikkilä 2008, 299). Empiirisessä tapaustutkimuksessa voi käyttää tutkimusmenetelminä joko kvantitatiivista, eli määrällistä, tai kvalitatiivista, eli laadullista tutkimusmenetelmää, riippuen tutkimusongelmasta ja tutkimuksen tarkoituksesta (Heikkilä 2008, 13, 16; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 191). Tässä opinnäytetyössä päätettiin hyödyntää nimenomaan kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, joka tyypillisimmin vastaa kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein (Heikkilä 2008, 17). Määrällisen tutkimuksen piirteitä onkin, että samoja asioita kysytään samassa muodossa suurelta joukolta vastaajia, ja menetelmä sopii hyvin tilanteeseen, jossa pyritään testaamaan teoriasta tehtyjä hypoteeseja, eli väittämiä ja oletuksia (Ojasalo ym 2009, 51). Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä koettiin tälle opinnäytetyölle sopivaksi, sillä kyseinen tutkimusmenetelmä palvelee hyvin tutkimukselle asetettuja tavoitteita. Tutkimuksen keskeisenä tavoitteena on ymmärtää ja kuvaus Haaga-Helia ammattikorkeakouluun tulleiden vaihto-opiskelijoiden matkustuskäyttäytymisestä, ja kuvata ilmiötä pääosin numeerisen tiedon pohjalta.



Jotta kohderyhmää voidaan tutkia, on se tavoitettava jollakin tavalla. Kohderyhmää varten on valittava tilanteeseen parhaiten soveltuva aineistonkeruumenetelmä, jolla kohderyhmä on tavoitettavissa. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruu voidaan toteuttaa useilla eri menetelmillä. Tyypillisimpiä kvantitatiivisia aineistonkeruumenetelmiä ovat esimerkiksi lomakekyselyt, www-kyselyt, strukturoidut haastattelut, systemaattiset havainnoinnit sekä kokeelliset tutkimukset. (Heikkilä 2008, 13.) On merkittävää kohderyhmän tavoittamisen kannalta, käytetäänkö tiedonkeruumenetelmänä postikyselyä, puhelin- tai käyntihaastattelua, informoitua kyselyä tai esimerkiksi www-kyselyä. Www-kyselyt ovat yleistyneet viime vuosina, mutta sen käyttö soveltuu ainoastaan sellaisten ryhmien tutkimiseen, jotka käyttävät internetiä. (Heikkilä 2008, 18.) Näin ollen esimerkiksi vanhempien ikäpolvien tutkiminen on luotettavampaa postikyselynä ja nuorten tavoittaminen on helpompaa internetin kautta, sillä usein nuoremmat suhtautuvat paremmin verkossa tehtäviin kyselyihin kuin iäkkäämmät henkilöt (Valli 2007, 106–111).

Tässä opinnäytetyössä päätettiin nimenomaan hyödyntää www-kyselyä, koska nuorten tavoittaminen on helpompaa internetin kautta, ja tutkimuksen kohderyhmän jäsenet olivat tutkimushetkellä fyysisesti Suomen rajojen ulkopuolella, jolloin heidän tavoittaminen olisi ollut erityisen haasteellista muin keinoin. Kyselymuotoisella aineistonkeruumenetelmällä pystytään tyypillisesti tuottamaan numeroihin perustuvia, tilastollisesti käsiteltäviä tuloksia, joita tällä tutkimuksella onkin tarkoituksena saada. Lisäksi kyselytutkimuksen etuna on se, että voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto, ja monelta ihmiseltä voidaan kysyä monia asioita. (Ojasalo ym 2009, 108.) Kyselymuotoinen aineistonkeruumenetelmä nähtiin sopivana menetelmä myös tutkimuksen aiheen kannalta, koska kyselyä käytetään tyypillisesti esimerkiksi arvojen, asenteiden, mielipiteiden, käyttäytymisen tai toiminnan tutkimiseen (Hirsjärvi ym. 2009, 197).

Kysely aineistonkeruumenetelmänä sisältää myös muutamia heikkouksia, vaikka menetelmä koettiin tälle opinnäytetyölle alun perin parhaimmaksi vaihtoehdoksi. Kyselyn heikkouksia voivat olla esimerkiksi tuotetun tiedon pinnallisuus. Lisäksi on huomattava, ettei kyselyn tekijän suhtautumista kyselyn tekoon voida arvioida, kuin ei myöskään kuinka onnistuneita kyselyn kysymykset ja vastausvaihtoehdot ovat kohderyhmän näkökulmasta, tai kuinka tietoisia vastaajat ovat tutkitusta aiheesta. (Ojasalo ym 2009, 108.) Suurimpana kyselymuotoisen aineistonkeruumenetelmän ongelmana voidaan kuitenkin pitää alhaiseen vastausmäärään liittyvää katoa. Kadon määrään vaikuttaa vastaajajoukko ja tutkimuksen aihepiiri, mutta määrään voi vaikuttaa esimerkiksi muistuttamalla vastaamatta jättäneitä kohderyhmän jäseniä vastaamaan. (Hirsjärvi ym. 2009, 197.) Tässä tutkimuksessa kyselyn heikkoudet huomioitiin, ja niitä pyrittiin välttämään rakentamalla selkeä ja

huolellisesti tehty kyselylomake sekä pyrkien tavoittamaan mahdollisimman moni kohderyhmän jäsen. Katoa pyrittiin ehkäisemään muistutuksilla.

### 6.3 Kyselyn esittely

Kohderyhmälle Internetin kautta lähetetty www-kysely muodostui yhteensä 34 kysymyksestä, jotka jaettiin vielä kolmeen suurempaan kokonaisuuteen: omatoimisiin matkoihin, valmismatkoihin ja järjestettyihin retkiin sekä yleisiin kysymyksiin. Tutkimuksessa käytetty www-kysely suunniteltiin aiemmin määriteltyjen tavoitteiden pohjalta, ja ennen kyselyn varsinaista julkaisemista tarvittavia korjauksia tehtiin myös ESN HELGA:n yhteyshenkilön ehdotusten perusteella. Nämä korjausehdotukset liittyivät esimerkiksi kysymysten rakenteisiin, joita muuttamalla koko kyselystä muodostui kokonaisuudessaan selkeämpi. Lisäksi kyselyä testattiin ennen sen julkaisua muutamalla henkilöllä, minkä tarkoituksena oli tarkistaa, että asetetut kysymykset olivat kaikki helposti ymmärrettäviä. Näillä toimenpiteillä varmistettiin siis kohderyhmää puhuttelevan kyselyn julkaiseminen, ja mahdollisimman monen vastauksen saaminen luotettavien tulosten analysointia varten.

Ennen varsinaiseen kyselyyn vastaamista olennaista tutkimuksen onnistumisen kannalta oli varmistaa, että ainoastaan tutkijoiden aiemmin määrittelemä kohderyhmä osallistuu kyselyyn. Tämän takia kyselyn alkuun lisättiin kaksi niin sanottua suodatinkysymystä, joihin vastaaminen oli pakollista ennen muihin kysymyksiin siirtymistä. Näiden avulla varmistettiin, että kohderyhmä muodostui kansainvälisistä vaihto-opiskelijoista, jotka suorittivat opintojaan Haaga-Helia ammattikorkeakoulun eri toimipisteissä vuoden 2014 kevät- ja syyskausien aikana. Käytännössä tämä onnistui muokkaamalla Webropol -kyselyn asetuksia niin, että jos vastaaja ei kuulunut kysymysten perusteella tutkijoiden haluamaan kohderyhmään, siirtyi hän automaattisesti kyselyn loppuun. Näiden kysymysten jälkeen kartoitettiin vielä tutkimuksen kohderyhmän taustatietoja, joiden avulla selvitettiin esimerkiksi kyselyyn vastanneiden ikää, sukupuolta, kotimaata, vastaajien opiskelutoimipisteitä sekä eri liikkuvuusohjelmia, joiden kautta nämä kansainväliset vaihto-opiskelijat saapuivat Haaga-Heliaan. Lisäksi vastaajille esitettiin kysymys, jonka toivottiin selvittävän syitä miksi nämä kansainväliset vaihto-opiskelijat valitsivat juuri Suomen vaihtokohteekseen.

Kyselyn ensimmäinen suurempi kokonaisuus muodostui kohderyhmälle asetetuista kysymyksistä liittyen heidän vaihtonsa aikana tehtyihin omatoimisiin matkoihin. Tutkijat olivat etukäteen määritelleet mitä omatoimisilla matkoilla tarkoitetaan, minkä tarkoituksena oli helpottaa kyselyyn vastaamista. Kyselyn selkeyttä varten kyseinen osa-alue oli suunniteltu niin, että vastaajilla oli myös mahdollisuus siirtyä eteenpäin, jos he eivät olleet tehneet kyseisiä matkoja laisinkaan. Lisäksi tällä varmistettiin, että kyselyn kautta kerätyt vastauk-

set olisivat mahdollisimman luotettavia tulosten analysointia varten. Kohderyhmältä kysyttiin yhteensä 11 kysymystä omatoimisiin matkoihin liittyen, ja nämä kysymykset olivat vielä erikseen jaoteltu omatoimisiin päivämatkoihin ja omatoimisiin yön yli kestäviin matkoihin. Tutkijat halusivat tämän jaottelun avulla saada tarkempaa tietoa siitä, kuinka monta kertaa vastaajat olivat tehneet sekä omatoimisia päivämatkoja että omatoimisia yön yli kestäviä matkoja Suomessa, ja mihin kohteisiin näitä matkoja oli vaihdon aikana tehty. Lisäksi yön yli kestäviin matkoihin liittyen kysyttiin myös kohderyhmän suosimia majoituspalveluvaihtoehtoja ja näiden matkojen arvioitua pituutta. Koska tutkijat eivät olleet rajanneet vaihdon aikaisen matkustuskäyttäytymisen tutkimista pelkästään Suomessa tehtyihin matkoihin, olivat he kiinnostuneita selvittämään tehtiinkö samankaltaisia matkoja myös Suomen ulkopuolelle, ja tarkemmin mihin maihin vastaajat olivat mahdollisesti matkustaneet. Lisäksi kohderyhmän tekemistä omatoimisista matkoista haluttiin selvittää myös esimerkiksi niiden kokonaismäärä, niiden ajankohta, mitä aktiviteetteja kyselyyn vastanneet olivat matkoillaan tehneet sekä mitä kulkuneuvoja he olivat suosineet vaihdon aikaisen matkustamisen yhteydessä. Näistä 11 kysymyksestä kaikki muut paitsi kaksi olivat pakollisia, koska tutkijoiden mielestä näin monen kysymyksen asettaminen pakolliseksi nähtiin tarpeellisena tarvittavan materiaalin analysoinnin varmistamista varten. Ei-pakollisiksi kysymyksiksi jäivät siis avoin kysymys siitä miksi nämä vaihto-opiskelijat päättivät tehdä kyseisiä matkoja vaihtonsa aikana ja niiden tarkemman ajankohdan määrittäminen.

Kyselyn toinen suurempi kokonaisuus muodostui puolestaan pakettimatkoista sekä muista järjestetyistä retkistä. Kuten tässä opinnäytetyössä on jo aikaisemmin mainittu, työllä ei ole varsinaista toimeksiantajaa mutta ESN HELGA sekä Haaga-Helian kansainväliset palvelut toimivat kyselyn julkaisevina tahoina. Koska ESN:n puolelta järjestetään ja markkinoidaan monia matkoja ja retkiä Haaga-Helian kansainvälisille vaihto-opiskelijoille, oli tutkijoiden mielestä mielenkiintoista verrata tämäntyyppistä tarjontaa kohderyhmän tekemiin omatoimisiin matkoihin.

Tämänkin osa-alueen yhteydessä oli vastaajille selkeästi kerrottu, mitä pakettimatkoilla ja järjestetyillä retkillä tässä yhteydessä tarkoitetaan, johon liittyen vastaajilla oli myös mahdollisuus siirtyä seuraavaan kohtaan, jos he eivät olleet kyseisiä matkoja vaihtonsa aikana tehneet. Näihin matkoihin ja retkiin liittyen kohderyhmältä kysyttiin yhteensä kuusi kysymystä, jotka olivat vielä jaoteltu tarkempiin kysymyksiin ESN:n matkoista ja retkistä sekä yleisiin kysymyksiin. Tutkijat halusivat selvittää kuinka monta pakettimatkaa nämä vaihto-opiskelijat olivat vaihtonsa aikana tehneet niin Suomessa kuin Suomen ulkopuolella, aivan kuten omatoimistenkin matkojen kohdalla. Tämän jälkeen siirryttiin kysymyksiin, jotka käsittelevät ESN:n tarjontaa, niin pakettimatkoja kuin muita heidän järjestämiään tai markki-

noimiaan retkiä. Tarkoituksena oli kartoittaa mille kaikille matkoille ja retkille kyseinen kohderyhmä oli osallistunut, ja olivatko he myös mahdollisesti tehneet muita pakettimatkoja muihin kohteisiin. Tutkimukselle olennaista oli selvittää tehtyjen pakettimatkojen kokonaislukumäärä sekä saada vastauksia ESN:n tarjontaa koskeviin kysymyksiin – täten ne toimivat osa-alueen pakollisina kysymyksinä. Avoimiksi kysymyksiksi jäivät siis yhteensä kolme kysymystä, jotka liittyivät vastaajien muihin tehtyihin pakettimatkoihin ja syihin, miksi vastaajat olivat osallistuneet pakettimatkoihin.

Kyselyn viimeinen osa-alue muodostui kohderyhmälle esitetyistä yleisistä matkustuskäyttäytymiseen liittyvistä kysymyksistä. Näitä kyselyssä oli yhteensä kuusi ja ne olivat kaikki määritelty pakollisiksi. Näiden kysymysten tarkoituksena oli saada konkreettista lisätietoa kohderyhmän matkailullisista piirteistä sekä eritoten Suomeen liittyvistä tekijöistä, kuten mistä eri lähteistä vaihto-opiskelijat olivat saaneet tietoa Suomen eri kohteista ja missä eri nähtävyyksissä he olivat vaihtonsa aikana vierailleet. Lisäksi haluttiin selvittää myös kohderyhmän vaihdon aikaiseen matkustamiseen liittyvää rahankäyttöä ja sitä, kenen tai keiden kanssa tänä kyseisenä aikana yleensä matkustettiin. Näiden yleisten kysymysten avulla haluttiin saada myös tarkempaa tietoa siitä, mitkä tekijät motivoivat kohderyhmää vaihdon aikaiseen matkustamiseen sekä mitkä tekijät vaikuttivat vaihto-opiskelijoiden matkajärjestelyihin, kuten varsinaiseen matkan varaamiseen.

Tämän opinnäytetyön kysely muodostui erilaisista kysymystyypeistä, joista suurin osa oli kuitenkin suljettuja tai sekamuotoisia kysymyksiä. Näitä kysymyksiä varten tutkijat olivat etukäteen määritelleet tarjottavat vastausvaihtoehdot, joista kyselyyn vastanneet valitsivat jokainen itselleen joko yhden tai useamman vaihtoehdon, täten helpottaen kyselyyn vastaamista. Avoimiksi kysymyksiksi oli pääosin jätetty sellaisia kysymyksiä, joita tutkijat eivät olleet määritelleet pakollisiksi. Kyselyä tehtäessä nimittäin todettiin, että liian monen kysymyksen asettaminen pakolliseksi saattaisi karsia kyselyyn osallistuneiden lopullista lukumäärää. Näistä poikkeuksina olivat esimerkiksi kuitenkin matkojen lukumääriä ja kohderyhmän rahankäyttöä koskevat kysymykset, jotka kysymystyypistään huolimatta asetettiin pakollisiksi niiden tärkeytensä ansiosta. Kyselyn yksi kysymys oli kysymyksenasettelultaan asteikkotyypinen, joka mahdollisti saman kysymyksen sisällä sekä monen eri vastausvaihtoehdon että niiden jokaisen tärkeyden selvittämisen viiden kohdan asteikolla avulla, jonka ääripäät olivat ”ei ollenkaan tärkeää” ja ”erittäin tärkeää”.

#### **6.4 Aineiston kerääminen ja käsittely**

Kuten aiemmin mainittu, tässä opinnäytetyössä käytettiin aineistonkeruumenetelmänä www-kyselyä, sen kohderyhmään ja tutkimuksen aihepiiriin sopivien ominaisuuksien

vuoksi. Www-kyselyn rakentamisessa käytettiin hyväksi Webropol – kyselytutkimussovel-  
lusta, joka tarjosi luotettavan ja helpon alustan kyselyn tekemiselle. Itse aineiston hankinta  
toteutettiin lähettämällä avoin linkki kyselyyn, hyödyntämällä vaihto-opiskelijoiden sosiaal-  
lisen median kanavia, ja kyselylinkki oli auki noin kolme viikkoa. Tarkoituksena oli, että  
kyselyn linkki olisi lähetetty kohderyhmälle mahdollisimman monen kanavan kautta, jotta  
suhteellisen pienen kohderyhmän kaikki jäsenet olisi varmasti tavoitettu ja aktivoitu vas-  
taamaan. Vaihtoehtoja kyselylinkin lähettämiseksi olivat sähköpostitse lähetettävät kysely-  
kutsut sekä sosiaalisen median kautta levitetty pyyntö osallistua kyselyyn. Näistä vaihto-  
ehdoista harkittiin aivan ensimmäiseksi sähköpostitse tapahtuvaa kyselylinkin lähettämistä,  
mutta ideaa jouduttiin muuttamaan, sillä kohderyhmän sähköpostitietoja ei tie-  
tosuojasyistä luovutettu, sekä yhteistyössä toimineet tahot totesivat, että vaihto-  
opiskelijoille suunnattu sähköpostivolyymi on jo valmiiksi korkea. Näin ollen kyselylinkin  
lähettäminen sähköpostitse jouduttiin unohtamaan, ja keskityttiin toisiin tapoihin. ESN  
HELGA:n yhteyshenkilön, sekä Haaga-Helian kansainvälisten palveluiden yhteyshenkilöi-  
den ehdotuksesta kyselylinkki päätettiin lopulta lähettää kohderyhmälle vaihto-  
opiskelijoiden käyttämien sosiaalisen median kanavien kautta. Sosiaalisista medioista  
valittiin nimenomaan Facebook, mistä löytyvät omat ESN HELGAN ylläpitämät Facebook-  
ryhmät sekä kevään 2014 että syksyn 2014 Haaga-Helian vaihto-opiskelijoille. Näiden  
ryhmien kautta oli mahdollisuus tavoittaa lähes kaikki kohderyhmään kuuluvat jäsenet.  
Lisäksi Haaga-Helian kansainväliset palvelut julkaisivat kyselylinkin Haaga-Heliana tulevi-  
en vaihto-opiskelijoiden omassa Facebook-ryhmässä.

Kyselylinkin julkaisemisen yhteydessä julkaistiin saatekirje, jonka yhteydessä kuvattiin  
kyselyä, sen tarkoitusta, tarpeellisuutta, tekijöitä sekä kiitettiin etukäteen kyselyyn vastan-  
neita. Saatekirje onkin erittäin olennainen osa kyselytutkimuksen onnistumisen kannalta,  
sillä se kertoo vastaajalle mistä on kyse, ja vastaaja päättää sen perusteella vastaako hän  
kyselyyn (Ojasalo ym 2009, 118). Saatekirje pyrittiin muotoilemaan tavalla, joka oli kohde-  
ryhmälle, eli vaihto-opiskelijoille sopiva ja läheinen. Saatekirjeellä pyrittiin myös herättä-  
mään vaihto-opiskelijoiden kiinnostus vastata kyselyyn mahdollisuudella muistella omaa,  
usein unohtumatonta vaihto-opiskelulukukautta sekä herättämällä tunteita opiskelijakolle-  
goiden auttamisella.

Facebook -ryhmien kautta oli mahdollisuus tavoittaa yli 300 tutkimuksen kohderyhmään  
kuuluvaa jäsentä, mutta lopulta vastaajien määrä jäi ainoastaan 22 vastaajaan. Kaikki  
kohderyhmän jäsenet eivät välttämättä ole enää aktiivisia kyseisissä Facebook – ryhmissä  
vaikka ryhmien jäseniä olisivatkin, mikä on voinut vaikuttaa merkittävästi saatujen vasta-  
usten määrään. Lisäksi kyselyiden vastausprosentti voi helposti jäädä alhaiseksi myös  
muista syistä, kuten kohderyhmän vähäisestä kiinnostuksesta kyselyn tekoon. Kohderyh-

mälle lähetettiin muistutuksia, joiden avulla pyrittiin aktivoimaan vastaamatta jättäneitä kohderyhmän jäseniä ja minimoimaan katoa, mutta vastauksia ei onnistuttu saamaan merkittävästi lisää muistutuksista huolimatta. Näin ollen kadosta muodostui merkittävä ongelma tälle tutkimukselle, eikä alhaista vastausmäärää onnistuttu ennaltaehkäisevillä toimilla yrityksistä huolimatta estämään. Vastausmääränä 22 koettiin kuitenkin riittäväksi tulosten analysoimisen kannalta, ja toisaalta oli analysoitava se määrä mikä kyselyyn onnistuttiin saamaan. Vaikka tulosten perusteella ei voidakaan tehdä merkittäviä koko joukkoon liittyviä yleistyksiä tai päätelmiä, tarjoaa 22 vaihto-opiskelijan vastaukset suuntaa antavaa käsitystä heidän matkustuskäyttäytymisestään.

Kerätyn aineiston, eli kyselyn vastausten käsittely tapahtui hyödyntämällä sekä Webropol-sivuston luomaa raporttia kyselystä sekä käsittelemällä saatuja vastauksia ja taulukkoja Word- ja Excel-ohjelmalla. Jokainen kysymys käytiin huolellisesti läpi ja kuviot luotiin mahdollisimman ymmärrettävään muotoon ja selkeiksi. Lisäksi alun perin englanninkielinen kysely muokattiin opinnäytetyötä varten suomenkieliseksi vastausten keräämisen jälkeen.

## 6.5 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa nousevat esille käsitteet validiteetti ja reliabiliteetti (Ojasalo ym. 2009). Tutkimustulosten reliabiliteetti, eli luotettavuus sekä validiteetti, eli pätevyys vaihtelevat, vaikka tutkimuksessa aina lähtökohtaisesti pyritäänkin välttämään virheiden syntymistä (Hirsjärvi ym 2009, 231). Jotta tutkimuksesta saadaan luotettava, on se tehtävä tutkimukselle asetettujen kriteerien mukaan alusta alkaen (Heikkilä 2008, 183). Jo ennen tulosten analysointia on hyödyllistä pohtia tutkimuksen luotettavuutta ja todettujen virhelähteiden vaikutusta tutkimustuloksiin (Heikkilä 2008, 72). Tutkimuksen luotettavuuteen ja laatuun vaikuttavat niin sisällölliset, tilastolliset, kulttuurilliset, kielelliset ja teknisetkin seikat, joten laadukkaan mittauksen toteutus vaatii paljon osaamista (Vehkalahti 2008, 40).

Reliaabelius, eli luotettavuus tarkoittaa käsitteenä tutkimuksen mittaustulosten toistettavuutta, eli tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia (Hirsjärvi ym 2009, 231). On olemassa monia eri tapoja todeta tutkimuksen reliaabelius. Tutkimus voidaan todeta reliaabeliksi jos esimerkiksi kaksi tutkijaa päätyy samaan tulokseen tai jos eri tutkimuskerroilla päästään samaan tulokseen. Kvantitatiivisissa tutkimuksissa on lisäksi monenlaisia eri mittareita, joilla tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida ja vertailla luotettavasti esimerkiksi eri maiden välillä. (Hirsjärvi ym 2009, 231.)

Tutkimuksen pätevyydellä tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä tutkimuksessa halutaan mitata (Hirsjärvi ym. 2009, 231). Kyselytutkimuksessa pätevyyteen vaikuttaa merkittävästi se, että kyselyn kysymykset ovat olleet onnistuneita ja tarjonneet vastauksia asetettuun tutkimusongelmaan. Validiteetti liittyy sovellusalueen teoriaan ja sen käsitteisiin, ja se voidaan jakaa sisäiseen validiteettiin sekä ulkoiseen validiteettiin. Sisäisellä validiteetilla tarkoitetaan teoriaosuudessa esitettyjen käsitteiden vastaavuutta tutkimuksen mittaukseen. Ulkoisella validiteetilla taas viitataan taas siihen, että myös muut tutkijat tulkitsevat tutkimustulokset samansuuntaisesti. (Heikkilä 2008, 186.) Tutkimuksessa käytetyt mittarit ja menetelmät eivät aina tuotakaan sitä tulosta, minkä tutkija haluaisi niillä saada. Kysymyslomakkeen yhteydessä vastaajat saattavat esimerkiksi käsittää kysytyt kysymykset eri tavalla kuin tutkija on ajatellut. Menetelmät saattavat siis aiheuttaa virheitä jotka näkyvät tutkimustuloksissa. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Tämän tutkimuksen reliabiliteettia voidaan pitää hieman heikkona, sillä kyselyyn vastasi vain 22 vastaajaa. Koska vastaajia oli varsin vähän, voi olla mahdollista, että toinen tutkija

saisi vastaavanlaisia menetelmiä käyttäen erilaisia tuloksia. Kuten aiemmin kerrottiin, kyselyn linkki lähetettiin sosiaalisen median kautta kaiken kaikkiaan yli 300 vaihto-opiskelijalle. Saaduista tuloksista kaikki, eli 22 täytettyä kyselylomaketta voitiin analysoida, sillä ne olivat tutkimukseen soveltuvia. Tutkimuksen reliabiliteettia nostaa kuitenkin tutkimuksessa ilmenneet yhteneväisyydet aiempien tutkimustulosten kanssa.

Tulosten validiteettia taas voidaan pitää suhteellisen hyvänä. Kyselylomake laadittiin huolella ja sen sisältö tehtiin mahdollisimman selkeäksi. Tärkeät määritteet olivat määritelty vastaajille, joilla pyrittiin ennaltaehkäisemään sitä, että vastaajat ymmärtävät kysymykset väärin. Vastaajat olivatkin ymmärtäneet kysymykset muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta juuri sillä tavalla kuin oli tarkoitus.



## 7 Tutkimustulokset ja analysointi

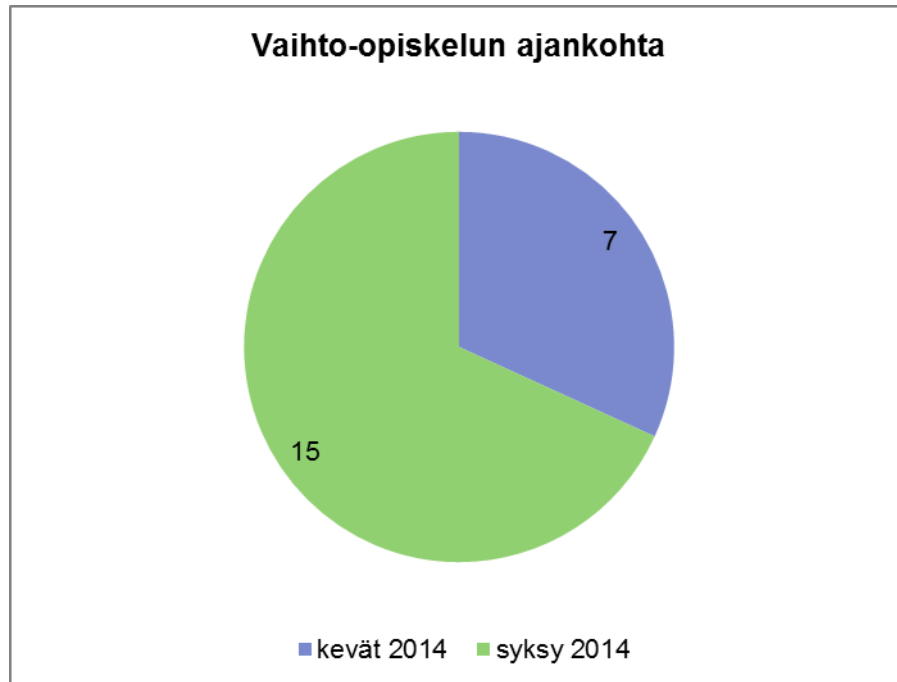
Tässä luvussa esittelemme opinnäytetyömme tutkimustulokset. Nämä tulokset perustuvat kyselyyn, jonka vastaukset kerättiin huhtikuussa 2015, ja johon osallistui kaiken kaikkiaan 22 aiemmin määriteltyyn kohderyhmään kuuluvaa henkilöä. Luku on jaettu siten, että ensimmäisessä alaluvussa käymme läpi kyselyyn osallistuneiden taustatiedot ennen kyselyn kolmeen suurempaan aihealueeseen siirtymistä. Tämän jälkeen käsittelemme näiden kyseisen kolmen aihealueen tutkimustulokset, joista jokaisesta on niin ikään tässä luvussa oma alalukunsa. Ensimmäiseksi esitellään siis tulokset kohderyhmän tekemistä omatoimista matkoista, minkä jälkeen siirrytään pakettimatkoihin ja valmiiksi järjestettyihin retkiin ja aktiviteetteihin. Viimeisessä osa-alueessa eritellään kohderyhmältä kysytyjen yleisten kysymysten tulokset.

### 7.1 Taustatiedot

Kyselyn kahdeksan ensimmäisen kysymyksen kautta pyrimme selvittämään vastaajien taustatietoja sekä karsimaan pois mahdolliset tutkimusryhmän ulkopuoliset vastaajat. Ensimmäisen kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, oliko vastaaja ollut vaihto-opiskelijana Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa. Mikäli vastaaja oli vastannut tässä kohdassa ”ei”, olisi hänet jätetty huomioimatta tutkimustuloksissa. Kaikki kyselyyn vastaajat olivat kuitenkin olleet vaihto-opiskelijoita Haaga-Heliassa.

#### *Vaihdon ajankohta*

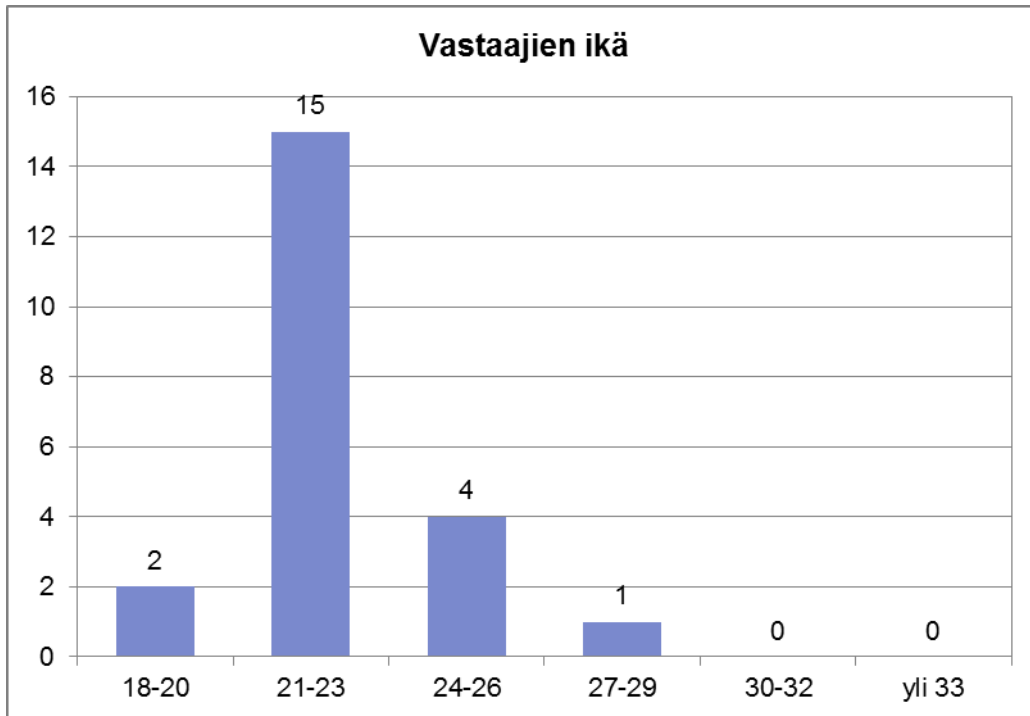
Toisen kysymyksen kautta pyrittiin selvittämään, minä ajankohtana vastaaja oli ollut vaihto-opiskelijana Haaga-Heliassa. Opinnäytetyön tutkimus rajattiin aiemmin koskemaan ainoastaan kevään 2014 ja syksyn 2014 vaihto-opiskelijoita, jolloin vastaajat muodostuivat ainoastaan näiden ajankohtien opiskelijoista. Alla olevasta kuviosta (kuvio 8) ilmenee, että vastaajista 15 ilmoitti olleensa vaihto-opiskelijana syyslukukaudella 2014 ja vastaavasti seitsemän heistä ilmoitti suorittaneensa vaihtoansa kevätlukukaudella 2014.



Kuvio 8. Vaihto-opiskelun ajankohta (N=22)

### ***Vastaajien ikä***

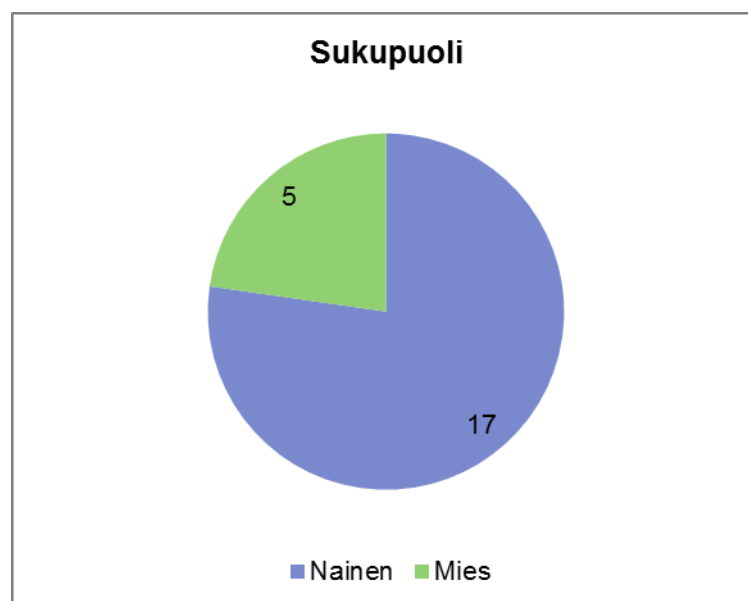
Taustatietona selvitettiin myös vastaajien ikää, jonka perusteella pyrittiin selvittämään, minkä ikäisiä kohderyhmän vaihto-opiskelijat ovat. Iän selvittäminen oli yksi merkittävimmistä taustatekijöistä, sillä tällä kysymyksellä pystyttiin varmistamaan, että kohderyhmän jäsenet voidaan luokitella nuorisomatkailijoiksi. Kuten kuvio 9 osoittaa, kaikki kyselyyn vastanneet vaihto-opiskelijat voidaan sisällyttää nuorisomatkailijan ikämääritelmään, sillä kaikki vastaajat olivat 18–29 vuotta vanhoja. Suurin osa vastaajista, yhteensä 15 kyselyyn osallistunutta vaihto-opiskelijaa, oli 21–23 vuotta vanhoja, mikä tukee esimerkiksi Erasmus-opiskelijan keskimääräistä 22-vuoden ikää. Vastaajista kaksi puolestaan ilmoitti olevansa 18–20 vuotta vanhoja, kun taas neljä heistä oli 24–26 vuotta vanhoja ja vain yksi 27–29 vuotta vanha.



Kuvio 9. Vastaajien ikä (N=22)

### ***Vastaajien sukupuoli***

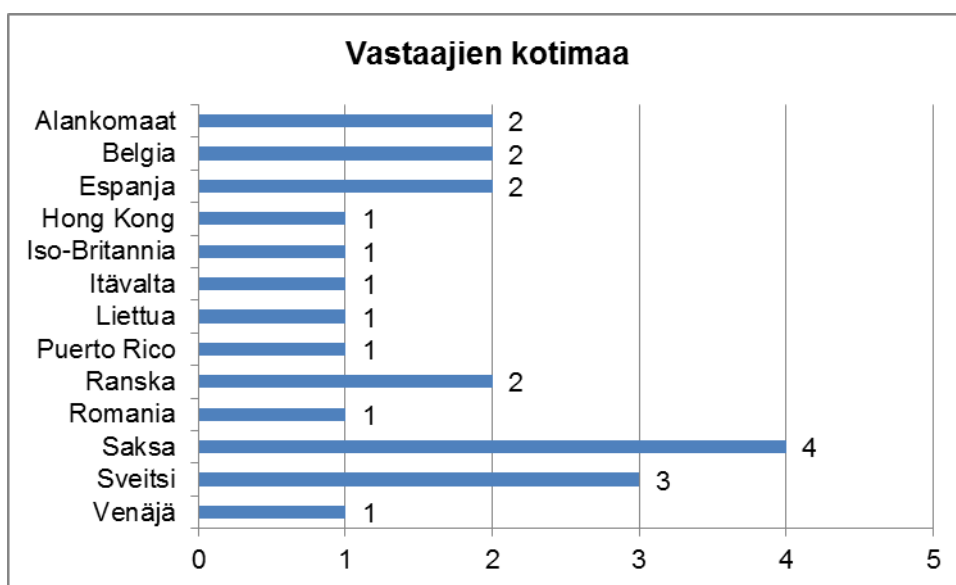
Taustakysymyksenä haluttiin kysyä myös vastaajien sukupuolta, vaikka varsinaisesti sukupuolten välisiä eroja matkustustottumuksissa ei tässä opinnäytetyössä tulla huomioimaan. Oheinen kuvio (kuvio 10) osoittaa, että vastanneiden kansainvälisten vaihto-opiskelijoiden sukupuolijakauma painottuu naisiin, sillä vastanneista 17 oli naisia ja vain viisi heistä miehiä. Tämä tulos tukee esimerkiksi tyypillisen Erasmus-opiskelijan piirteitä, sillä tyypillisimmin Erasmus-opiskelija on juuri nainen.



Kuvio 10. Sukupuoli (N=22)

### **Vastaajien kotimaa**

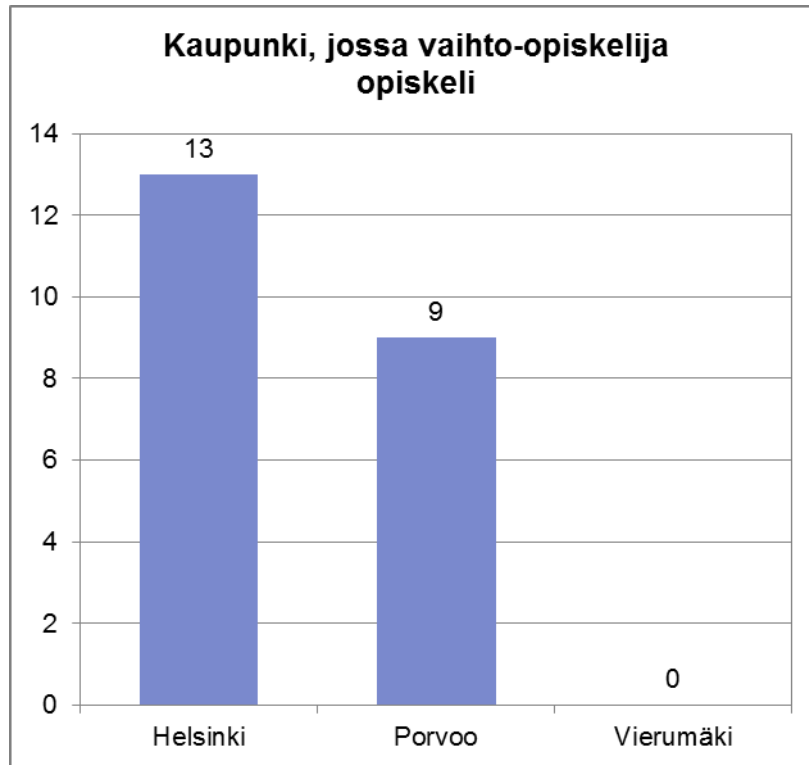
Taustatietojen kohdalla haluttiin selvittää myös mistä maasta vastaaja oli saapunut vaihto-opiskelijaksi Suomeen. Kuten kuviosta 11 ilmenee, suurin osa vastaajista saapui Saksasta, sillä yhteensä neljä kyselyyn osallistuneista oli Saksasta, kun taas vastaajista kolme ilmoitti kotimaakseen Sveitsin. Näiden kahden edellä mainitun maan jälkeen vaihto-opiskelijoita saapui määrällisesti saman verran Alankomaista, Belgiasta, Espanjasta sekä Ranskasta, sillä kaikista näistä maista saapui kaksi vaihto-opiskelijaa. Lisäksi kohderyhmän keskuudessa oli myös yksi opiskelija jokaisesta seuraavasta maasta: Hong Kong (Kiina), Iso-Britannia, Itävalta, Liettua, Puerto Rico, Romania sekä Venäjä.



Kuvio 11. Vastaajien kotimaa (N=22)

### **Kaupunki, jossa vaihto-opiskelija opiskeli Suomessa**

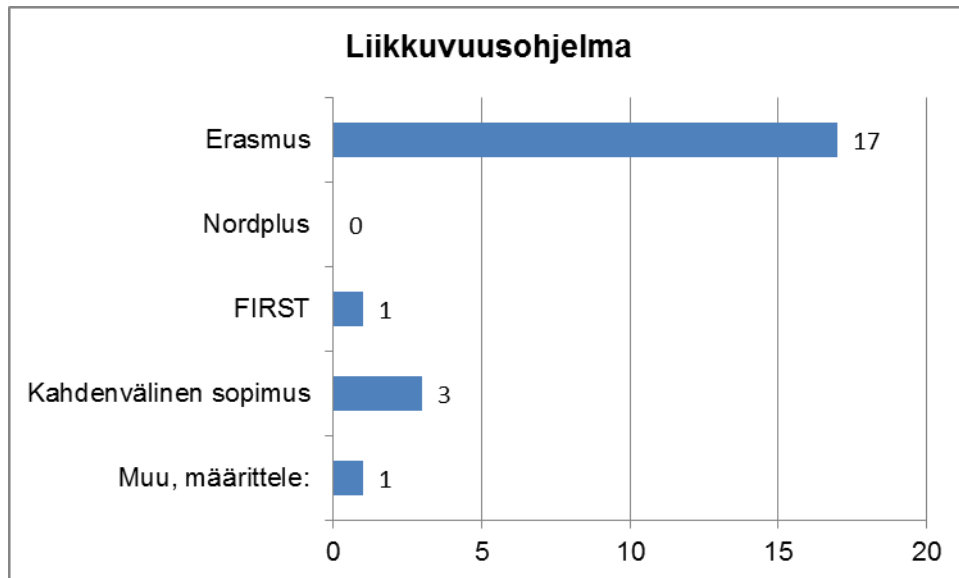
Taustakysymysten avulla selvitettiin myös, missä kaupungissa vaihto-opiskelija oli opiskellut vaihtonsa aikana, ja kysymyksen vastausvaihtoehdot määriteltiin koskemaan Haaga-Helian eri toimipisteiden paikkakuntia. Tuloksista voidaan havaita (kuvio 12), että huomattava osa vaihto-opiskelijoista, yhteensä 13 vaihto-opiskelijaa ilmoitti opiskelleensa Haaga-Helian Helsingin toimipisteissä, kun taas vastanneista yhdeksän oli opiskellut Haaga-Helian Porvoon toimipisteessä. Kyselyyn vastanneista kukaan ei ollut opiskellut Vierumäellä.



Kuvio 12. Kaupunki, jossa vaihto-opiskelija opiskeli (N=22)

### ***Liikkuvuusohjelma***

Yksi taustatietokysymyksistä oli myös kysymys liikkuvuusohjelmasta, jonka puitteissa opiskelija oli vaihto-opiskelijana Haaga-Heliassa. Vastaajien liikkuvuusohjelmien jakautumisen voi nähdä kuvioista 13. Suurin osa kyselyyn vastanneista oli Erasmus-ohjelman kautta vaihto-opiskelijana, sillä jopa 17 vastaajista ilmoitti liikkuvuusohjelmakseen juuri Erasmus. Suurin osa Haaga-Helian vaihto-opiskelijoista saapuukin Erasmus-ohjelman kautta, mikä selittää osaltaan tulosta. Toiseksi eniten vaihto-opiskelijoita Haaga-Heliaan saapui puolestaan kahdenvälisen sopimusten kautta kolmen opiskelijan ilmoittaessa sen liikkuvuusohjelmakseen. Vastaajista vain yksi oli saapunut FIRST – ohjelman kautta, joka on Suomen ja Venäjän välinen vaihto-ohjelma. Lisäksi yksi vastaaja oli ilmoittanut liikkuvuusohjelmakseen top-up yearin, mikä ilmeni vastausvaihtoehdon muu, määrittele -avulla. Nordplus-ohjelman puitteissa saapuneita vaihto-opiskelijoita ei ollut vastaajien seassa laisinkaan.



Kuvio 13. Liikkuvuusohjelma (N=22)

### ***Suomi vaihtokohteena – syitä***

Viimeisessä taustatietokysymyksessä haluttiin selvittää, millaisista syistä vaihto-opiskelija oli alun perin tullut Suomeen vaihtoon. Kysymys oli monivalintakysymys, josta vastaaja sai valita tärkeimmiksi kokemiaan syitä Suomeen vaihto-opiskelijaksi tuloonsa. Kysymyksellä haluttiin esimerkiksi selvittää, ovatko matkailuun liittyvät ominaisuudet, kuten luonto, kulttuuri ja sijainti, merkittävässä roolissa vaihtokohteen valinnassa. Oheinen kuvio (kuvio 14) näyttää, että merkittävin syy juuri Suomeen vaihto-opiskelijaksi tuloon oli kansainvälisesti tunnettu Suomen koulujärjestelmä, sillä jopa 16 vastaajaa ilmoitti tämän yhdeksi merkittävimmistä tekijöistä kohteen valinnassa. Myös Haaga-Helian maine oppilaitoksena oli vaikuttanut merkittävästi neljän vastaajan kohdevalintaan. Toiseksi yleisin syy Suomeen vaihto-opiskelijaksi tuloon oli vastanneiden kesken luonto, sillä 13 heistä ilmoitti tämän yhdeksi merkittävimmistä tekijöistä. Myös Suomen pohjoinen sijainti sekä suomalainen kulttuuri koettiin merkittäviksi tekijöiksi, sillä vastaajista 10 valitsi sijainnin ja kahdeksan kulttuurin yhdeksi merkittävimmistä tekijöistä, mitkä vaikuttivat heidän päätöksiinsä valita Suomi vaihtokohteekseen. Muita syitä, jotka vaihto-opiskelijat määrittelivät tarkemmin Suomeen vaihto-opiskelijoiksi tulemiselle, olivat esimerkiksi lumi, revontulet, musiikkityyli, monikielinen kulttuuri, hyvä englanninkielen osaaminen sekä esimerkiksi suomalainen poikaystävä.



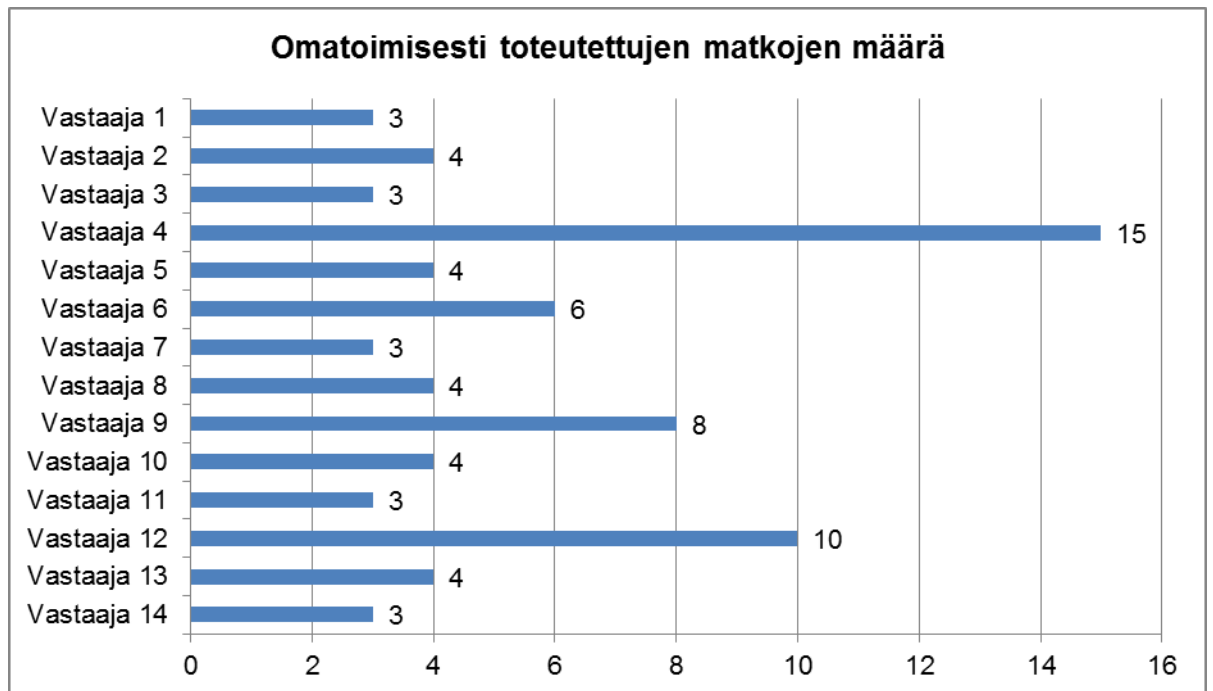
Kuvio 14. Syitä, miksi vaihto-opiskelija valitsi Suomen vaihtokohteekseen (N=22)

## 7.2 Omatoimiset matkat

Yksi kyselyn osa-alueista kohdistui vaihto-opiskelijoiden tekemiin omatoimisiin matkoihin, ja näihin matkoihin liittyviä kysymyksiä oli kyselyssä yhteensä 11 kappaletta. Tässä osuudessa tärkeää oli kuitenkin ensin selvittää, kuinka moni vastaajista oli ylipäättensä tehnyt näitä kyseisiä matkoja vaihtonsa aikana. Mikäli vaihto-opiskelija oli tehnyt omatoimisia matkoja, kysyttiin häneltä aiheesta tarkentavia tietoja. Vastaajista 14 (N=22) ilmoitti tehneensä omatoimisia matkoja vaihdon aikana, kun taas loput kahdeksan ei ollut tehnyt omatoimisia matkoja vaihdon aikana ollenkaan – siirtyen automaattisesti kyselyn seuraavaan osioon.

### ***Omatoimisesti toteutettujen matkojen määrä***

Vaihto-opiskelijoilta kysyttiin, kuinka paljon omatoimisia matkoja he olivat vaihtonsa aikana tehneet. Tässä kohtaa ei huomioitu päivä- ja yöpymisen sisältävien matkojen eroja, vaan haluttiin tietää Suomeen ja ulkomaille tehtyjen omatoimisten matkojen kokonaismäärä. Tulokset osoittavat, että näitä omatoimisia matkoja tehtiin kyselyyn osallistuneiden vaihto-opiskelijoiden keskuudessa kaiken kaikkiaan 74 matkaa, joiden keskiarvoksi muodostui noin viisi omatoimista matkaa yhtä vastaajaa kohden. Lisäksi oheisesta kuviosta (kuvio 15) ilmenee, että suurin omatoimisesti toteutettujen matkojen määrä oli vastaajien keskuudessa 15 matkaa, matkojen minimimäärän ollessa kolme omatoimista matkaa.

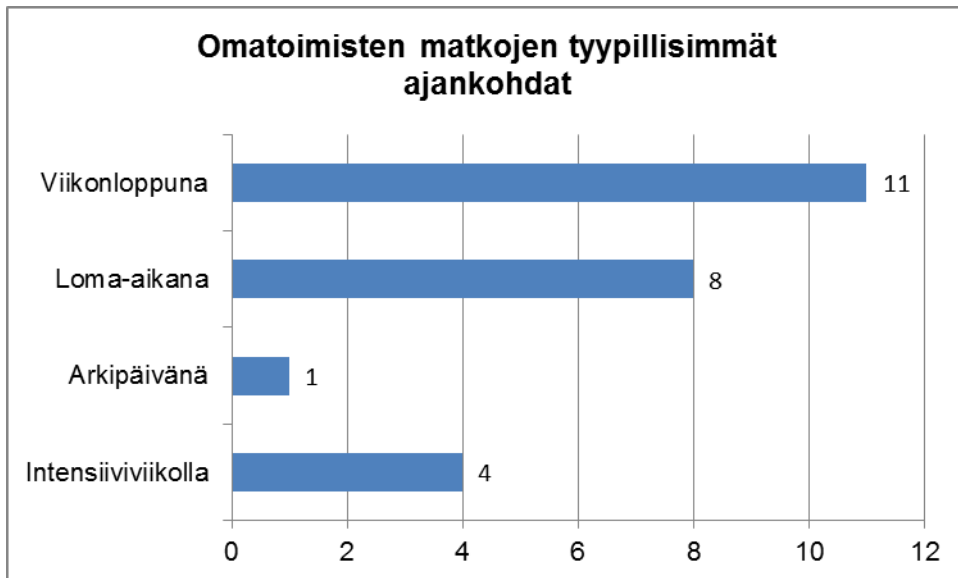


Kuvio 15. Omatoimisesti toteutettujen matkojen määrä per vastaaja (N=14)

### ***Omatoimisten matkojen tyypillisimmät ajankohdat***

Kysymällä omatoimisten matkojen tyypillisimpiä ajankohtia, haluttiin tietää, mille ajankohdalle vaihto-opiskelijoiden matkustaminen pääosin painottui. Tutkimustuloksien nojalla (kuvio 16) kyselyyn osallistuneista suurin osa oli tehnyt omatoimisia matkojaan viikonloppuna, sillä vastanneista 11 ilmoitti matkustaneensa viikonloppuisin. Nämä vaihto-opiskelijat matkustivat myös lomiansa aikana, sillä noin vastaajista kahdeksan ilmoitti matkustaneensa myös loma-aikoina. Kolmanneksi suosituin ajankohta omatoimisille matkoille oli intensiiviviikolla, jolloin koulussa ei yleisesti ottaen ole kontaktitunteja. Arkipäivänä matkustaminen ei ollut suosittua, sillä vastaajista vain yksi ilmoitti matkustaneensa arkipäivänä, mikä osittain varmasti selittyy sillä, että arkena on oppitunteja eikä koulusta haluta olla pois.

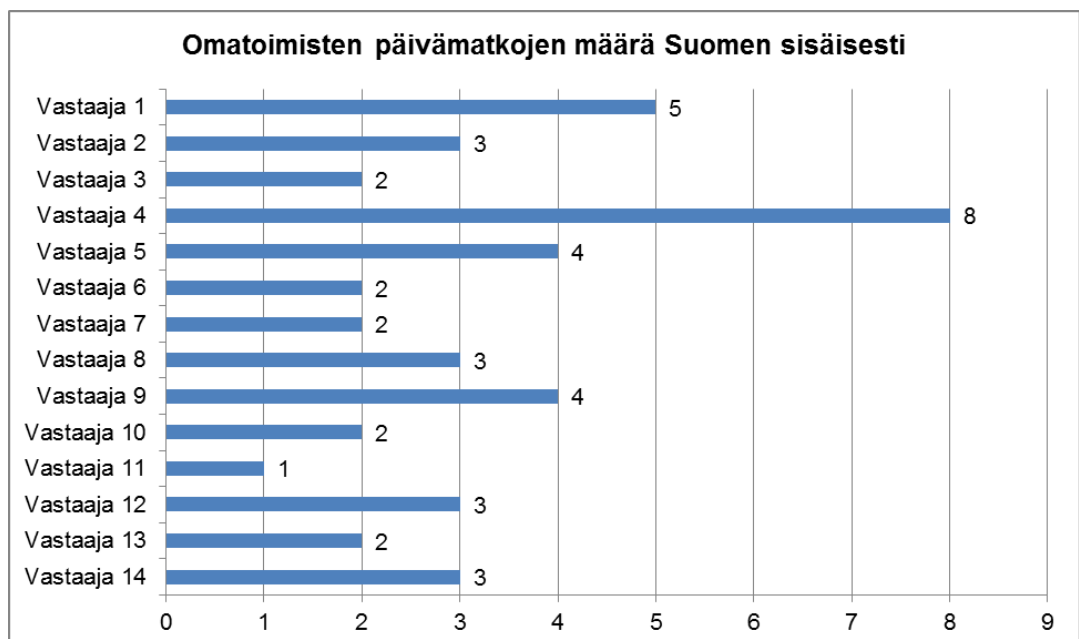




Kuvio 16. Omatoimisten matkojen tyypillisimmät ajankohdat (N=14)

### ***Omatoimisten päivämatojen määrä Suomen sisäisesti***

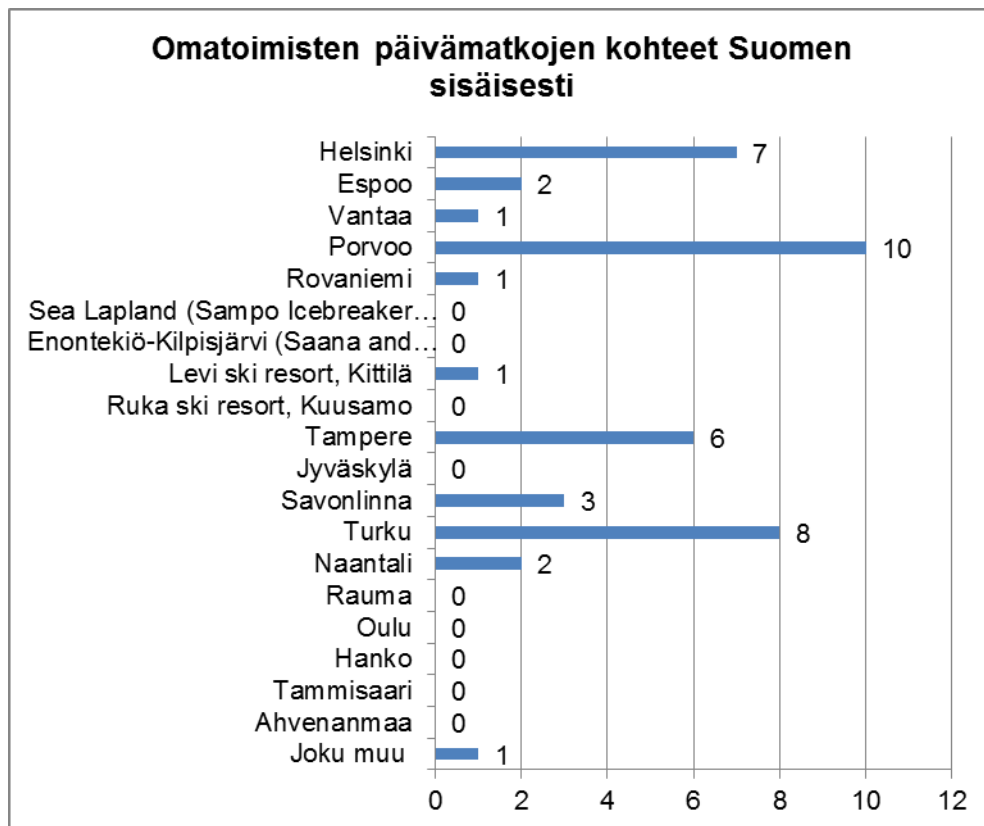
Omatoimisten matkojen kokonaismäärän selvittämisen lisäksi tarkempaa tietoa matkojen tyypeistä saatiin esittämällä vielä kaksi erillistä kysymystä sekä omatoimisiin päivämatoihin että omatoimisiin yöpymisen sisältäviin matkoihin liittyen. Omatoimisiin päivämatoihin liittyvän kysymyksen tarkoituksena oli saada selville kuinka monta päivämatkaa vaihto-opiskelijat tekivät Suomessa, ja tulosten perusteella vastaajat tekivät Suomessa kaiken kaikkiaan 44 omatoimista päivämatkaa. Näiden matkojen keskiarvoksi muodostui noin kolme omatoimista päivämatkaa Suomessa jokaista kysymykseen vastannutta vaihto-opiskelijaa kohden. Lisäksi oheinen kuvio 17 havainnollistaa, että enimmillään omatoimisia päivämatkoja tehtiin Suomessa kahdeksan, kun taas puolestaan vähimmillään niitä tehtiin lukukauden aikana vain yksi.



Kuvio 17. Omatoimisten päivämatojen määrä Suomen sisäisesti (N=14)

### ***Omatoimisten päivämatojen kohteet Suomen sisäisesti***

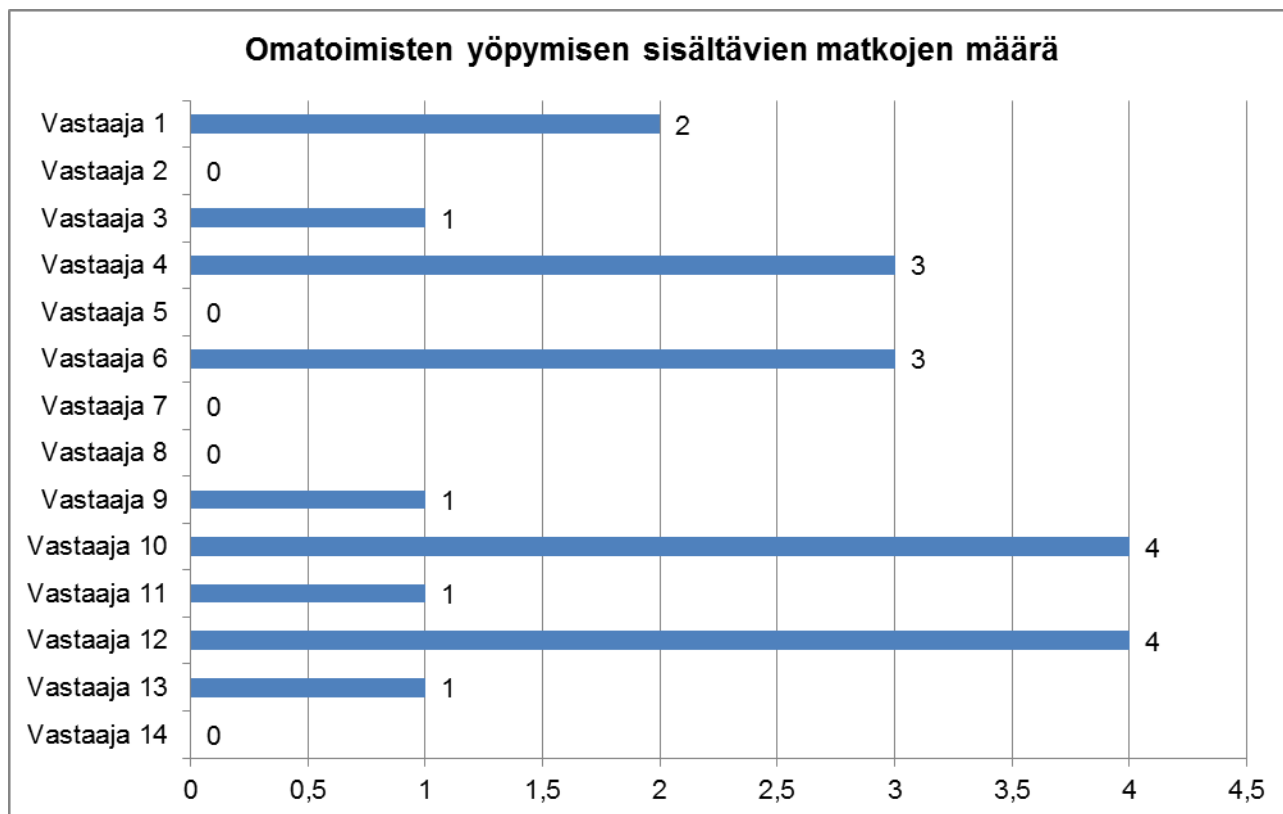
Vastaajilta kysyttiin myös, minne Suomen eri kohteisiin he olivat tehneet omatoimisia päivämatoja. Kuten oheinen kuvio (kuvio 18) osoittaa, suosituin kohde omatoimisille päivämatoille oli Porvoo, sillä vastaajista kymmenen oli tehnyt omatoimisen päivämatkan kyseiseen kaupunkiin. Toiseksi suosituin kohde oli Turku, sillä vastaajista kahdeksan ilmoitti tehneensä omatoimisen päivämatkan Turkuun. Muita suosittuja kohteita olivat Helsinki ja Tampere, sillä vastaajista seitsemän matkusti Helsinkiin ja kuusi Tampereelle. Omatoimisia päivämatoja tehtiin Suomessa myös Savonlinnaan, Espooseen ja Naantaliin, joista ensimmäiseksi mainittuun matkusti kolme vaihto-opiskelijaa ja kahteen muuhun kaksi vaihto-opiskelijaa. Matkoja tehtiin myös Vantaalle, Rovaniemelle sekä Leville, joista jokaiseen matkusti vastausten perusteella kuitenkin vain yksi vaihto-opiskelija. Lisäksi vastaajista yksi ilmoitti tehneensä kyseisiä matkoja myös johonkin muuhun kohteeseen, tässä tapauksessa Imatralle, mikä ilmeni avoimesta joku muu – vastausvaihtoehdosta.



Kuvio 18. Omatoimisten päivämatojen kohteet Suomen sisäisesti (N=14)

### ***Omatoimisten yöpymisen sisältävien matkojen määrä***

Tässä kysymyksessä eriteltiin omatoimisiin matkoihin liittyen vielä erikseen kuinka monta yöpymisen sisältävää matkaa vastaajat olivat vaihtonsa aikana tehneet. Tässä kysymyksessä kohderyhmää pyydettiin määrittelemään vain kokonaismäärä Suomessa tehdyistä omatoimisista yöpymisen sisältävistä matkoista, jättäen kokonaan laskuista pois kaikki muut samanlaiset matkat, jotka tehtiin Suomen ulkopuolisiin kohteisiin. Vastausten perusteella näitä kyseisiä matkoja tehtiin kaiken kaikkiaan 20, joiden keskiarvo jokaista vastaajaa kohden oli 1,4 matkaa. Lisäksi kuvio 19 osoittaa, että kaikki tähän kysymykseen vastanneista vaihto-opiskelijoista eivät olleet näitä yöpymisen sisältäviä omatoimisia matkoja tehneet, mikä ilmenee kuvion kuvion nollavastauksista. Muutamat vastaajista olivat kuitenkin tehneet jopa neljä tällaista matkaa –täten maksimimääräksi muodostui neljä omatoimista yöpymisen sisältävää matkaa.

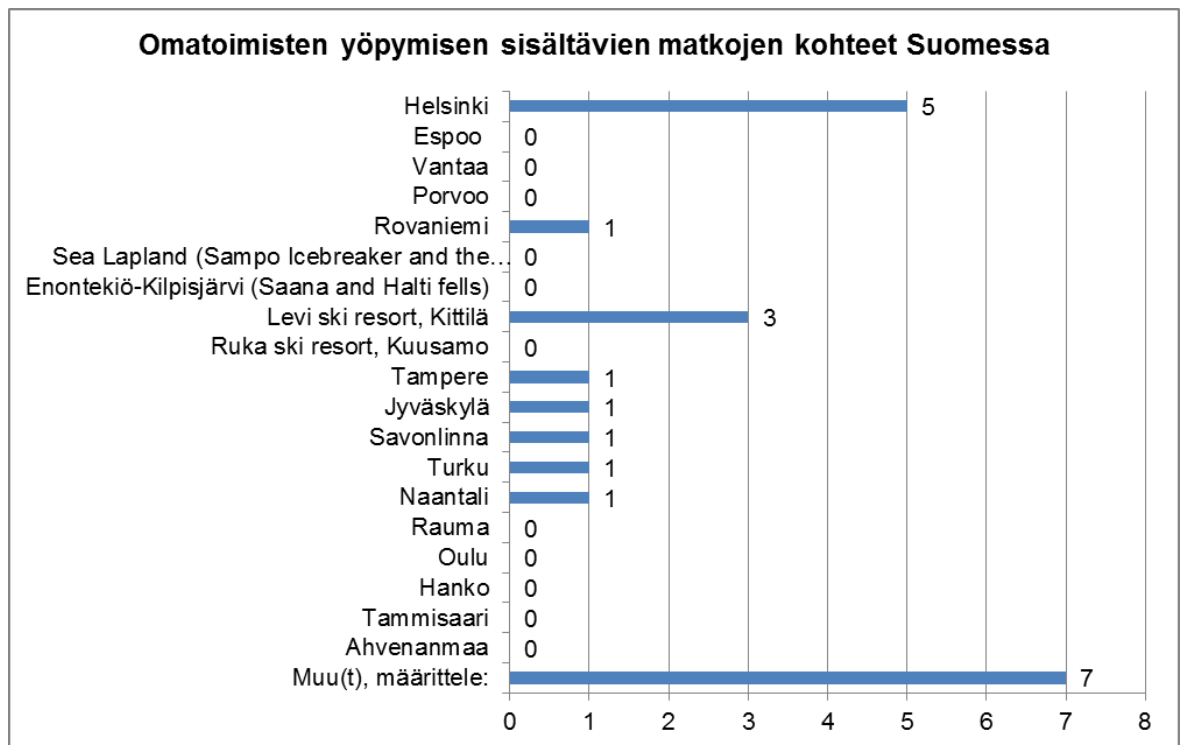


Kuvio 19. Omatoimisten yöpymisen sisältävien matkojen määrä (N=14)

### ***Omatoimisten yöpymisen sisältävien matkojen kohteet Suomessa***

Omatoimisten Suomessa tehtyjen päivämatkojen lisäksi kyselyn avulla haluttiin selvittää myös minne eri Suomen kohteisiin nämä kansainväliset vaihto-opiskelijat tekivät yön yli kestäviä matkoja. Kuten oheinen kuvio (kuvio 20) osoittaa, suosituimmaksi yksittäiseksi kohteeksi osoittautui pääkaupunki Helsinki, jonne vastaajista viisi tekivät vaihtonsa aikana

kyseisiä matkoja. Lisäksi kyselyyn osallistuneista kolme olivat matkustaneet myös Kittilään, Levin laskettu- ja matkailukeskukseen. Muita omatoimisia yöpymisen sisältäviä matkakohteita olivat: Rovaniemi, Tampere, Jyväskylä, Savonlinna, Turku sekä Naantali, joihin vastausten perusteella kuitenkin vain yksi vaihto-opiskelija oli vaihtonsa aikana matkustanut. Kuviosta ilmenee myös, että vastaajista jopa seitsemän olivat tehneet omatoimisia yöpymisen sisältäviä matkoja myös johonkin muuhun kohteeseen, mikä ilmeni avoimesta joku muu, määrittele –vastausvaihtoehdosta. Näitä kohteita olivat Hauho, Kotka, Kuopio, Imatra, Lappeenranta, Savo sekä Äkäslompolo.

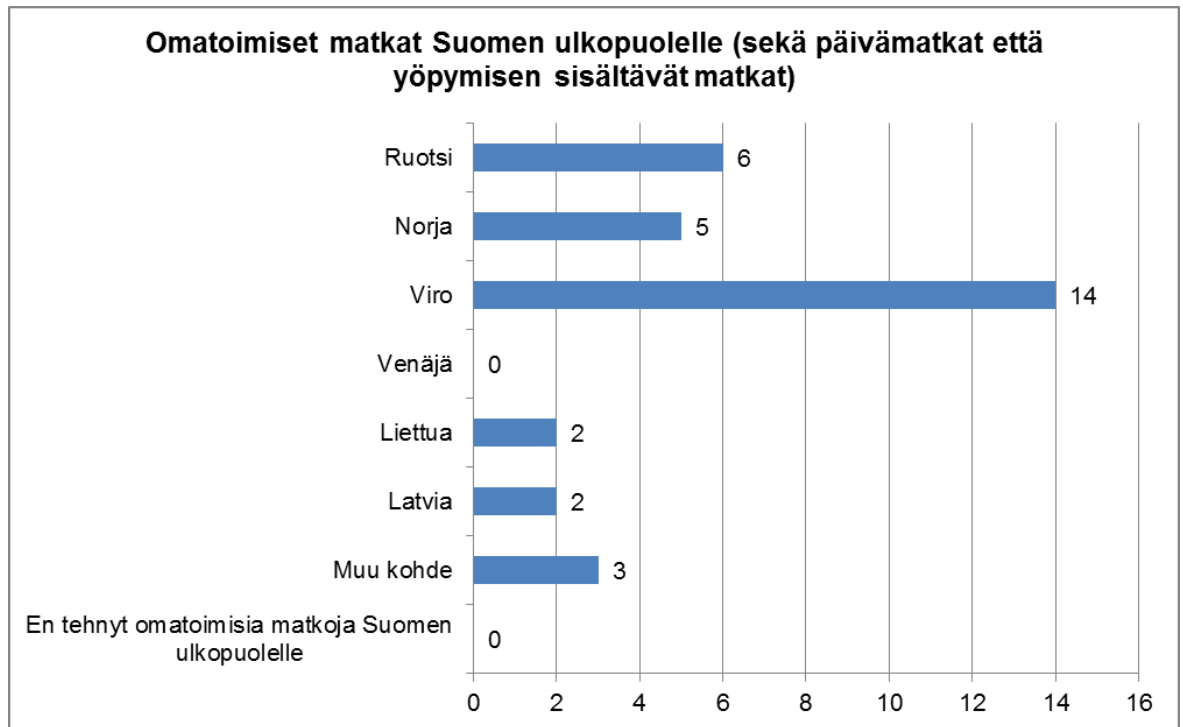


Kuvio 20. Omatoimisten yöpymisen sisältävien matkojen kohteet Suomessa (N=14)

### ***Omatoimiset matkat Suomen ulkopuolelle (sekä päivämatkat että yöpymisen sisältävät matkat)***

Suomessa tehtyjen omatoimisten päivämatkojen ja yöpymisen sisältävien matkojen lisäksi haluttiin kyselyn avulla selvittää myös matkustiko kohderyhmä vaihdon aikana Suomen ulkopuolisiin kohteisiin. Tämän kysymyksen tarkoituksena oli saada käsitys siitä, mihin maihin vaihto-opiskelijat olivat matkustaneet; täten kysymykseen sisältyivät niin tehdyt päivämatkat kuin yöpymisen sisältävät matkat. Oheinen kuvio (kuvio 21) osoittaa, että vastaajista jokainen oli vaihtonsa aikana matkustanut johonkin muuhun maahan, ja että heistä kaikki olivat käyneet Virossa. Muita suosittuja kohteita olivat Ruotsi, jonne vastaajista kuusi oli matkustanut ja Norja, jonne puolestaan viisi oli tehnyt kyseisiä matkoja. Myös Liettuaan ja Latviaan oli matkustettu, sillä vastaajista kaksi ilmoitti

käyneensä vaihtonsa aikana näissä edellä mainituissa maissa. Lisäksi vastaajista kolme ilmoitti tehneensä näitä omatoimimatkoja myös johonkin muuhun kohteeseen, joihin vastausten perusteella lukeutuvat Tanska, Itävalta ja Italia.

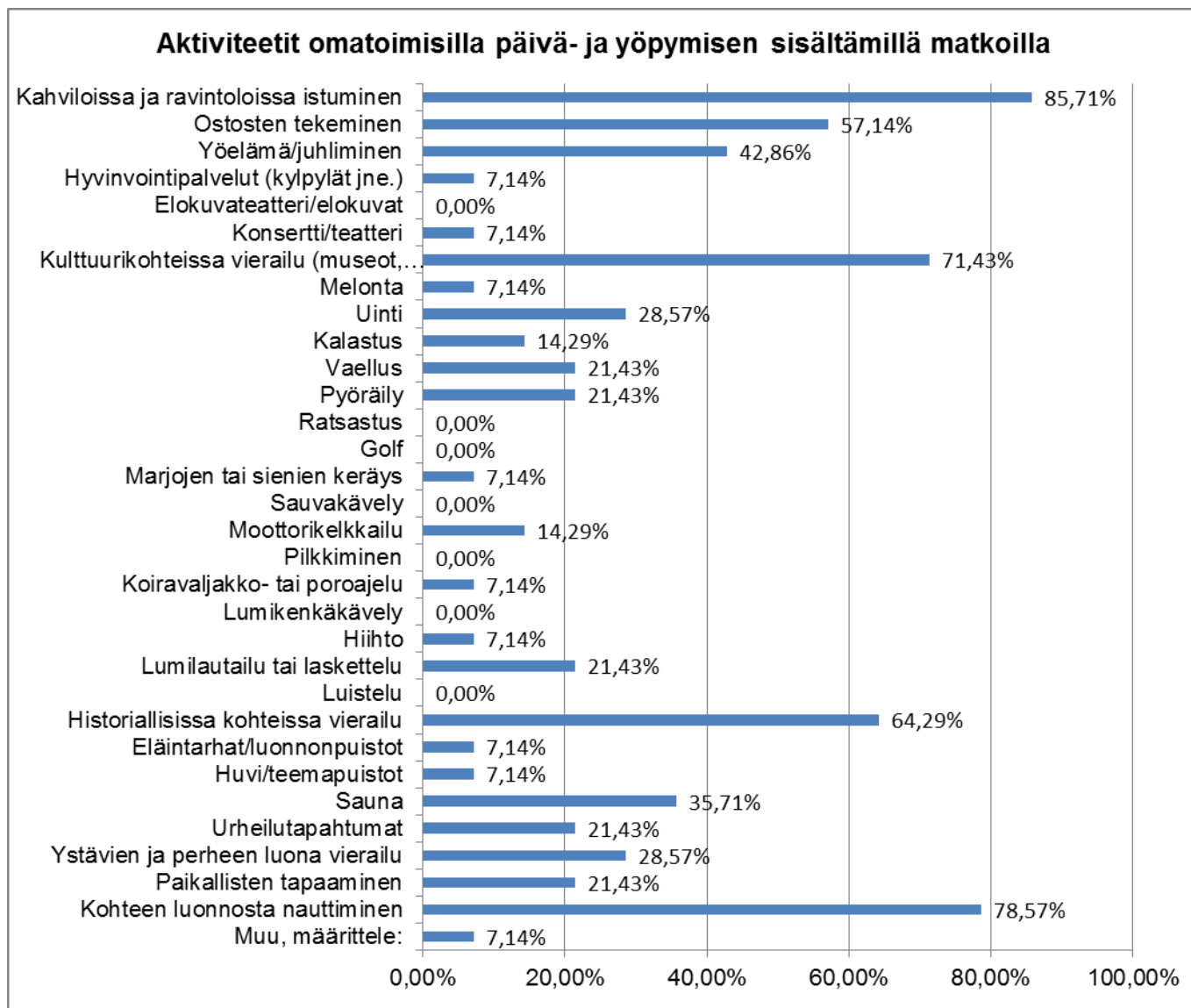


Kuvio 21. Omatoimiset matkat Suomen ulkopuolelle (sekä päivämatkat että yöpymisen sisältävät matkat) (N=14)

### ***Aktiviteetit omatoimisilla päivä- ja yöpymisen sisältämillä matkoilla***

Omatoimimatkoihin liittyviin kysymyksiin oli sisällytetty myös yksi kysymys siitä, millaisia eri aktiviteetteja kohderyhmä oli näiden kyseisten matkojen aikana tehnyt. Oheinen kuvio 22 osoittaa, että suosituin aktiviteetti vastaajien keskuudessa oli kahviloissa ja ravintoloissa istuminen, sillä kyselyyn osallistuneista jopa 12 mainitsi sen lukeutuvan omatoimisten matkojensa yhdeksi aktiviteetiksi. Muita suosittuja aktiviteetteja olivat kohteen luonnosta nauttiminen, jonka 11 vaihto-opiskelijaa ilmoitti kuuluvan matkojensa aktiviteetiksi sekä kulttuurikohteissa kuten eri museoissa ja gallerioissa vierailu, joissa puolestaan kymmenen kyselyyn osallistuneista olivat käyneet. Myös historiallisissa kohteissa vierailu oli aktiviteettien kärjessä, sillä vastaajista yhdeksän ilmoitti käyneensä tällaisissa kohteissa heidän matkojensa aikana. Lisäksi yli puolet omatoimisten matkojen tehneistä henkilöistä, yhteensä kahdeksan vastaajaa, olivat tehneet ostoksia matkojensa aikana, ja kuusi heistä mainitsivat yöelämän ja juhlimisen osaksi matkojaan. Muita aktiviteetteja, joita omatoimisilla matkoilla tehtiin olivat saunominen, jonka kyselyyn osallistuneista viisi ilmoitti yhdeksi aktiviteetiksi omatoimisten matkojensa aikana sekä

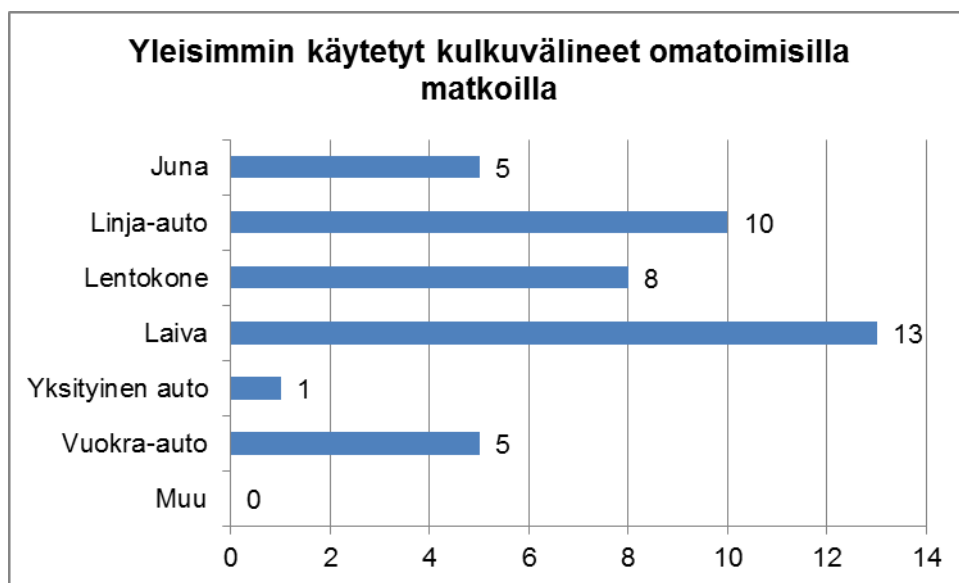
uinti ja ystävien ja perheen luona vierailu, jotka lukeutuivat neljän vastaajan tekemiin aktiviteetteihin. Muita aktiviteetteja olivat vaellus, pyöräily, lumilautailu tai laskettelu, urheilutapahtumat sekä paikallisten tapaaminen, jotka kyselyyn osallistuneista vaihto-opiskelijoista kolme mainitsi omien matkojensa yhteydessä. Näiden lisäksi vastaajista vain yksi ilmoitti käyttäneensä hyvinvointipalveluita, käyneensä konsertissa tai teatterissa tai melomassa. Seuraaviin aktiviteetteihin ei myöskään moni vastaaja osallistunut: marjojen tai sienien keräys, koiravaljakko- tai poroajelu, hiihto, eläintarhat/luonnonpuistot sekä huvi/teemapuistot, sillä vain yksi vastaaja kertoi osallistuneensa näihin matkojensa aikana. Lisäksi vastaajista yksi ilmoitti, että omatoimisten matkojen aktiviteetiksi lukeutui myös yleinen kaupungilla kuljeskelu, mikä ilmeni avoimeksi jätetystä muu, määrittele - vastausvaihtoehdosta.



Kuvio 22. Aktiviteetit omatoimisilla päivä- ja yöpymisen sisältävillä matkoilla (N=14)

### ***Yleisimmin käytetyt kulkuvälineet omatoimisilla matkoilla***

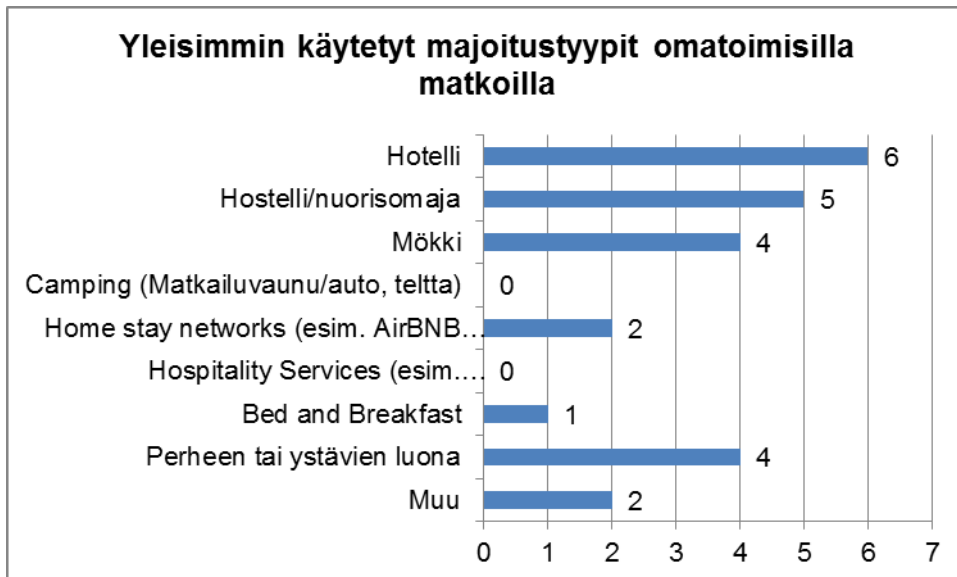
Omatoimisten matkojen kohdalla kohderyhmältä haluttiin kysyä myös mitä kulkuvälineitä he suosivat näiden kyseisten matkojen aikana (kuvio 23). Suosituimmaksi kulkuvälineeksi osoittautui laiva, sillä vastaajista jopa 13 kertoi käyttäneensä sitä omatoimisten matkojensa kulkuvälineenä. Toiseksi suosituin kulkuväline oli puolestaa linja-auto, jota vastaajista kymmenen oli käyttänyt, kun taas kolmanneksi yleisin oli lentokone, jota vastaajista kahdeksan oli käyttänyt omatoimisten matkojensa aikana. Muita käytettyjä kulkuvälineitä olivat juna, jota vastaajista viisi oli käyttänyt omatoimisilla matkoillansa sekä vuokra-auto, jonka saman verran vastaajia ilmoitti kuuluvan yleisimmin käytettyihin kulkuvälineisiin näiden omatoimisten matkojen aikana. Vastaajista vain yksi mainitsi käyttäneensä kulkuvälineenään yksityistä autoa.



Kuvio 23. Yleisimmin käytetyt kulkuvälineet omatoimisilla matkoilla (N=14)

### ***Yleisimmin käytetyt majoitustyyppit omatoimisilla matkoilla***

Omatoimisiin yöpymiseen sisältäviin matkoihin liittyen haluttiin tarkempaa tietoa myös kohderyhmän yleisimmin käytetyistä majoitustyypeistä. Tulokset osoittavat (kuvio 24), että melkein puolet vastaajista, yhteensä kuusi vaihto-opiskelijaa, suosi matkoillaan hotelleja, kun taas esimerkiksi hostellit ja nuorisomajat olivat vastaajien kesken vasta toiseksi yleisimpiä majoitustyyppejä, joita vastaajista viisi ilmoitti käyttäneensä omatoimisilla matkoillansa. Vastaajista neljä ilmoitti majoittuneensa myös mökissä tai perheen tai ystävien luona. Lisäksi vastaajista kaksi oli käyttänyt myös Home stay networks -tyyppisiä majoitusratkaisuja, ja vastaajista yksi mainitsi majoittuneensa Bed&Breakfast -majoituksessa. Lisäksi selvisi myös, että vastaajista kaksi totesi majoittuneensa matkoillansa jollakin muulla tavalla kuten risteilyaluksessa, mikä ilmeni oheisen kuvion muu-vastausvaihtoehdosta.

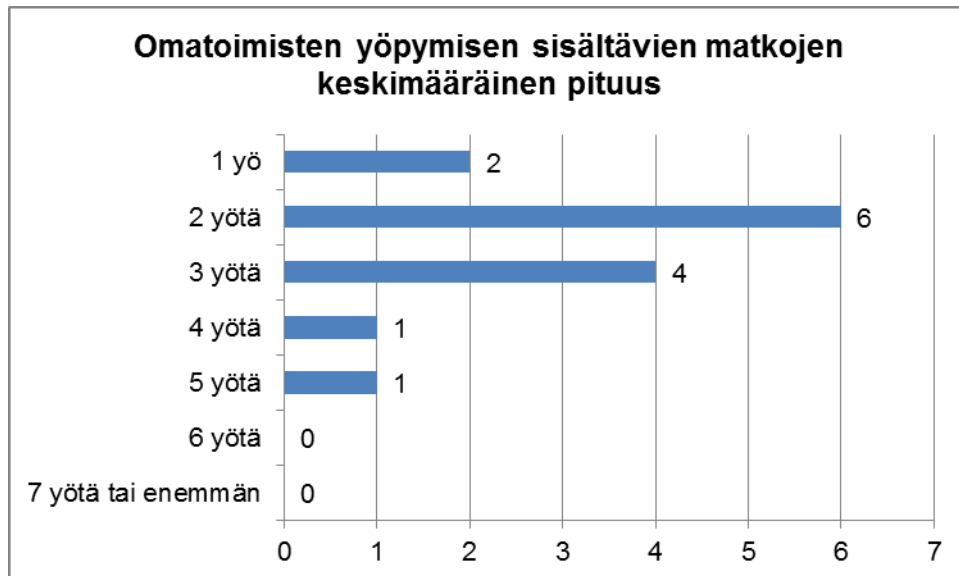


Kuvio 24. Yleisimmin käytetyt majoitustyytit omatoimisilla matkoilla (N=14)

### ***Omatoimisten yöpymisen sisältävien matkojen keskimääräinen pituus***

Omatoimisten yöpymisen sisältävien matkojen kohdalla haluttiin selvittää myös kuinka pitkiä matkoja kohderyhmä oli tehnyt. Oheinen kuvio (kuvio 25) osoittaa, että yleisin pituus yöpymisen sisältävälle matkalle oli vastaajien keskuudessa kaksi päivää, sillä jopa kuusi kyselyyn osallistuneista vaihto-opiskelijoista ilmoitti sen keskimääräiseksi matkan kestokseen. Tämä vahvistaa puolestaan myös sitä kuinka suurin osa kyselyyn osallistuneista ilmoitti tehneensä omatoimisia matkoja juuri viikonlopun aikana. Lisäksi vastaajista neljä oli tehnyt kolmen päivän pituisia matkoja, ja kaksi yhden yön kestäviä matkoja. Vain harva ilmoitti yöpyneensä omatoimisilla matkoillansa pidempään kuin kolme yötä, sillä vastaajista vain yksi ilmoitti matkojensa keskimääräiseksi pituudeksi neljä yötä ja yksi viisi yötä.





Kuvio 25. Omatoimisten yöpymisen sisältävien matkojen keskimääräinen pituus (N=14)

### ***Syitä, miksi omatoimisia matkoja tehtiin***

Omatoimisiin matkoihin liittyvän viimeisen kysymyksen avulla haluttiin saada tarkempaa tietoa eri syistä, joiden takia vaihto-opiskelijat tekivät kyseisiä matkoja vaihtonsa aikana. Kysymys oli avoin kysymys, jossa kyselyyn osallistuneet saivat vapaasti kertoa miksi he olivat tehneet omatoimisia matkoja. Koska kysymystä ei oltu asetettu pakolliseksi, eivät kaikki siihen vastanneet. Tästä seikasta huolimatta suurin osa omatoimisia matkoja tehneistä henkilöistä (N=9) vastasivat myös tähänkin kysymykseen. Varsinaisia yleistyksiä suosituimmista syistä ei voida tehdä, koska avoimen kysymyksen takia vastauksista ei muodostunut numeerista dataa. Muutamien vastausten perusteella voidaan kuitenkin sanoa, että omatoimisten matkojen tekeminen koettiin joustavammaksi, joskus jopa halvemmaksi matkustusvaihtoehdoksi, joka antoi vapauden tehdä matkojen aikana mitä itse kukin halusi, ilman isompaa ryhmää. Lisäksi mainittiin myös, että kyseisten matkojen aikana oli mahdollista tavata paikallisia. Muita syitä matkoille olivat esimerkiksi se, että kyseisten matkojen tekeminen koettiin hauskemaksi, kun matkalle lähtee vain läheisimmät ystävät. Lisäksi omatoimisten matkojen koettiin mahdollistavan esimerkiksi myös sen, että Eurooppaa ja Suomea pystyttiin näkemään enemmän, ja että enemmän itään päin matkustaminen salli järvien näkemisen. Vastauksista kävi ilmi myös, että matkojen järjestäminen koettiin miellyttäväksi erikoistumisalueen ollessa juuri matkailu.

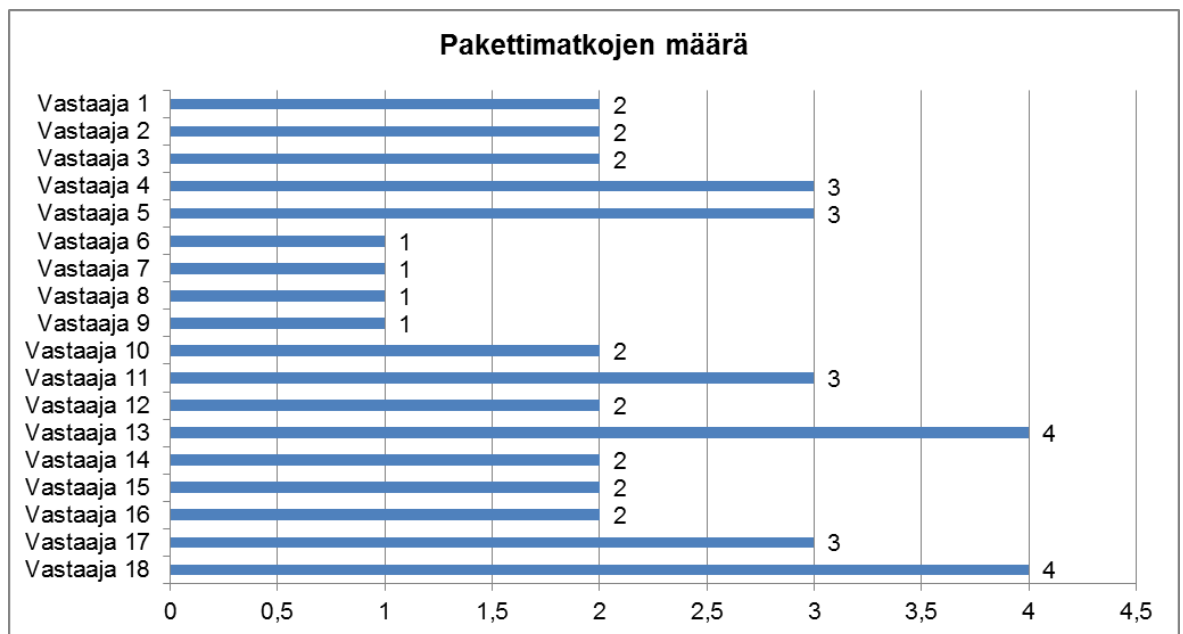
### **7.3 Pakettimatkat ja muut järjestetyt retket**

Kyselyn toinen suurempi osa-alue liittyi kohderyhmän vaihdon aikana tehtyihin pakettimatkoihin ja muihin organisoituihin retkiin ja aktiviteetteihin, joista kohderyhmälle esitettiin kaiken kaikkiaan kuusi kysymystä. Tässäkin osuudessa oli kuitenkin tutkimuksen kannalta

tärkeää selvittää olivatko vaihto-opiskelijat ylipäättensä tehneet kyseisiä matkoja ja retkiä ennen kysymyksiin vastaamista. Tähän apuna käytettiin niin sanottua suodatinkysymystä, jonka ansiosta vain näitä matkoja tehneet pystyivät vastaamaan aiheesta esitettyihin lisäkysymyksiin. Tuloksista ilmeni (N=22), että suurin osa vastaajista, yhteensä 18 vaihto-opiskelijaa, osallistui kyseisille matkoille ja retkille, kun taas loput neljä heistä eivät tehneet näitä matkoja ollenkaan – siirtyen näin automaattisesti kyselyn viimeiseen osaan.

### Pakettimatkojen määrä

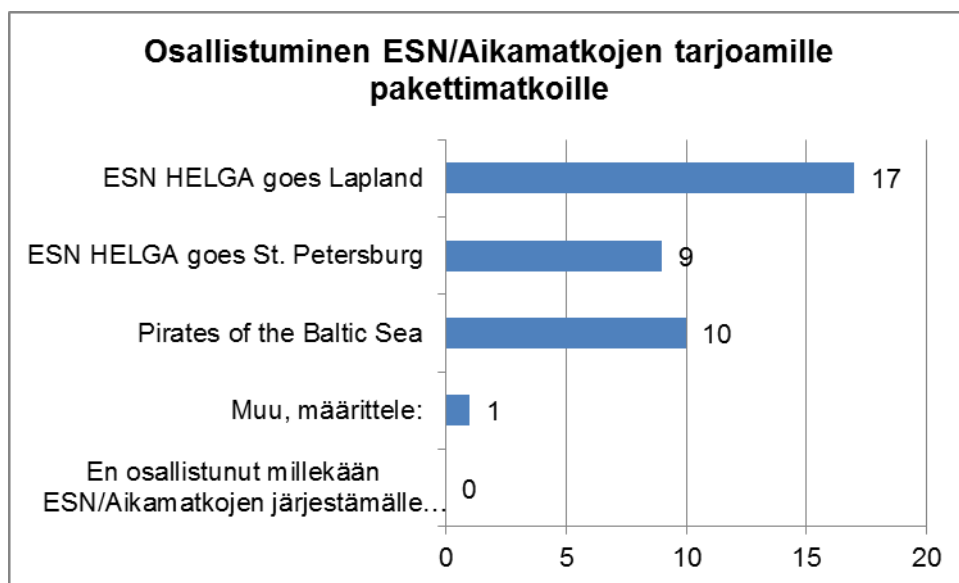
Kohderyhmää pyydettiin määrittelemään numeroina kuinka monta pakettimatkaa he olivat vaihtonsa aikana tehneet, aivan kuten omatoimisten matkojenkin kohdalla. Vastausten perusteella (N=18) täksi luvuksi muodostui 40 pakettimatkaa, joiden keskiarvo yhtä vastaajaa kohden oli noin kaksi pakettimatkaa vaihdon aikana. Lisäksi oheinen kuvio (kuvio 26) osoittaa, että pakettimatkoja tehtiin lukukauden aikana enimmillään neljä, kun taas vähimmillään niitä tehtiin vain yksi.



Kuvio 26. Pakettimatkojen määrä (N=18)

### **Osallistuminen ESN/Aikamatkojen tarjoamille pakettimatkoille**

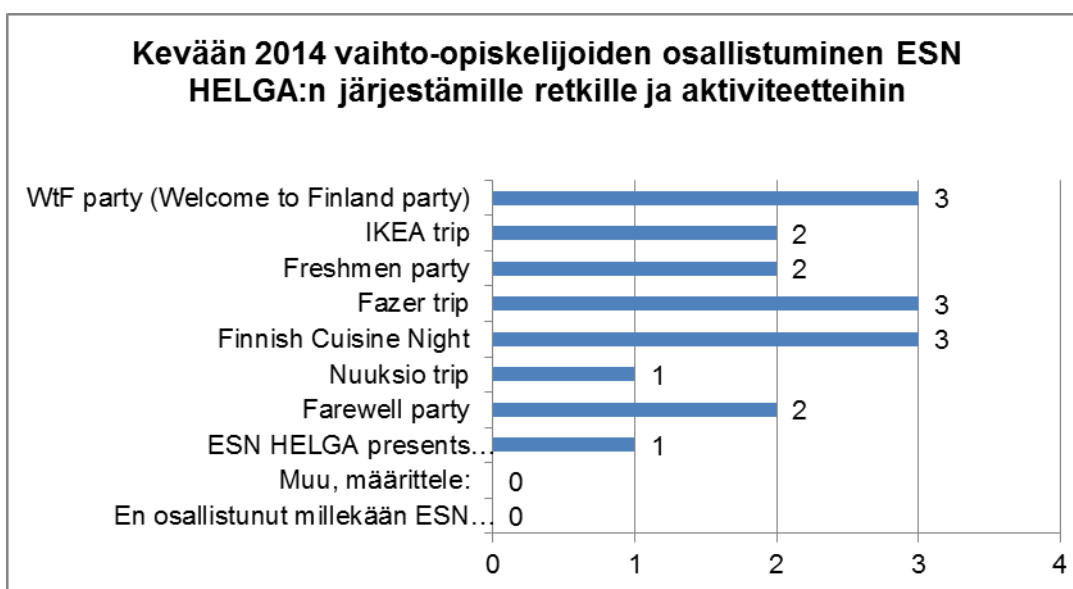
Pakettimatkoihin liittyvien kysymysten avulla haluttiin kohderyhmältä tarkempaa tietoa esimerkiksi siitä, mihin eri ESN:n ja Aikamatkojen tarjoamille pakettimatkoille he olivat mahdollisesti vaihtonsa aikana osallistuneet. Tulosten perusteella (kuvio 27), kaikki kyselyyn osallistuneet olivat olleet jollakin ESN/Aikamatkojen pakettimatalla. Suosituin pakettimatka vastaajien keskuudessa oli ESN HELGA goes Lapland, jolle jopa 17 kyselyyn osallistuneista vaihto-opiskelijoista oli osallistunut. Hieman yli puolet vastaajista, 10 vaihto-opiskelijaa, oli osallistunut myös risteilylle Pirates of the Baltic Sea, ja puolet eli yhdeksän kyselyyn osallistuneista Pietariin järjestetylle matkalle nimeltään ESN HELGA goes St. Petersburg. Lisäksi vastaajista yksi mainitsi matkustaneensa Riikaan ja Vilnaan, mikä ilmeni muu, määrittele –vastausvaihtoehdon avulla.



Kuvio 27. Osallistuminen ESN/Aikamatkojen tarjoamille pakettimatkoille (N=18)

### **Osallistuminen ESN HELGA:n järjestämille retkille ja aktiviteetteihin**

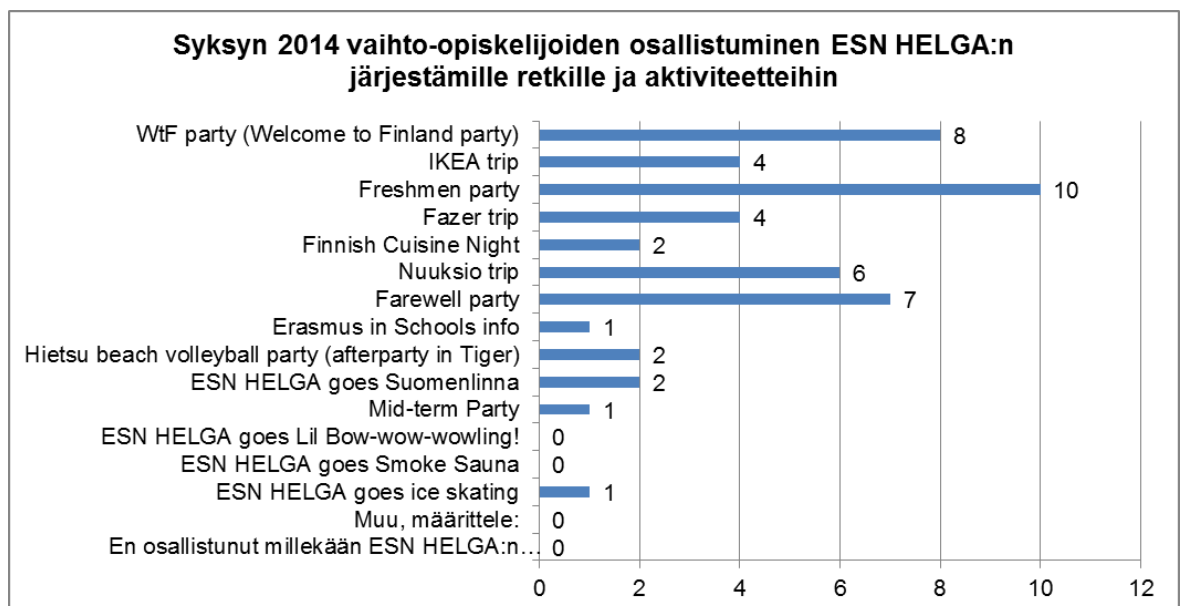
Tämän kysymyksen tarkoituksena oli saada tietoa siitä mihin kaikkiin ESN HELGA:n järjestämiin retkiin ja aktiviteetteihin vaihto-opiskelijat olivat osallistuneet vaihtonsa aikana. Koska kohderyhmä muodostui kahden eri lukukauden vaihto-opiskelijoista, oli myös ESN HELGA:n tarjonnassa joitakin eroavaisuuksia lukukaudesta riippuen. Suurin osa heidän retkistään ja aktiviteeteistaan olivat kaikille samoja, mutta syksyllä 2014 oli näitä kuitenkin hieman kevään 2014 tarjontaa enemmän. Tulosten havainnollistamista varten on näistä molemmista lukukaudesta, niiden retkistä ja aktiviteetteihin osallistumisista tehty omat kuvionsa (kuvio 28 ja kuvio 29) vertailemalla kevään ja syksyn tutkimustuloksia. Kuten molemmat kuviot osoittavat, kaikki vastaajista olivat osallistuneet jollekin ESN HELGA:n järjestämälle retkelle tai aktiviteettiin. Kevään 2014 aikana suosituimpia retkiä ja aktiviteetteja vastaajien keskuudessa olivat ESN HELGA:n järjestämä WtF eli Welcome to Finland party, Fazer-tehtaalle järjestetty retki (Fazer trip) sekä suomalaisen ruoan ilta (Finnish Cuisine Night), joihin osallistui vastanneiden kesken kolme vaihto-opiskelijaa heidän vaihtolukukautensa aikana. Muita aktiviteetteja ja retkiä, joihin osallistuttiin olivat IKEA trip, Freshmen party, Farewell party sekä retki Nuuksioon, joihin kaikkiin osallistui vastanneiden kesken kaksi vaihto-opiskelijaa paitsi Nuuksion retkeen, johon osallistui vain yksi vaihto-opiskelija. Aktiviteetti, joka järjestettiin pelkästään kevään 2014 aikana oli ESN HELGA presents interNATIONAL Sitsit, ja siihen osallistui vastaajista vain yksi.



Kuvio 28. Kevään 2014 vaihto-opiskelijoiden osallistuminen ESN HELGA:n järjestämille retkille ja aktiviteetteihin (N=5)

Alla oleva kuvio (kuvio 29) havainnollistaa taas puolestaan mihin kaikkiin retkiin ja aktiviteetteihin syksyn 2014 vaihto-opiskelijat osallistuivat. Tästä kuviosta voi myös huomata, että näitä retkiä ja aktiviteetteja on enemmän kuin kuviossa 28 johtuen

syyslukukauden laajemmasta tarjonnasta. Suosituimmiksi retkiksi ja aktiviteeteiksi osoittautuivat Freshmen party, johon vastaajista jopa kymmenen osallistui sekä WtF party eli Welcome to Finland party, johon osallistui puolestaan kahdeksan vaihto-opiskelijaa kyselyyn vastanneista. Kolmanneksi suosituin syyslukukauden aktiviteetti oli Farewell party, johon osallistui seitsemän kyselyyn vastanneista syksyn 2014 vaihto-opiskelijoista. Muita retkiä ja aktiviteetteja, joille nämä kyselyyn vastanneet vaihto-opiskelijat osallistuivat olivat: Nuuksio trip, jolle osallistui vastaajista kuusi, IKEA trip sekä Fazer trip, joihin molempiin osallistui neljä kyselyyn vastanneista. Lisäksi vastaajista kaksi ilmoitti osallistuneensa suomalaisen ruoan iltaan (Finnish Cuisine Night), Hietsu beach volleyball party -aktiviteettiin sekä Suomenlinnaa järjestetyille retkelle (ESN HELGA goes Suomenlinna). Vastaajista vain yksi oli osallistunut infotilaisuuteen, joka kulki nimellä Erasmus in Schools info, Mid-term party -aktiviteettiin, tai luisteluaktiviteettiin ESN HELGA goes ice skating.



Kuvio 29. Syksyn 2014 vaihto-opiskelijoiden osallistuminen ESN HELGA:n järjestämille retkille ja aktiviteetteihin (N=13)

### ***Muiden tahojen kautta toteutetut pakettimatkat***

Avointen lisäkysymysten avulla pystyttiin lisäksi selvittämään olivatko vaihto-opiskelijat tehneet pakettimatkoja muiden tahojen kuin ESN/Aikamatkojen kautta, ja mihin kohteisiin näitä matkoja oltiin mahdollisesti tehty. Näiden vastausten perusteella (N=5) muuna vaihtoehtona mainittiin Viking Line. Lisäksi muihin pakettimatkoihin liittyvässä toisessa kysymyksessä ilmoitettiin (N=2), että näiden matkojen oli Tukholma.

### ***Syitä, miksi pakettimatkoja tehtiin***

Tämän osa-alueen viimeisessä kysymyksessä kohderyhmää pyydettiin määrittelemään miksi he olivat päättäneet tehdä pakettimatkoja vaihtonsa aikana. Tätä kysymystä, kuten kahta edellistäkin, ei oltu asetettu vastaajille pakolliseksi, joten se saattoi vaikuttaa vastausten lopulliseen lukumäärään. Kuten samantyyppisessä kysymyksessä omatoimisten matkojen kohdalla, ei varsinaisia yleistyksiä voida näistä avoimen kysymyksen vastauksista muodostaa niiden numeerisen aineiston puuttumisen vuoksi. Tästä huolimatta näiden vastausten avulla on mahdollista muodostaa jonkinlainen käsitys siitä, miksi pakettimatkoja päätettiin tehdä. Vastaajien kesken (N=7) erilaisia syitä, miksi kyseisiä matkoja tehtiin olivat esimerkiksi se, että ne koettiin halvemmiksi kuin omatoimiset matkat. Tämä tulos on kuitenkin ristiriidassa omatoimisiin matkoihin liittyvän samankaltaisen kysymyksen kanssa, sillä siihen vastanneet mainitsivat puolestaan kokeneensa, että omatoimiset matkat ovat halvempi matkustusvaihtoehto. Näiden lisäksi mainittiin, että kyseisten matkojen teko mahdollisti, että maata nähdään enemmän, ja sen ettei eri kohteisiin ja aktiviteetteihin tarvinnut itse tutustua tutkimalla niitä etukäteen. Lisäksi mainittiin, että pakettimatkaan oltiin tyytyväisiä, ja täten samanlaiseen omatoimiseen matkaan ei ollut tarvetta. Lisäksi koettiin, että pakettimatka toi rahalle vastinetta, ja että matkan tekeminen oli helppoa, koska kaikki oli jo valmiiksi järjestetty. Matkojen koettiin olevan myös todella mielenkiintoisia, ja osallistumiseen vaikutti myös se, että kaikki muut olivat myös menossa.

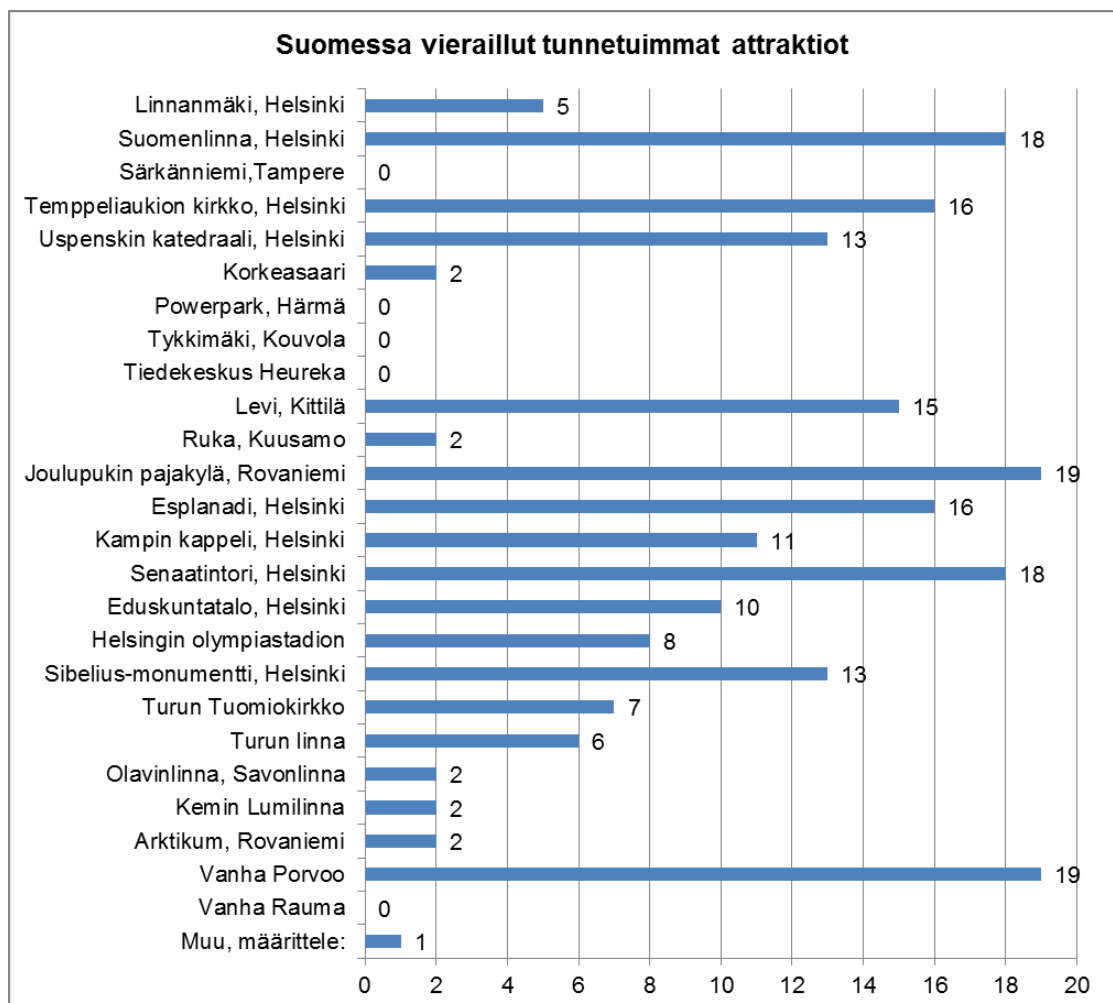
### ***Yleiset kysymykset***

Kyselylle asetettujen tavoitteiden mukaisesti kyselyn kolmannessa osassa kohderyhmältä kysyttiin vielä yleisiä matkustuskäyttäytymiseen liittyviä kysymyksiä, joita oli kokonaisuudessaan kuusi. Näiden kysymysten avulla oli mahdollista saada vielä tarkempaa tietoa esimerkiksi siitä, missä Suomen nähtävyyksissä kohderyhmä oli vierailut, kuinka suuressa ryhmässä näitä matkoja tehtiin sekä kuinka paljon rahaa kohderyhmä oli keskimäärin kuluttanut matkailuun. Lisäksi kohderyhmältä kysyttiin myös muutama kysymys matkakohteen valintaan vaikuttavista tekijöistä.

### ***Suomessa vierailut tunnetuimmat attraktiot***

Ensimmäinen yleinen kysymys liittyi Suomen eri nähtävyyksiin, minkä avulla oli tarkoitus selvittää missä kaikissa nähtävyyksissä kohderyhmä oli vaihtonsa aikana käynyt. Vastausten perusteella (kuvio 30) vastaajista jopa 19 oli käynyt Vanhassa Porvoossa, mikä osakseen selittyy myös näiden Haaga-Heliassa opiskelleiden vaihto-opiskelijoiden Porvoon toimipisteen sijainnilla. Myös saman verran, yhteensä 19 kyselyyn osallistuneista, oli vierailut Rovaniemellä sijaitsevassa Joulupukin pajakylässä. Suurin osa vastaajista oli vaihtonsa aikana käynyt myös Helsingin Senaatintorilla ja

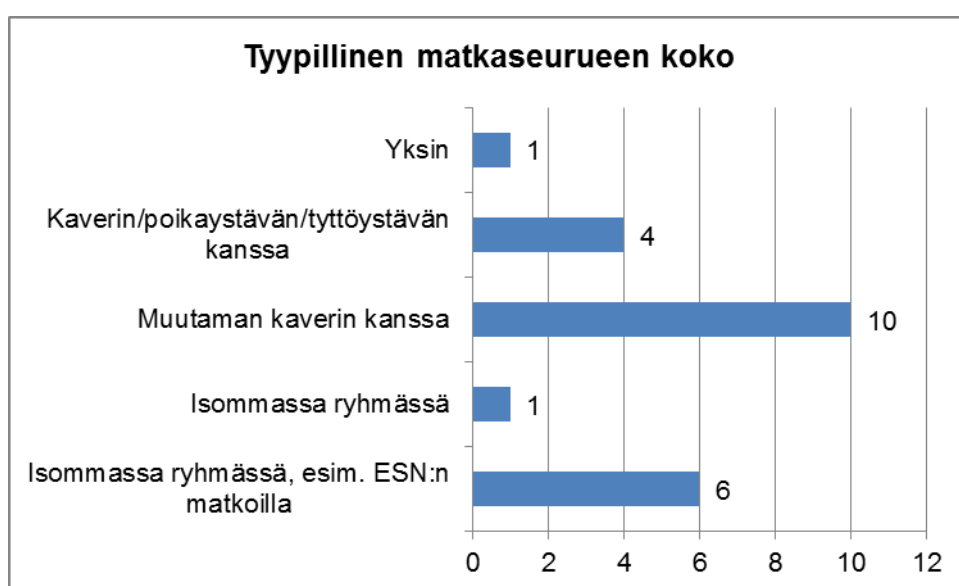
Suomenlinnassa, sillä niissä molemmissa oli vierailut jopa 18 kyselyyn vastannutta vaihto-opiskelijaa. Myös muutamat muut yleisimmin vierailut nähtävyydet sijaitsivat juuri Helsingissä, sillä esimerkiksi 16 kyselyyn osallistuneista oli käynyt Esplanadilla ja Temppeliaukion kirkossa. Muita vierailtuja nähtävyyksiä olivat Uspenskin katedraali ja Sibeliuksen monumentti, joissa molemmissa kävi 13 kyselyyn vastannutta sekä Kampin kappeli, jossa vieraili tulosten mukaan 11 kohderyhmään kuuluvaa vaihto-opiskelijaa. Lisäksi kymmenen kyselyyn vastanneista oli vierailut eduskuntatalolla, kahdeksan Helsingin olympiastadiolla ja seitsemän Turun Tuomiokirkossa. Vastaajista myös kuusi ilmoitti vierailleensa Turun linnassa ja viisi Linnanmäellä. Vastaajista vain kaksi mainitsi vaihtonsa aikana vierailleensa seuraavissa nähtävyyksissä: Helsingissä sijaitsevassa Korkeasaari-eläintarhassa sekä muissa pääkaupunkiseudun ulkopuolisissa kohteissa kuten Rukalla, Olavinlinnassa, Kemin lumilinna ja Arktikumissa. Lisäksi vastaajista vain yksi oli vierailut jossakin muussa nähtävyydessä, mikä ilmeni kyselyn vastausvaihtoehdosta muu, määrittele. Tästä vastausvaihtoehdosta selvisi, että näihin muihin nähtävyyksiin lukeutuivat esimerkiksi Helsingin Tuomiokirkko, Kauppatori, Suomen kansallismuseo, Helsingin pyöräilyväylä Baana, Hietaniemen ranta, Nuuskion kansallispuisto sekä Lammassaari.



Kuvio 30. Suomessa vierailut tunnetuimmat attraktiot (N=22)

### ***Tyypillinen matkaseurueen koko***

Tällä kysymyksellä haluttiin selvittää minkä kokoisessa matkaseurueessa vaihto-opiskelijat yleensä matkustivat heidän vaihtonsa aikana. Tulosten perusteella (kuvio 31) voidaan sanoa, että nämä kyselyyn vastanneet vaihto-opiskelijat matkustivat yleensä vain muutaman kaverin kanssa, sillä vastaajista jopa kymmenen ilmoitti tämän tyypillisimmäksi matkaseurueensa kooksi. Lisäksi vastaajista kuusi oli matkustanut isommassa ryhmässä esimerkiksi ESN:n matkoilla ja neljä heistä mainitsi matkustaneensa kaverin, poikaystävän tai tyttöystävänsä kanssa.



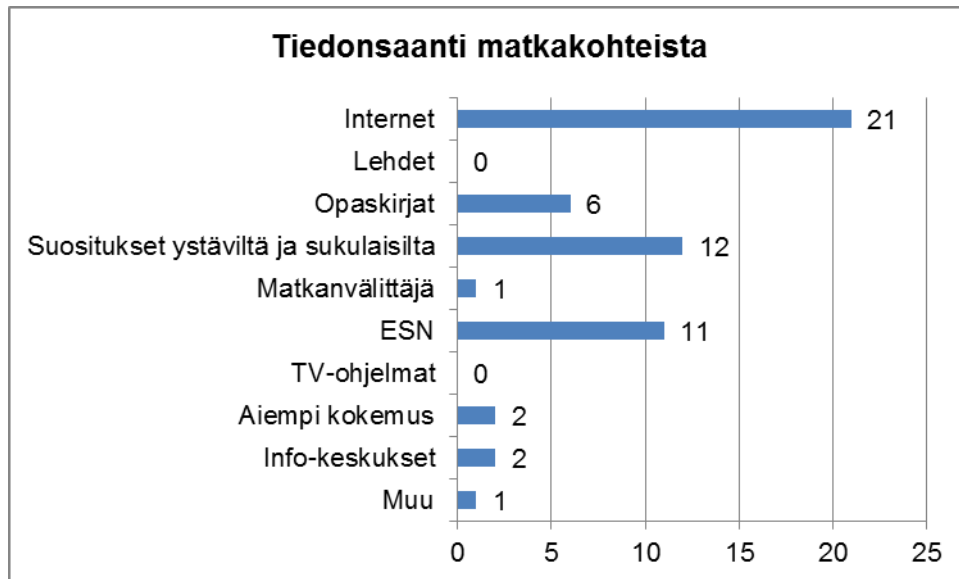
Kuvio 31. Tyypillinen matkaseurueen koko (N=22)

### ***Tiedonsaanti matkakohteista***

Kyselyn avulla haluttiin myös selvittää mistä eri lähteistä kohderyhmä oli saanut tietoa eri matkakohteisiin liittyen (kuvio 31). Vaihto-opiskelijoita pyydettiin valitsemaan annetuista vastausvaihtoehdoista itselleen enintään kolme sopivinta tietolähdettä, joita he käyttivät päätietolähteinensä. Tulosten perusteella suosituimmaksi tietolähteeksi osoittautui Internet, jota vastaajista jopa 21 piti merkittävänä tietolähteenä. Puolestaan 12 kyselyyn vastanneista luotti ystäviensä ja sukulaistensa antamiin suosituksiin, kun taas puolet vastaajista, yhteensä 11 vaihto-opiskelijaa, mainitsi ESN:n yhdeksi tietolähteekseen. Lisäksi kuusi kyselyyn osallistuneista tutki kohteiden opaskirjoja. Tuloksista kävi myös ilmi, että kyselyyn vastanneet vaihto-opiskelijat eivät niinkään käyttäneet tiedonsaannin lähteinään info-keskuksia, sillä vain kaksi heistä ilmoitti saaneensa tietoa matkakohteista juuri tätä



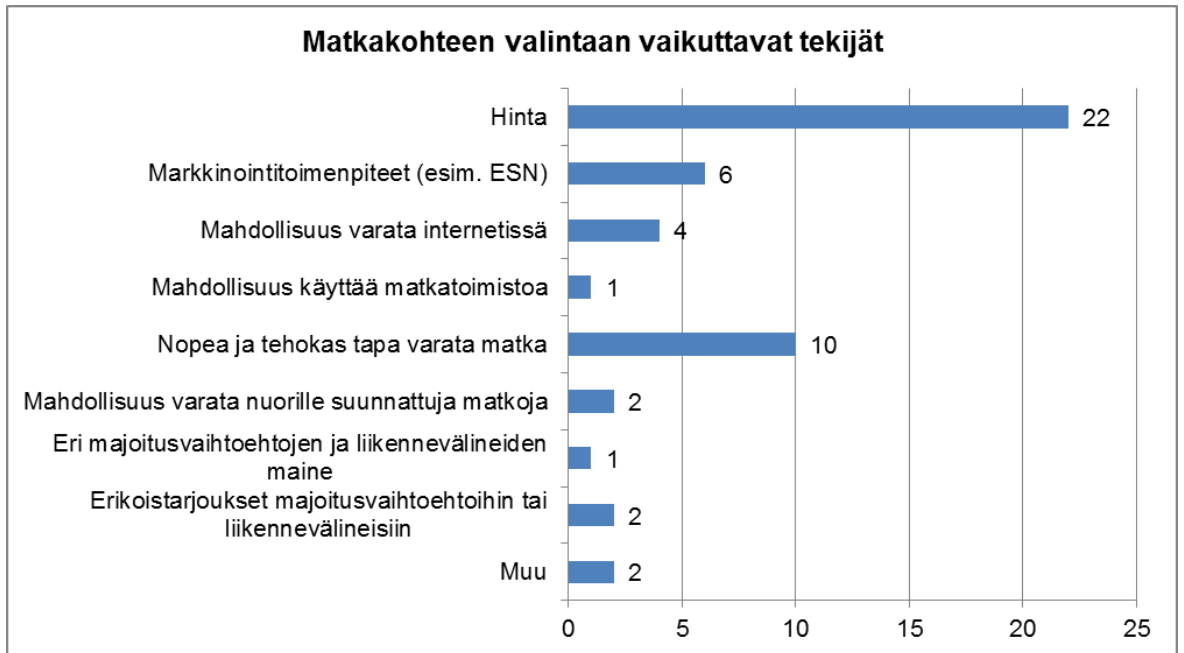
kautta. Vähäiselle jäi myös aiempaan kokemukseen luottaminen, sillä vastaajien keskuudesta vain kaksi vaihto-opiskelijaa mainitsi tämän tiedonsaannin lähteekseen. Lisäksi muu -kohdan avulla selvisi, että myös koulu mainittiin yhdeksi tiedonsaannin lähteeksi.



Kuvio 32. Tiedonsaanti matkakohteista (22)

### ***Matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät***

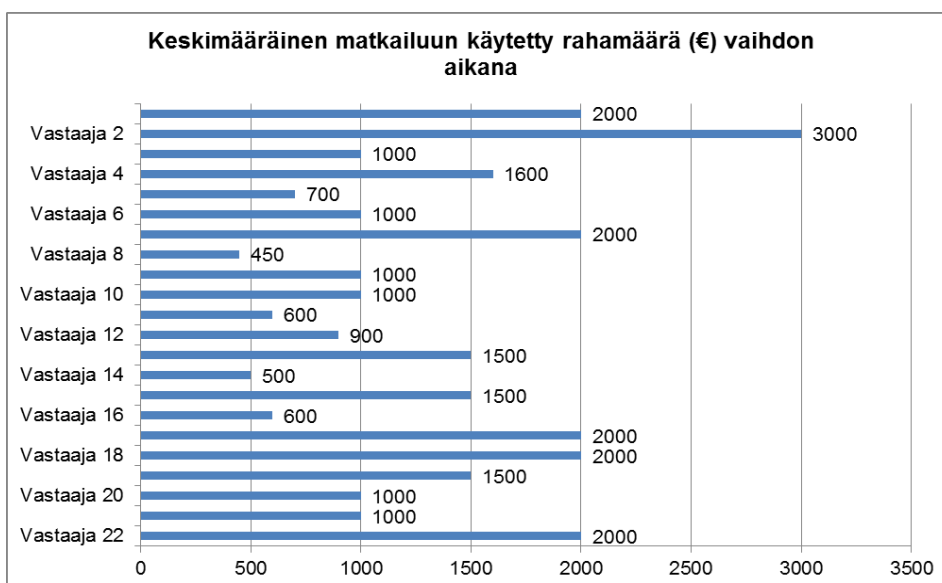
Tämän kysymyksen tarkoituksena oli selvittää mitkä eri tekijät vaikuttivat kohderyhmän matkakohteen valintaan. Kysymys oli monivalintatyyppinen kokonaisuus, jossa kyselyyn osallistuneita pyydettiin valitsemaan annetuista vastausvaihtoehdoista ne tekijät, jotka vaikuttivat heidän päätöksiinsä eniten. Oheinen kuvio (kuvio 33) osoittaa sen, että jokainen vastaajista mainitsi hinnan vaikuttavan heidän tekemiinsä päätöksiin matkakohdetta valittaessa. Kohderyhmälle tärkeää oli myös, että matkan pystyi varaamaan nopeasti ja tehokkaalla tavalla, sillä vastaajista jopa kymmenen valitsi tämän yhdeksi vastaukseksi. Myös erilaisilla markkinointitoimenpiteillä koettiin olevan merkitystä, sillä kyselyyn vastanneista kuusi ilmoitti niiden vaikuttavan matkakohteen valintaan. Vastaajista neljä mainitsi, että mahdollisuus varata internetin kautta vaikutti heidän matkakohteensa valintaan, kun taas puolestaan kahdelle kyselyyn osallistuneelle mahdollisuus varata nuorille suunnattuja matkoja sekä erilaiset erikoistarjoukset osoittautuivat vaikuttaviksi tekijöiksi matkakohdetta valittaessa. Vastaajista vain yksi mainitsi matkatoimistosta varaamisen tai eri majoitusvaihtoehtojen ja liikennevälineiden maineen vaikuttavan matkakohteensa valintaan. Lisäksi muita tekijöitä, jotka vaikuttivat osakseen matkakohteen valintaan, olivat mahdollisuus saunassa käymiseen sekä se, että sai matkustaa kavereiden kanssa. Nämä tekijät ilmenivät avoimeksi jätetystä muu – vastausvaihtoehdosta, johon vastaajista kaksi määritteli jonkun muun tekijän valmiiksi annettujen vaihtoehtojen lisäksi.



Kuvio 33. Matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät (N=22)

### ***Keskimääräinen matkailuun vaihdon aikana käytetty rahamäärä***

Yleisiin kysymyksiin oli sisällytetty myös yksi kysymys kohderyhmän rahankäyttöön liittyvistä tottumuksista heidän vaihtonsa aikana. Tarkemmin tällä haluttiin saada selville vaihto-opiskelijoiden keskimääräinen matkailuun käytetty rahamäärä. Tuloksista ilmenee (kuvio 34), että vastaajien omien arvioiden perusteella vaihto-opiskelijoiden keskimääräinen vaihdon aikainen matkailuun käytetty rahamäärä oli 1311,4 euroa. Tämän kuvion avulla voidaan myös todeta, että suurin keskimääräinen matkailuun käytetty rahamäärä, jonka vaihto-opiskelija kulutti vaihtonsa aikana, oli jopa 3000 euroa, kun taas pienimmillään vaihdon aikaiseen matkailuun käytettiin 450 euroa.



Kuvio 34. Keskimääräinen matkailuun käytetty rahamäärä (€) vaihdon aikana (N=22)

## Vaihto-opiskelijoiden motivaatiotekijöitä matkustamiseen

Kyselyn viimeisessä kysymyksessä vaihto-opiskelijoita pyydettiin määrittelemään kuinka tärkeäksi he kokivat alla olevat (taulukko 2) vaihtoehdot tehdessään päätöksiä matkustaa vaihtonsa aikana. Jokaisen 11 vaihtoehdon kohdalla vastaajat saivat erikseen valita vastausvaihtoehtojen ”ei ollenkaan tärkeää” ja ”erittäin tärkeää” väliltä, kuinka tärkeäksi he kokivat kunkin tekijän – täten kohderyhmältä saatiin kerättyä tarkempaa tietoa heidän motivaatiotekijöistään. Kyselyyn osallistuneista jopa 15 vaihto-opiskelija oli määritellyt rentoutumisen ja hauskanpidon erittäin tärkeiksi syiksi matkustaa vaihdon aikana. Lisäksi vastaajista 14 koki, että matkalta saadut uudet kokemukset olivat erittäin tärkeitä, täten vaikuttaen heidän päätöksiinsä matkustaa vaihtolukukautensa aikana. Puolet vastaajista piti myös eri kulttuureihin tutustumista erittäin tärkeänä syynä lähteä matkalle. Muita tärkeinä pidettyjä syitä, jotka vaikuttivat vaihdon aikaiseen matkustamiseen, olivat esimerkiksi oman tiedon lisääminen, jonka jopa 13 kyselyyn osallistunutta mainitsi vastauksissaan ja tapahtumissa tai nähtävyyksissä vierailu, joka oli tärkeää 12 vastaajalle.

Vastausten keskiarvojen perusteella voidaan sanoa, että kolme tyypillisintä motivaatiotekijää vastaajien keskuudessa olivat juuri rentoutuminen ja hauskanpito, uudet kokemukset sekä eri kulttuureihin tutustuminen.

	Ei ollenkaan tärkeää	Jokseenkin tärkeää	Tärkeää	Erittäin tärkeää	Yhteensä	Keskiarvo
Tauko opiskelusta	0	8	8	6	22	2,91
Ystävien kanssa lomailu	1	3	9	9	22	3,18
Oman tiedon lisääminen	0	5	13	4	22	2,95
Tapahtumissa tai nähtävyyksissä vierailu	0	4	12	6	22	3,09
Eri kulttuureihin tutustuminen	0	0	11	11	22	3,50
Rentoutuminen/hauskanpito	0	0	7	15	22	3,68
Ystävien, perheen tai sukulaisen luona vierailu	13	2	6	1	22	1,77
Uudet kaverit	0	10	9	3	22	2,68
Paikallisiin tutustuminen	1	10	9	2	22	2,55
Uudet kokemukset	0	0	8	14	22	3,64
Työ- tai opiskelumahdollisuuksien kartoittaminen	11	7	3	1	22	1,73
<b>Yhteensä</b>	<b>26</b>	<b>49</b>	<b>95</b>	<b>72</b>	<b>242</b>	<b>2,88</b>

Taulukko 2. Vaihto-opiskelijoiden motivaatiotekijöitä matkustamiseen (N=22)

## 8 Johtopäätökset

Asetimme opinnäytetyömme tutkimusongelmaksi lähteä selvittämään aiemmin rajatun kohderyhmämme vaihdonaikaista matkustuskäyttäytymistä sekä Suomessa että Suomen ulkopuolella; halusimme siis saada tarkempaa tietoa heidän tyypillisistä matkailullisista piirteistensä. Toisin sanoen opinnäytetyömme tavoitteena oli luoda yleinen käsitys siitä millainen matkailija tämä kyseiseen kohderyhmään kuuluva kansainvälinen vaihto-opiskelija on. Käytännössä tämä onnistui laatimamme kyselyn avulla, jonka kolmen eri aihe-alueen kysymyksillä saimme tietoa vastaajien tekemistä omatoimisista matkoista, pakettimatkoista sekä muista matkustamiseen liittyvistä tekijöistä. Tämän luvun tarkoituksena on esitellä sekä teorian että tutkimusosion kautta ilmenneet päätelmämme tutkittavasta aiheesta. Tutkimustuloksien avulla voidaan kuitenkin vetää vain suuntaa antavia johtopäätöksiä vaihto-opiskelijoiden matkustuskäyttäytymisestä, sillä vastaajia oli vain 22, ja tarkemman matkustuskäyttäytymisen määrittelemiseen olisi tarvittu runsaasti enemmän vastauksia.

Tutkimuksen taustatietojen perusteella voidaan todeta, että vaihto-opiskelijat sopivat iän puolesta nuorisomatkailijan profiiliin, sillä kaikki kyselyyn vastanneet olivat iältään 18–29 vuotta vanhoja, ja WYSE Travel Confederationin esittämän määritelmän mukaan nuorisomatkailijan voi määritellä 16–29 vuotta vanhoiksi. Tutkimukseen osallistuneiden vastaajien keskuudessa suurin osa vastaajista oli 21–23 vuotta vanhoja naisopiskelijoita, mikä taas osaltaan tukee tyypillisen Erasmus-opiskelijan profiilia, sillä tyypilliseksi Erasmus-opiskelijaksi määritellään juuri 22-vuotias naisopiskelija. Kyselyyn vastanneet henkilöt olivat kotoisin pääosin Euroopan maista ja tulleet vaihto-opiskelijoiksi Erasmus-ohjelman puitteissa, jonka kautta Haaga-Heliaan saapuukin tilastollisesti merkittävin määrä vaihto-opiskelijoita. Vaihto-opiskelijat olivat opiskelleet Haaga-Helian Helsingin ja Porvoon toimipisteissä, näistä Helsingin ollessa vastaajien keskuudessa hieman suosituimpi.

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että Suomen matkailulliset vetovoimatekijät ovat olleet jokseenkin merkittäviä, kun vaihto-opiskelija on valinnut vaihtokohdetta ja päättänyt juuri Suomeen. Suomen luonto, pohjoinen sijainti sekä kulttuurilliset tekijät nousevat vastauksien keskuudessa esille. Vaihtokohdetta valitessa koulutukselliset tekijät ovat kuitenkin peitonneet matkailulliset ominaisuudet, sillä Suomen koulujärjestelmän maine nousi vastaajien keskuudessa tärkeimmäksi tekijäksi.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että matkailu koetaan kuitenkin merkittäväksi osaksi vaihto-opiskelua, sillä matkustaminen oli kohderyhmän keskuudessa yleistä. Kaikki

kyselyyn vastanneet olivat tehneet joko omatoimisia matkoja tai pakettimatkoja, tai molempia. Suomessa matkustamisen lisäksi vaihto-opiskelijat olivat tehneet matkoja myös Suomen rajojen ulkopuolelle. Motivaatiotekijöitä tutkiessa ilmeni, että rentoutuminen ja hauskanpito, uudet kokemukset sekä paikallisiin tutustuminen koettiin tärkeimmiksi matkustusmotiiveiksi, jotka vaikuttivat matkailuhaluun. UNWTON tutkimuksen mukaan nuorien matkailijoiden tärkeimpiä matkustusmotiiveja ovat nimenomaan paikalliseen kulttuuriin tutustuminen, vuorovaikutus paikallisten ihmisten kanssa sekä rentoutuminen ja hauskanpito, jolloin olettamus ja tämän tutkimuksen tulos menevät pitkälle yksiin.

Tutkimuksen perusteella voidaan myös todeta, että vaihto-opiskelijat käyttivät pääosin Internetiä tietolähteenään, kun he etsivät tietoa matkakohteista. Myös sukulaisten tai ystävien tietämystä käytettiin hyödyksi, sekä Erasmus Student Networkin tarjoamat palvelut koettiin merkittäviksi tiedonlähteiksi. Tätä tutkimustulosta tukee myös aiemmin teoriaosuudessa esitelty tutkimustulos, jonka mukaan yli 80 % nuorista matkailijoista tutkii internetlähteitä ennen matkalle lähtöä. Eniten itse matkakohteen valintaan todettiin vaikuttavan hinta, jonka jokainen vastaaja valitsi merkittäväksi matkakohteen valintaan vaikuttavaksi tekijäksi. Myös aiempien tutkimusten osalta nuorten matkustamiseen eniten vaikuttavan elementin on todettu olevan juuri hinta, mikä tukee osaltaan tämän tutkimuksen tulosta. Keskimääräinen rahamäärä jonka vaihto-opiskelija oli käyttänyt kokonaisuudessaan matkustamiseen vaihdon aikana, oli noin 1300 euroa, pienimmän matkailuun käytetyn rahamäärän ollessa noin 450 euroa ja suurimman jopa 3000 euroa.

Tutkimustulosten perusteella voidaan sanoa, että vaihto-opiskelijat suosivat vaihdon aikana pakettimatkoja tai valmiiksi järjestettyjä retkiä mieluummin kuin järjestävät matkansa itse, sillä omatoimisia matkoja tehneiden vastaajien määrä oli hieman alhaisempi. Yön yli kestävillä matkoilla vaihto-opiskelijat suosivat selkeästi pakettimatkoja, kuin että järjestäisivät majoituksen ja kuljetuksen itse. Määrällisesti mitattuna yöpymisen sisältävillä matkoilla pakettimatkoja oli tehty vastaajien keskuudessa yhteensä 40, kun taas omatoimisesti toteutettujen yöpymisen sisältävien matkojen yhteenlaskettu määrä oli 20 matkaa. Tämä johtopäätös poikkeaa hieman oletuksesta, että nuoret haluaisivat matkustaa itsenäisesti ja koota matkansa omatoimisesti.

Omatoimisten matkojen osalta voidaan sanoa, että vaihto-opiskelijat tekevät mieluummin omatoimisia päivämatkoja, kuin omatoimisia yöpymisen sisältäviä matkoja. Kyselyyn vastanneet olivat tehneet keskimäärin 3 omatoimista päivämatkaa, kun taas omatoimisten yöpymisen sisältävien matkojen keskiarvoksi muodostui noin 1,4 matkaa. Tätä yöpymisen sisältävien matkojen alhaisempaa määrää voi selittää osakseen jo teoriaosuuden matkailukysynnässä esille noussut seikka siitä, että kauemmas matkustamiseen tarvitaan

enemmän aikaa ja rahaa, kuten Page & Connell (2014) määrittivät, ja nuorisomatkailijoilla on käytettävissään vähemmän rahaa kuin muilla kohderyhmän jäsenillä, kuten aiemmin nuorisomatkailun teoriaosuudessa määriteltiin.

Omatoimisesti tehtyjen matkojen tyypillisimmäksi ajankohdaksi osoittautui viikonloppu, ja näiden matkojen yleisimpiä aktiviteetteja riippumatta matkan pituudesta olivat puolestaan kahviloissa ja ravintoloissa istuminen, kohteen luonnosta nauttiminen, kulttuurikohteissa tai historiallisissa kohteissa vierailu ja ostosten tekeminen. Myös teoriatieto tukee näitä tuloksia, sillä esimerkiksi TravelDailyNews (2014) listasi näistä eritoten kahvilat ja ravintolat, historialliset kohteet, museot sekä ostosten tekemisen Eurooppaan saapuvien nuorten matkailijoiden suosimiksi aktiviteeteiksi, joten vaihto-opiskelijoiden suosimat aktiviteetit eivät poikkea nuorisomatkailua koskevasta tutkimustuloksista. Viikonloppujen suosiminen omatoimisten matkojen matkustusajankohtana taas selittyy helposti sillä, että arkipäivisin vaihto-opiskelijoilla on oppitunteja ja vaihto-opiskelijoille markkinoidut pakettimatkat sijoittuvat pääosin loma-ajoille ja intensiiviviikoille.

Omatoimisten matkojen matkakohteiden osalta voidaan erotella selkeästi muutama kohde, minne suurin osa vastaajista on matkustanut. Päivämatkojen osalta suosituimpia kohteita ovat olleet Porvoo, Turku, Helsinki ja Tampere. Koska suurin osa vastaajista oli opiskellut juuri Helsingin toimipisteissä, voidaan olettaa, että Helsingissä opiskelleet ovat käyneet päivämatkoilla Porvoossa ja Porvoon toimipisteissä opiskelevat taas Helsingissä, näiden läheisen etäisyyden ja vetovoimaisuustekijöiden takia. Yön yli kestävien matkojen kohteissa taas oli enemmän hajontaa, ja tulosten perusteella suosituimmiksi kohteiksi voidaan nostaa Helsinki ja Levin laskettelukeskus Kittilässä. Levin yhteydessä on kuitenkin syytä huomioida, että vaihto-opiskelijoille on ESN HELGAN puolesta markkinoitu pakettimatkaa Leville, ja vastaajat eivät välttämättä ole vastaamisvaiheessa ymmärtäneet, että kysymyksessä kysytään nimenomaan omatoimisten matkojen kohteita, vaikka se on kysymyksen yhteydessä erikseen mainittu. Suomessa tehtyjen omatoimisten matkojen kohteet painottuvat siis pääasiallisesti Etelä-Suomeen, mikä toisaalta ei ole ihme, sillä Haaga-Helian toimipisteet sijaitsevat nimenomaan Etelä-Suomessa. Kun tarkastellaan kaikkia kaupunkeja, joissa vähintään yksi vaihto-opiskelija oli vierailut, voidaan todeta, että matkat kohdistuvat ympäri Suomen nimenomaan Suomen tunnetuimpiin ja suurimpiin kaupunkeihin.

Tutkimuksessa ilmeni myös, että kaikki omatoimisia matkoja tehneet opiskelijat olivat matkustaneet omatoimisesti ulkomaille vaihdon aikana. Kaikki vastaajat ilmoittivat tehneensä omatoimisen matkan Viroon, ja suosittuja kohteita olivat myös Ruotsi ja Norja. Näin ollen Suomen naapurimaista kaikkiin muihin paitsi Venäjälle oli tehty omatoimisia

matkoja. Tätä voi osaltaan selittää se, että ESN HELGA markkinoi pakettimatkaa Venäjälle, ja toisaalta Venäjälle matkustamisen vaikeus, sillä kyseiseen kohteeseen ei pääse viisumivapaasti kuin laivalla, mikä oli myös juuri ESN HELGAN markkinoiman matkan kulkutapa. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että vaihto-opiskelijat ovat erityisen kiinnostuneita matkustamaan Suomen lähellä sijaitsevilla maissa.

Vaihto-opiskelijoiden yleisimpiä kulkuvälineitä omatoimisten matkojen aikana olivat puolestaan laiva, linja-auto sekä lentokone. Laivan suurta käyttöastetta näiden omatoimisten matkojen kulkuvälineenä selittääkin varmasti Viron ja Ruotsin suosiminen kohteina, ja näiden kohteiden helppo saavutettavuus vesiteitse. Nuorisomatkoilijoita koskevassa teoriaosuudessa määriteltiin nuorisomatkoilijoiden tyypillisimmiksi pitkän matkan kulkuvälineiksi linja-auto, henkilöauto sekä juna. Haaga-Helian vaihto-opiskelijoiden kohdalla voidaan todeta, etteivät samat kulkuvälineet olleet suosituimpia vaihdon aikana matkustaessa, kuten alun perin oletimme, joskin näitä nuorisomatkoilussa yleisesti suosituimpia kulkuvälineitä oli kyllä käytetty jonkin verran.

Yleisimpiä majoitustyyppejä olivat hotellit, hostellit ja nuorisomajat, mökit sekä perheen tai ystävien luona majoittautuminen. UNWTON tutkimuksen mukaan, kuten teoriaosuudessa määriteltiin, nuorisomatkoilijoiden suosituimmat majoitustavat ovat hostelli, hotelli ja perheen tai ystävien luona majoittuminen, joten vaihto-opiskelijoiden käyttämät majoitustavat poikkeavat hieman tästä tutkimustuloksesta. Hotellin ollessa yleisin tapa majoittua, voidaan olettaa, ettei vierailuissa kohteissa ole joko ollut hostelleja tarjolla, tai hotellin hintataso on ollut vaihto-opiskelijan budjetille sopiva. Hinnan ollessa vaihto-opiskelijoiden keskuudessa merkittävä matkustamiseen liittyvä tekijä, voidaan olettaa, että hotellimajoituksen suosittiin edullisia hotelleja, joskaan hotellin laatu- tai hintatasoa ei kyselyssä kysytty tarkemmin. Tutkimustulosten mukaan vaihto-opiskelijat ovat majoittuneet omatoimisilla matkoillaan noin 2-3 yötä, jolloin heidän voidaan olettaa suosivan lyhyitä matkoja, pitkien, yli 4 päivän matkojen sijaan.

Pakettimatkoja sekä järjestettyjä retkiä ja aktiviteetteja tarkasteltiin kyselyssä tarkemmin nimenomaan ESN HELGAN markkinoimien matkojen kannalta. Kaikki pakettimatkoja tehneet ilmoittivat osallistuneensa nimenomaan ESN HELGAN markkinoimalle pakettimatkalta, joten johtopäätöksenä voidaan todeta, että ESN HELGAN markkinoimat ja Aikamatkat Oy:n järjestämät matkat ovat merkittävässä roolissa vaihto-opiskelijoiden matkailun kannalta. Pakettimatkoista suosituimmaksi vastaajien keskuudessa osoittautui matka Lappiin, joka todettiin suosituimmaksi pakettimatkaksi myös ESN HELGAN tilastojen valossa. Lähes kaikki pakettimatkoja tehneet vastaajat olivat osallistuneet kyseiselle matkalle, ja Ruotsiin suuntautuvalla risteilyllä sekä Venäjälle suuntautuvalla matkalla oli osallistunut

noin puolet vastaajista. Kaikki kyselyyn vastanneet olivat lisäksi osallistuneet ESN HELGAN tarjoamille retkille tai aktiviteetteihin, ja näistä suosituimmaksi ilmenivät erilaiset juhlat, joita järjestettiin lukukausien aikana.

Suomessa vierailuiden attraktioiden osalta voidaan päätellä, että vaihto-opiskelijat ovat tutustuneet melko laajasti Suomen tunnetuimpiin attraktioihin, painottuen lähinnä Helsingin nähtävyyksiin, joka todettiin suosituksi matkakohteeksi vaihto-opiskelijoiden keskuudessa. Helsingin nähtävyyksistä vaihto-opiskelijat ovat vierailleet nimenomaan esimerkiksi Suomenlinnassa, Senaatintorilla, Temppeliaukion kirkolla sekä Uspenskin katedraalilla. Myös teoretieto tukee osakseen tätä tulosta, sillä MEKin teettämän tutkimuksen (2007) mukaan Suomen suosituimpiin nähtävyyksiin lukeutuvat myös edellä mainitut Suomenlinna, Temppeliaukion kirkko sekä Uspenskin katedraali. Lisäksi suuri osa vastaajista oli vierailut Porvoon vanhassa kaupungissa, jota osaltaan selittää se, että osa vastaajista opiskeli Porvoon toimipisteessä ja Porvoo oli suosittu päivämatkakohde. Pääkaupunkiseudun ulkopuolisista attraktioista suosituimmiksi nousivat esimerkiksi Joulupukin pajakylä Rovaniemellä sekä Levin laskettelukeskus – jotka molemmat kuuluivat ESN HELGAN Lappiin suuntautuvan matkan attraktioihin.

Tutkimustulosten pohjalta vaihto-opiskelijat voidaan siis luokitella midsentrikoiksi, sillä heidän matkustuskäyttäytyminen sisältää sekä allosentrikoiden että psykosentrikoiden ominaisuuksia. Allosentrikot suosivat omatoimista matkustamista, eri kulttuureihin tutustumista sekä uusia kokemuksia – joista jokainen osaltaan sopii kuvailemaan myös vaihto-opiskelijan ominaisuuksia. Toisaalta tutkimuksessa selvisi, että vaihto-opiskelijat matkustivat vaihdon aikana tunnettuihin kohteisiin, sekä suosivat pakettimatkoja ja järjestettyjä retkiä ja aktiviteetteja, jotka taas ovat suoraan psykosentrikoille määriteltyjä ominaisuuksia.



## 9 Pohdinta

Opinnäytetyöprosessi aloitettiin tammikuun 2015 lopulla, jolloin aloimme kartoittamaan aihealueeseen kuuluvaa teoriaosuutta. Teoriaosuuden hahmottaminen tuotti aluksi ongelmia, sillä matkustuskäyttäytymiseen liittyvä aihealue on kovin laaja, ja koimme tärkeimpien asioiden poimimisen ja selkeän teoriaosuuden laatimisen melko haasteellisena. Olimme laatineet alustavan suunnitelman kirjoitusprosessin eri vaiheista, mutta aikataulussa pysyminen tuotti haasteita, sillä arvioimme eri osa-alueiden tekoon tarvittavan ajan hieman alakanttiin, sekä opinnäytetyössä merkittävästi mukana oleviin tahoihin oli välillä vaikea saada yhteyttä, jolloin aikataulut venyivät myös meistä riippumattomista syistä. Asuimme lisäksi molemmat opinnäytetyön kirjoittamisprosessin aikana eri kaupungeissa, jolloin opinnäytetyön osa-alueita oli jaettava itsenäisesti tehtäväksi. Käytimme kuitenkin Skypeä, Facebookia sekä sähköpostia runsaasti apunamme, jolloin pystyimme keskustelemaan yhdessä opinnäytetyöhön liittyvistä asioista.

Teimme opinnäytetyötä vaihe vaiheelta, joka siis aloitettiin teoriaosuudella. Tämän jälkeen teimme suunnitelmaa tutkimuksen toteutukselle sekä aloimme rakentaa opinnäytetyössä tarvittavaa kyselylomaketta. Jouduimme kuitenkin jälkikäteen palaamaan jo tehtyihin aihealueisiin, ja tarkentamaan joitain kohtia, sillä huomasimme niissä vajavaisuuksia. Kyselylomakkeen laatiminen oli haasteellisempaa kuin alun perin osasimme odottaa, sillä matkustuskäyttäytymisen tutkimisessa voidaan kysyä niin montaa eri asiaa, ja kysymysten laatimisessa oli oltava tarkkana, jotta vastaajat ymmärtävät mitä kysymyksellä haetaan. Meillä ei lisäksi ollut kokemusta kyselyn laatimisesta Webropol-ohjelmaan, jolloin jouduimme alusta asti opettelemaan, kuinka kyseistä ohjelmaa käytetään. Saimme kuitenkin ohjelman käyttöön neuvoja ohjaajilta, sekä hyödynsimme ohjelman käyttöön tehtyä opasta, jolloin lopulta onnistuimme rakentamaan selkeän kyselyn. Kyselystä tuli kuitenkin varsin pitkä, ja jälkikäteen ajateltuna joitain kysymyksiä olisi voinut jättää kokonaan pois, tai kysyä toisella tavalla.

Vastausten keräämisvaiheessa heräsi pelko, että vastauksia ei onnistuta saamaan tarpeeksi luotettavien johtopäätösten tekoon. Kysely oli auki noin kolme viikkoa, mutta aika tai muistutukset eivät auttaneet saamaan lisää vastauksia, jolloin vastauksia tuli harmillisesti vain 22. Kysely oli avattu 42 kertaa, ja vastauksia oli jätetty 22. Osa kyselyn avaamisesta mutta vastaamatta jättämisestä selittyi sillä, että sekä me, että opinnäytetyöhön liittyvät muut tahot tarkastivat kyselyä vielä sen julkaisun jälkeen, lähettämättä vastausta. Täten voidaan olettaa, että kyselyn pituus ei ole vaikuttanut merkittävästi kyselyyn vastanneiden määrään, vaan juuri kyselyn kohderyhmän tavoittamisessa on ollut suurin ongelma. Koimme alhaisen vastausmäärän hieman lannistavana tekijänä, sillä ideaali vasta-

usmäärä olisi ollut noin 100. Ottaen kuitenkin huomioon kohderyhmän pienuuden ja yleisesti kyselyihin vastaamiseen liittyvän alhaisen innokkuuden, olemme tyytyväisiä, että onnistuimme saamaan jonkin verran vastauksia. Olimme ehkä alun perin liian optimisia kyselystä saatavaan vastausmäärään, ja jälkikäteen ajatellen olisi pitänyt miettiä muita keinoja, joilla vaihto-opiskelijoiden matkustuskäyttäytymistä olisi voinut kartoittaa, tehden esimerkiksi haastatteluita kyselyn tueksi. Tutkimuksen johtopäätöstentekovaiheessa kuitenkin huomasimme, että pienestä vastaajamäärästä huolimatta tutkimustulokset menivät melko pitkälle yksin nuorisomatkaileusta tehtyjen aiempien tutkimusten kanssa.

Kaiken kaikkiaan koimme opinnäytetyöprosessin erittäin opettavaisena. Työn tekeminen vaati pitkäjänteisyyttä ja opetti paineensietokykyä, joka on tärkeä ominaisuus tulevaisuuden työelämän kannalta. Koimme aiheen mielenkiintoisena, sekä meille läheisenä, sillä olemme olleet itse vaihto-opiskelijoina ulkomailla ja matkustaneet paljon vaihdon aikana. Koimme myös, että oli hyödyllistä oppia käyttämään Webropol-ohjelmaa, laatimaan kyselyitä sekä ymmärtämään omaa ajankäyttöä. Lisäksi koimme aihealueeseen tutustumisen ammatillisen osaamisen kannalta hyödyllisenä.

## Lähteet

Aikamatkat 2015. About us. Luettavissa: [http://www.aikamatkat.fi/about\\_us/](http://www.aikamatkat.fi/about_us/). Luettu: 5.2.2015

Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. 1. painos. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Airas, M. Zenkner, V. 2007. Yli rajojen – Erasmus eurooppalaista korkeakoulutusta rakentamassa. Libris Oy. Helsinki.

Artek n.d. Alvar Aalto. Luettavissa: <http://www.artek.fi/fi/company/designers/9>. Luettu: 23.2.2015.

Aurinkomatkat 2015. Lähteäkö valmismatkalle vai omatoimireissulle? Luettavissa: <http://www.aurinkomatkat.fi/valmismatka-vai-omatoimimatka>. Luettu: 15.4.2015.

CIA 2014. The World Factbook. Finland. Luettavissa: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/fi.html> . Luettu:1.2.2015.

CIMO 2013. Kansainvälisen liikkuvuuden ja yhteistyön keskus. Venäjä ja korkeakoulujen opiskelijavaihto: Tarkastelussa FIRST-ohjelma. Tuloksia FIRST-selvityksestä 2000-2012. Fakta EXPRESS. 6A/2013. CIMO. Luettavissa: [http://www.cimo.fi/instancedata/prime\\_product\\_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/30585\\_FaktaExpress\\_FIRST.pdf](http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/30585_FaktaExpress_FIRST.pdf). Luettu: 11.4.2015.

CIMO 2015a. Tilastoja kansainvälisestä liikkuvuudesta. Luettavissa: [http://www.cimo.fi/nakokulmia\\_kansainvalisyyteen/tietoa\\_ja\\_tilastoja](http://www.cimo.fi/nakokulmia_kansainvalisyyteen/tietoa_ja_tilastoja). Luettu: 20.3.2015.

CIMO 2015b. Mikä on CIMO? Luettavissa: [http://www.cimo.fi/mika\\_on\\_cimo](http://www.cimo.fi/mika_on_cimo). Luettu: 30.1.2015

CIMO 2014c. Nordplus ja muut pohjoismaiset ohjelmat. Luettavissa: [http://www.cimo.fi/ohjelmat/nordplus\\_ja\\_muut\\_pohjoismaiset\\_ohjelmat](http://www.cimo.fi/ohjelmat/nordplus_ja_muut_pohjoismaiset_ohjelmat). Luettu 8.4.2015.

CIMO 2014d. Nordplus Korkeakoulutus. Luettavissa: [http://www.cimo.fi/ohjelmat/nordplus\\_korkeakoulutus](http://www.cimo.fi/ohjelmat/nordplus_korkeakoulutus). Luettu: 13.4.2015.

CIMO 2014e. Nordplus Korkeakoulutus -ohjelma tukee 184 verkostoa. Luettavissa: [http://www.cimo.fi/ohjelmat/nordplus\\_ja\\_muut\\_pohjoismaiset\\_ohjelmat/nordplus\\_uutisia/101/0/nordplus\\_korkeakoulutus\\_-ohjelma\\_tukee\\_184\\_verkostoa](http://www.cimo.fi/ohjelmat/nordplus_ja_muut_pohjoismaiset_ohjelmat/nordplus_uutisia/101/0/nordplus_korkeakoulutus_-ohjelma_tukee_184_verkostoa). Luettu: 13.4.2015.

CIMO 2014f. FIRST. Luettavissa: <http://www.cimo.fi/ohjelmat/first>. Luettu: 9.4.2015.

Discovering Finland Guide Oy n.da. Faktaa ja lukuja. Luettavissa:  
<http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/tietoa-suomesta/yleistietoa/faktaa-lukuja/> . Luettu: 3.2.2015.

Discovering Finland Guide Oy n.db. Helsinki. Luettavissa:  
<http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/alueet-kaupungit/helsingin-seutu/helsinki/>. Luettu: 21.5.2015.

Discovering Finland Guide Oy n.dc. Järvi-Suomi. Luettavissa:  
<http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/alueet-kaupungit/ita-suomi/>. Luettu: 23.2.2015.

Discovering Finland Guide Oy n.dd. Kotimaan matkailu. Luettavissa:  
<http://www.discoveringfinland.com/fi/>. Luettu: 11.3.2015.

Discovering Finland Guide Oy n.de. Matkustus. Luettavissa:  
<http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/alueet-kaupungit/helsingin-seutu/helsinki/matkustus/>. Luettu: 3.2.2015.

Discovering Finland Guide Oy n.df. Nähtävyydet ja kulttuuri. Luettavissa: Luettavissa:  
<http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/alueet-kaupungit/ita-suomi/jyvaskyla/nahtavyynet/>. Luettu: 23.2.2015.

Discovering Finland Guide Oy n.dg. Rauma. Luettavissa: Luettavissa:  
<http://www.discoveringfinland.com/fi/travel/alueet-kaupungit/lansi-suomi/rauma/>. Luettu: 5.3.2015.

ESN 2015a. About ESN. Luettavissa: <http://esn.org/about>. Luettu: 6.2.2015.

ESN Finland 2015. About us. Luettavissa: <http://www.esnfinland.eu/about-us>. Luettu: 6.2.2015.

ESN HELGA 2015a. What is ESN HELGA. Luettavissa: <http://www.esn-helga.com/what-esn-helga>. Luettu: 5.2.2015.

ESN HELGA 2015b. Events. Luettavissa: <http://www.esn-helga.com/events>. Luettu: 7.2.2015.

ESN HELGA 2015c. ESN HELGA goes Lapland. Luettavissa: <http://www.esn-helga.com/events/esn-helga-goes-lapland-0>. Luettu: 29.1.2015.

ESN HELGA 2015d. ESN HELGA goes st Petersburg. Luettavissa: <http://www.esn-helga.com/events/esn-helga-goes-st-petersburg-0>. Luettu: 29.1.2015

ESN HELGA 2015e. Pirates of the Baltic Sea. Luettavissa: <http://www.esn-helga.com/events/pirates-baltic-sea>. Luettu: 29.1.2015.

ESN HELGA 2015f. Super Sunday goes Finnish Cuisine Night II. Luettavissa: <http://www.esn-helga.com/events/super-sunday-goes-finnish-cuisine-night-ii>. Luettu: 1.2.2015.

ESN HELGA 2015g. ESN goes Fazer II. Luettavissa: <http://www.esn-helga.com/events/esn-goes-fazer-ii>. Luettu: 3.2.2015.

ESN HELGA 2015h. ESN Goes Smoke Sauna. Luettavissa: <http://www.esn-helga.com/events/esn-goes-smoke-sauna>. Luettu: 6.2.2015.

EUROPA 2009. Elinikäisen oppimisen toimintaohjelma 2007–13. Luettavissa: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/education\\_training\\_youth/general\\_framework/c11082\\_fi.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/general_framework/c11082_fi.htm). Luettu: 3.2.2015.

EUROPA 2005. Lissabonissa kokoontunut ylimääräinen Eurooppa-neuvosto (maaliskuu 2000): kohti innovaation sekä tietojen ja taitojen Eurooppaa. Luettavissa: [http://europa.eu/legislation\\_summaries/education\\_training\\_youth/general\\_framework/c10241\\_fi.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/general_framework/c10241_fi.htm). Luettu: 6.2.2015.

Euroopan Komissio 2015. Erasmus+. Luettavissa: [http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/discover/index\\_fi.htm](http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/discover/index_fi.htm). Luettu: 25.1.2015.

Euroopan Komissio 2011. Lissabonin strategia. Luettavissa: [http://ec.europa.eu/finland/news/press/101/10613\\_fi.htm](http://ec.europa.eu/finland/news/press/101/10613_fi.htm). Luettu: 5.2.2015.

European Commission 2014. Facts, Figures & Trends 2012–2013. Luettavissa: [http://ec.europa.eu/education/library/statistics/ay-12-13/facts-figures\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/library/statistics/ay-12-13/facts-figures_en.pdf). Luettu: 25.1.2015

European Commission 2013a. Erasmus+ Frequently Asked Questions. Luettavissa: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-13-1008\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-1008_en.htm). Luettu: 25.1.2015

European Commission 2013b. History of the ERASMUS programme. Luettavissa: <http://web.archive.org/web/20130404063516>. Luettu: 6.2.2015.

European Commission 2013c. Erasmus student mobility: home and destination countries 2012-2013. Luettavissa: [http://ec.europa.eu/education/library/statistics/ay-12-13/annex-2\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/library/statistics/ay-12-13/annex-2_en.pdf) . Luettu: 3.2.2015.

European Commission 2013d. Typical Erasmus student. Luettavissa:  
[http://europa.eu/rapid/exploit/2014/07/IP/EN/i14\\_821.eni/Pictures/10000000000009C400008F810604365.jpg](http://europa.eu/rapid/exploit/2014/07/IP/EN/i14_821.eni/Pictures/10000000000009C400008F810604365.jpg). Luettu: 3.2.2015.

European Commission 2015. Lifelong Learning Programme. Luettavissa:  
[http://ec.europa.eu/education/tools/llp\\_en.htm](http://ec.europa.eu/education/tools/llp_en.htm). Luettu: 4.2.2015.

Finavia n.d. Shortest route between Europe and Asia. Luettavissa:  
<http://www.finavia.fi/en/airlines/Helsinki-Airport-2/>. Luettu: 5.2.2015.

Haaga-Helia 2015a. Exchange Students. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/en/international/international-relations/exchange-students?userLang=en>. Luettu: 5.2.2015.

Haaga-Helia 2014b. Kampukset. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/haaga-heliasta/kampukset?userLang=fi> . Luettu: 22.1.2015.

Haaga-Helia 2014c. Kansainvälisty! Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/kansainvalisyys/kansainvaliset-palvelut/kansainvalisty?userLang=fi>. Luettu: 22.1.2015.

Haaga-Helia 2014d. Kansainväliset palvelut. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/kansainvalisyys/kansainvaliset-palvelut?userLang=fi>. Luettu: 22.1.2015.

Haaga-Helia 2014e. Kansainväliset verkostot. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/haaga-heliasta/kansainvalisyys/kansainvaliset-verkostot?userLang=fi>. Luettu: 22.1.2015.

Haaga-Helia 2014f. Organisaatio. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/haaga-heliasta/organisaatio?userLang=fi>. Luettu: 22.1.2015.

Haaga-Helia 2014g. Yhteistyökorkeakoulut. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/haaga-heliasta/kansainvalisyys/yhteistyokorkeakoulut?userLang=fi>. Luettu: 22.1.2015.

Haaga-Helia 2014h. Erasmus+ Haaga-Heliassa. Luettavissa: <http://www.haaga-helia.fi/fi/kansainvalisyys/kansainvaliset-palvelut/erasmus-haaga-heliassa?userLang=fi>. Luettu: 22.1.2015.

Hall, C. Michael, Müller, Dieter K. & Saarinen, J. 2009. Nordic Tourism –Issues and cases. MPG Books Ltd. Iso-Britannia.

Heikkilä T. 2010. Tilastollinen tutkimus. 7.-8. painos. Edita publishing.

Helsingin kaupunki 2014. MTV PUSH Helsinki tavoitti kansainväliset nuoret – MTV Europe Music Awards ei tule Helsinkiin vuonna 2016. Luettavissa: <http://www.hel.fi/www/uutiset/fi/kaupunginkanslia/mtv-push-helsinki-tavoitti-kansainvaliset-nuoret>. Luettu: 23.2.2014.

Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

Infopankki 2014. EU member states, EEA member states, the Schengen countries and Nordic countries. Luettavissa: <http://www.infopankki.fi/en/moving-to-finland/information-for-a-person-moving-to-finland/eu-member-states-eea-member-states-the-schengen-countries-and-nordic-countries>. Luettu: 5.2.2015.

Juusola, H. 9.3.2015. International Coordinator. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Sähköposti.

KKV 2014. Valmismatka. Luettavissa: <http://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/matkustaminen-ja-liikenne/valmismatka/>. Luettu: 1.5.2014.

Lappi.fi n.da. Elinkeinot Lapissa. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/lappi/elinkeinot> . Luettu: 3.2.2015.

Lappi.fi.n.db Kauas tarinoiden tuntureille. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/matkailu/enontekio-kilpisjarvi>. Luettu: 24.2.2015.

Lappi.fi n.dc. Lapin kesä. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/aktiviteetit/kesa>. Luettu: 3.2.2015.

Lappi.fi n.dd. Lapin kevät. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/aktiviteetit/kevat>. Luettu: 3.2.2015.

Lappi.fi n.de. Lapin luonto. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/lappi/luonto>. Luettu: 11.3.2015.

Lappi.fi n.df. Lapin syksy. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/aktiviteetit/syksy>. Luettu: 3.2.2015.

Lappi.fi n.dg. Lapin talvi. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/aktiviteetit/talvi>. Luettu: 3.2.2015.

Lappi.fi n.dh. Matkailualueet. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/matkailualueet>. Luettu: 24.2.2015.

Lappi.fi n.di. Meri-Lappi – Siellä missä Lappi alkaa. Luettavissa: <http://www.lappi.fi/matkailu/meri-lappi>. Luettu: 24.2.2015.

Lappi.fi. n.dj. Näin pääset Lappiin. Luettavissa: [http://www.lappi.fi/lappi/tule/nain\\_paaset](http://www.lappi.fi/lappi/tule/nain_paaset).  
Luettu: 24.2.2015.

Lappi.fi n.dk. Rovaniemi – Lapin sykkivä sydän. Luettavissa:  
<http://www.lappi.fi/matkailu/rovaniemi>. Luettu: 3.2.2015.

Mali, M. 24.2.2015. President. ESN HELGA. Skype-haastattelu.

MARA n.d. Matkailu- ja ravintola-ala lyhyesti. Luettavissa: <http://www.mara.fi/matkailu-ja-ravintola-ala-lyhyesti/>. Luettu: 13.4.2015.

MEK 2006. Matkailun edistämiskeskus. Nuorisomatkailu. Luettavissa:  
[http://87.108.50.97/relis/REL\\_LIB.NSF/0/B5A994EBF55D94A3C2257145002B5895/\\$FILE/Nuorisomatkailu.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/B5A994EBF55D94A3C2257145002B5895/$FILE/Nuorisomatkailu.pdf). Luettu: 28.2.2015.

MEK 2007. Matkailun edistämiskeskus. Matkailukohteiden kävijämäärät 2007. Kävijämääräselvitys. MEKin julkaisusarja. MEK E:57. Matkailun edistämiskeskus. Helsinki. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/E57-Matkailukohteiden-k%C3%A4vij%C3%A4m%C3%A4%C3%A4r%C3%A4t2007.pdf?dl>. Luettu: 1.3.2015.

National Board of Antiquities n.d. World Heritage in Finland. Luettavissa:  
[http://www.nba.fi/en/museums/world\\_heritage\\_in\\_finland](http://www.nba.fi/en/museums/world_heritage_in_finland). Luettu: 2.3.2015.

Nordplus 2014a. About Nordplus. Luettavissa: <http://www.nordplusonline.org/>. Luettu: 8.4.2015.

Nordplus 2014b. Project Database. Luettavissa:  
<http://www.nordplusonline.org/Projects2/Project-database>. Luettu: 13.4.2015.

Ojasalo, K. Moilanen, T. Ritalahti, T. 2009. Kehittämistyön menetelmät – uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 1. painos. WSOYpro Oy. Helsinki

Page, Stephen, J. 2009. Tourism management -managing for change. Elsevier. Slovenia.

Page, Stephen, J. & Connell, J. 2014. Tourism – A Modern Synthesis. 4. painos. Seng Lee Press. Singapore.

Rantapallo 2015. Oppaalla vai ilman – pakettimatkojen hyödyt ja haitat. Luettavissa:  
<http://www.rantapallo.fi/matkavinkit/oppaalla-vai-ilman-pakettimatkojen-hyodyt-ja-haitat/>.  
Luettu: 1.5.2015.

Robert Gordon University 2015. What is Erasmus? Luettavissa:  
<http://www.rgu.ac.uk/future-students/study-abroad/what-is-erasmus>. Luettu: 22.1.2015.



Savonlinna 2015. Savonlinnan kaupungin juhlavuosi. Luettavissa:

<http://www.savonlinna.fi/375>. Luettu: 23.2.2015.

Savonlinnan Seudun Matkailu n.d. Loma lähellä luontoa. Luettavissa:

<http://www.savonlinna.travel/fi/aktiviteettilomaa-saimaalla/luonto-ja-retkeily/>. Luettu: 24.2.2015.

SpottedbyLocals 2015. Helsinki City Guide. Luettavissa:

<http://www.spottedbylocals.com/helsinki/>. Luettu: 13.2.2015.

TravelDailyNews 2014. Youth tourism generated over 182 b. dollars in tourism receipts in 2013. Luettavissa: <http://www.traveldailynews.com/news/article/61001/youth-tourism-generated-over-182b>. Luettu: 9.2.2015.

Swarbrooke J. Horner S. 2007. Consumer behaviour in tourism. 2. painos. Elsevier Ltd. Hungary.

SWI 2015. Cancellations hit tourist industry following rise of Swiss franc. Luettavissa:

[http://www.swissinfo.ch/eng/after-effects\\_cancellations-hit-tourist-industry-following-rise-of-swiss-franc/41233958](http://www.swissinfo.ch/eng/after-effects_cancellations-hit-tourist-industry-following-rise-of-swiss-franc/41233958). Luettu: 15.3.2015.

Särkänniemi 2015. Tampereelle tullaan kesällä Särkänniemen takia. Luettavissa:

<http://www.sarkanniemi.fi/fi/medialle/lehdistotiedotteet/tampereelle-tullaan-kesalla-sarkanniemen-takia>. Luettu: 23.2.2015.

Talouselämä 2015a. Sveitsin frangin arvo heikkenee – Keskuspankilla sormensa pelissä?

Luettavissa: <http://summa.talentum.fi/article/te/uutiset/130271>. Luettu: 15.3.2015.

Talouselämä 2015b. Sveitsin frangi on klassinen turvasatama, mutta tänään sillä oli hullu päivä. Luettavissa:

<http://www.talouselama.fi/uutiset/sveitsin+frangi+on+klassinen+turvasatama+mutta+tanaan+silla+oli+hullu+paiva/a2287364>. Luettu: 15.3.2015.

TEM 2015. Matkailun tiekartta 2015-2025. Luettavissa:

[https://www.tem.fi/yritykset/matkailu/matkailun\\_tiekartta\\_2015-2025](https://www.tem.fi/yritykset/matkailu/matkailun_tiekartta_2015-2025). Luettu: 13.4.2015.

TEM n.d. Työ- ja elinkeinoministeriö. Suomen matkailustrategia 2020. Matkailustrategia.

Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettavissa:

[https://www.tem.fi/files/36953/Suomen\\_matkailustrategia\\_2020.pdf](https://www.tem.fi/files/36953/Suomen_matkailustrategia_2020.pdf). Luettu: 16.4.2015.

Tilastokeskus 2015. Käsitteet ja määritelmät. Luettavissa:

<http://tilastokeskus.fi/til/smat/kas.html>. Luettu: 2.3.2015.

- Tourism Western Australia 2008. What is a backpacker? Luettavissa:  
[http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/pdf/Quickstart\\_What%20is%20a%20Backpacker%2008LOW.pdf](http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/pdf/Quickstart_What%20is%20a%20Backpacker%2008LOW.pdf). Luettu: 15.4.2015.
- UNWTO 2014a. Why tourism?. Luettavissa: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>.  
Luettu: 8.3.2015.
- UNWTO 2014b. World Tourism Organization. Glossary of tourism terms. UNWTO. Luettavissa:  
<https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>. Luettu: 5.3.2015.
- UNWTO 2014c. Frequently Asked Questions. Luettavissa:  
<http://statistics.unwto.org/en/content/frequently-asked-questions>. Luettu: 15.2.2015.
- UNWTO 2011. The Power of Youth Travel. Luettavissa:  
<http://intranet.modul.ac.at/sites/modul/files/The%20Power%20of%20Youth%20Travel%20UNWTO%202011.pdf>. Luettu: 6.2.2015.
- UNWTO 2008a. Understanding Tourism: Basic Glossary. Luettavissa:  
<http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>. Luettu: 15.2.2015.
- UNWTO 2008b. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Luettavissa:  
[http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf). Luettu: 16.2.2015.
- UNWTO 2008c. Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel. 1. painos. World Travel Organization. Spain.
- Valli, R. 2007. Kyselylomaketutkimus. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta aineistonkeruusta: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle, s. 106-111. PS-Kustannus. Jyväskylä.
- VisitFinland 2015a. About Finland. Luettavissa: <http://www.visitfinland.com/about-finland/>.  
Luettu: 16.4.2015.
- VisitFinland 2015b. Blue Lakeland. Luettavissa: <http://www.visitfinland.com/lakeland/>.  
Luettu: 24.2.2015.
- VisitFinland 2015c. Coast and Archipelago. Luettavissa:  
<http://www.visitfinland.com/archipelago-and-coastal-area/>. Luettu: 23.2.2015.

VisitFinland 2015d. Coastal Town Charm. Luettavissa:

<http://www.visitfinland.com/article/coastal-town-charm/>. Luettu: 24.2.2015.

VisitFinland 2015e. Finland facts. Luettavissa: <http://www.visitfinland.com/media/finland-facts/>. Luettu: 5.2.2015.

VisitFinland 2015f. The Great Four. Luettavissa: <http://www.visitfinland.com/destinations/>. Luettu: 13.2.2015.

VisitFinland 2015g. Helsinki. Luettavissa: <http://www.visitfinland.com/helsinki/> . Luettu: 2.3.2015.

VisitFinland 2015h. Åland – A special piece of Finland. Luettavissa:

<http://www.visitfinland.com/article/aland-a-special-piece-of-finland/> . Luettu: 23.2.2015.

Visit Finland 2015a. Kehitystrendit lähtömaittain. Luettavissa:

<http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/majoitustilastot/kehitys-lahtomaittain/> . Luettu: 5.2.2015.

Visit Finland 2015b. Matkailu kasvaa 5 prosentin vuosivauhtia. Luettavissa:

<http://www.visitfinland.fi/tama-on-visit-finland/matkailu-on-kasvava-toimiala/>. Luettu: 13.4.2015.

Visit Finland 2015c. Matkailun luvut infograafi 2015. Luettavissa:

[http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/03/Matkailun\\_luvut\\_infograafi\\_2015\\_fin.pdf?dl](http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/03/Matkailun_luvut_infograafi_2015_fin.pdf?dl). Luettu: 14.4.2015.

Visit Finland 2015d. Matkailulla on yhä suurempi merkitys Suomen kansantaloudelle. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tutkimukset-ja-tilastot/matkailun-taloudelliset-vaikutukset/>. Luettu: 13.4.2015.

Visit Helsinki 2015a. Helsinki ja Suomi lukuina. Luettavissa:

<http://www.visithelsinki.fi/tule/tervetuloa-helsinkiin/helsinki-ja-suomi-lukuina>. Luettu: 5.2.2015.

Visit Helsinki 2015b. Ostoksia ja elämyksiä Designkorttelissa. Luettavissa:

<http://www.visithelsinki.fi/nae-ja-koe/nahtavyudet/ostoksia-ja-elamyksia-designkorttelissa>. Luettu: 13.2.2015.

Visit Helsinki 2015c. Päänähtävyydet Helsingissä. Luettavissa:

<http://www.visithelsinki.fi/nae-ja-koe/nahtavyudet/paanahtavyudet-helsingissa>. Luettu: 3.2.2015.

Visit Helsinki 2015d. Ravintolapäivä 16.5. Luettavissa: <http://www.visithelsinki.fi/juuri-nyt/tapahtumia/ravintolapaiva-165>. Luettu: 13.2.2015.

Visit Helsinki 2015e. Saapuminen Helsinkiin. Luettavissa: <http://www.visithelsinki.fi/tule/tervetuloa-helsinkiin/saapuminen-helsinkiin>. Luettu: 3.2.2015.

Visit Helsinki 2014. Visit Helsinki. MTV Push Helsinki on kansainvälinen markkinointiponnistus Helsingin esille tuomiseksi. Tiedote. Visit Helsinki. Helsinki. Luettavissa: [http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Tiedotteet/FI/2014/tiedote\\_mtvpushhelsinki\\_120914.pdf](http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Tiedotteet/FI/2014/tiedote_mtvpushhelsinki_120914.pdf). Luettu: 13.2.2015.

VisitOulu n.d. Energetic, youthful Oulu invites you to have fun! Luettavissa: <http://www.visitoulu.fi/en/oulu+oulu+region/oulu-capital+of+northern+scandinavia/energetic+youthful+oulu+invites+you+to+have+fun/>. Luettu: 23.2.2015.

VisitTurku n.d. Kaupunki. Luettavissa: [http://www.visitturku.fi/s/turku\\_fi](http://www.visitturku.fi/s/turku_fi). Luettu: 2.3.2015.

Vuoristo, K-V., & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede. 3. painos. WSOYpro Oy. Helsinki.

Väestökisterikeskus 2014. Väestötietojärjestelmä – Kuntien asukasluvut suuruusjärjestyksessä. Luettavissa: <http://vrk.fi/default.aspx?docid=8699&site=3&id=0> . Luettu: 3.2.2015.

Yle 2014. Uusia huippunähtävyyksiä syntyy Suomeen vain harvoin. Luettavissa: [http://yle.fi/uutiset/uusia\\_huippunahtavyyksia\\_syntyy\\_suomeen\\_vain\\_harvoin/7252073](http://yle.fi/uutiset/uusia_huippunahtavyyksia_syntyy_suomeen_vain_harvoin/7252073). Luettu: 28.2.2014.

## Liitteet

### Liite 1. Kyselylomake

#### International exchange students in Haaga-Helia: how do they travel during the exchange period?

Hello! Our goal is to research and write a thesis on the travel behaviour of international exchange students in Haaga-Helia. This survey will provide vital information about our target group and therefore we want to thank YOU for taking the time to answer it.

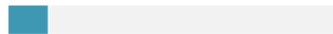
1. Were you an exchange student at Haaga-Helia University of Applied Sciences in spring 2014 OR autumn 2014? \*

- Yes
- No

2. If YES, please indicate your study semester \*

- Spring 2014
- Autumn 2014

Before you begin, please note that we ask you to answer these upcoming questions based on your travel behaviour DURING ONE SEMESTER (max. 6 months). LET'S START!



## International exchange students in Haaga–Helia: how do they travel during the exchange period?

### BACKGROUND INFORMATION

3. How old are you? \*

- 18-20
- 21-23
- 24-26
- 27-29
- 30-32
- over 33

4. Gender \*

- Female
- Male

5. What is your home country? \*

Austria 

6. What was your study location in Finland? \*

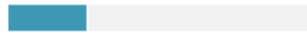
- Helsinki
- Porvoo
- Vierumäki

7. What was your mobility programme? \*

- Erasmus (European)
- Nordplus (Nordic)
- FIRST (Finland-Russia)
- bilateral mobility programmes
- Other, specify:

**8. Why did you choose Finland as your exchange destination?**

- Reputation of the Finnish school system
- Reputation of Haaga-Helia University of Applied Sciences
- Culture
- Nature
- Location
- Recommended by others
- Other, specify:

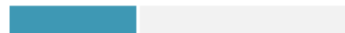


**International exchange students in Haaga–Helia: how do they travel during the exchange period?**

**INDEPENDENT TRAVELLING**

**9. Did you travel INDEPENDENTLY during your exchange semester? Independent travelling means that you organised your holiday yourself, booking transportation, accommodation and services separately. \***

- Yes
- No



## International exchange students in Haaga-Helia: how do they travel during the exchange period?

**INDEPENDENT TRAVELLING** (Independent travelling means that you organised your holiday yourself, booking transportation, accommodation and services separately.)

10. How many times did you travel **INDEPENDENTLY** during your exchange semester? (In Finland and outside of Finland, in number) \*

11. When did you travel **INDEPENDENTLY**?

- On weekends
- On holidays
- During the week
- During intensive week

12. How many **INDEPENDENT ONE DAY TRIPS** did you do in Finland (in number)? One day trip means that you did not spend any nights at the destination. \*

13. To which destinations you did **INDEPENDENT ONE DAY TRIPS**? Select all the destinations where you travelled independently and did not spend any nights at the destination. If some destination is not mentioned on the list below, you can add the destination(s) to the section "other" \*

### Capital region

- Helsinki
- Espoo
- Vantaa
- Porvoo

### Lapland

- Rovaniemi
- Sea Lapland (Sampo Icebreaker and the SnowCastle of Kemi)
- Enontekiö-Kilpisjärvi (Saana and Halti fells)
- Levi ski resort, Kittilä
- Ruka ski resort, Kuusamo



**Others**

- Tampere
- Jyväskylä
- Savonlinna
- Turku
- Naantali
- Rauma
- Oulu
- Hanko
- Tammisaari
- The Åland Islands (Ahvenanmaa)
- Other(s), specify:

**14. How many INDEPENDENT OVERNIGHT TRIPS did you do in Finland? An overnight trip means that you spent at least one night at the destination. \***

**15. To which destinations you did INDEPENDENT OVERNIGHT TRIPS? Select all the destinations where you travelled independently and spent at least one night at the destination. If some destination is not mentioned on the list below, you can add the destination(s) to the section "other" \***

**Capital region**

- Helsinki
- Espoo
- Vantaa
- Porvoo

**Lapland**

- Rovaniemi
- Sea Lapland (Sampo Icebreaker and the SnowCastle of Kemi)
- Enontekiö-Kilpisjärvi (Saana and Halti fells)
- Levi ski resort, Kittilä
- Ruka ski resort, Kuusamo

**Others**

- Tampere
- Jyväskylä
- Savonlinna
- Turku
- Naantali
- Rauma
- Oulu

- Hanko
- Tammisaari
- The Åland Islands (Ahvenanmaa)
- Other(s), specify:

**16. Did you travel INDEPENDENTLY outside of Finland? To which destinations? Select all the destinations where you did independent one day or overnight trips. \***

- Sweden
- Norway
- Estonia
- Russia
- Lithuania
- Latvia
- Other, specify
- I did NOT travel independently outside of Finland

**17. Which of the following activities did you do during your INDEPENDENT traveling? \***

**Indoor activities**

- Sitting in cafés and restaurants
- Shopping
- Nightlife/partying
- Spa and wellness
- Cinema/Movies
- Concert/Theater
- Visiting cultural attractions like museums, galleries etc.

**Outdoor summer activities**

- Canoeing/Kayaking
- Swimming
- Fishing
- Hiking
- Cycling
- Horse riding
- Golf
- Picking berries or mushrooms from forests
- Nordic walking

**Outdoor winter activities**

- Snow mobiling
- Ice fishing

- Husky or reindeer sled ride
- Snowshoe trekking
- Cross-country skiing
- Snowboarding or skiing
- Ice skating

**Other activities**

- Visiting historical sites
- Zoos/Wildlife parks
- Amusement/Theme parks
- Sauna
- Sport events
- Visiting friends and family
- Meeting local people
- Enjoying the nature of a destination
- Other, specify

**18. Which of the following transportation modes did you usually use when you travelled INDEPENDENTLY during your exchange period? (Multiple choice) \***

- Train
- Bus
- Airplane
- Ship
- Private car
- Rented car
- Other, specify:

**19. Which of the following accommodation types did you usually use on your INDEPENDENT OVERNIGHT TRIPS? (Multiple choice) \***

- Hotel
- Hostel/Youth hostel
- Cottage
- Camping (Caravan, tent)
- Home stay networks (e.g. AirBNB, etc.)
- Hospitality Services (e.g. Couchsurfing etc.)
- Bed and Breakfast
- Friends or Family
- Other, specify:

20. What was the average length of the INDEPENDENT OVERNIGHT TRIPS you did? \*

- 1 night
- 2 nights
- 3 nights
- 4 nights
- 5 nights
- 6 nights
- 7 nights or more

21. Why did you decide to travel independently? (organise your holiday yourself, booking transportation, accommodation and services separately)



## International exchange students in Haaga-Helia: how do they travel during the exchange period?

### PACKAGE HOLIDAYS AND PREARRANGED EXCURSIONS

22. Did you do PACKAGE HOLIDAYS or PREARRANGED EXCURSIONS during your exchange semester? A package holiday means a holiday organized by a travel company for which you pay a fixed price that includes the cost of the hotel and travel, and sometimes food. A prearranged excursion or activity means for example that you attended to some ESN day excursion or activity. \*

- Yes
- No



## International exchange students in Haaga-Helia: how do they travel during the exchange period?

**PACKAGE HOLIDAYS AND PREARRANGED EXCURSIONS** (A package holiday means a holiday organized by a travel company for which you pay a fixed price that includes the cost of the hotel and travel, and sometimes food. A prearranged excursion or activity means for example that you attended to some ESN day excursion or activity.)

23. How many **PACKAGE HOLIDAYS** did you do during your exchange semester? (In Finland and outside of Finland, in number) \*

4

24. Which of the following ESN/Timetravels **PACKAGE HOLIDAYS** did you participate in? \*

- ESN HELGA goes Lapland
- ESN HELGA goes St. Petersburg
- Pirates of the Baltic Sea
- Other, specify:
- I did NOT participate in any ESN/Timetravels package holiday

25. Which of the following ESN HELGA guided excursions and activities did you participate in? \*

### ESN HELGA guided excursions & activities (on both semesters)

- WtF party (Welcome to Finland party)
- IKEA trip
- Freshmen party
- Fazer trip
- Finnish Cuisine night
- Nuukio trip
- Farewell party

### Spring 2014

- ESN HELGA presents interNATIONAL Sitsit!

### Fall 2014

- Erasmus in Schools info
- Hietsu beach volleyball party (afterparty in Tiger)
- ESN HELGA goes Suomenlinna

- Mid-term Party
- ESN HELGA goes Lil Bow-wow-wowling!
- ESN HELGA goes Smoke Sauna
- ESN Helga goes ice skating

**OR**

- Other, specify:
- I did not participate in any ESN excursion or activity

**26. Did you do PACKAGE HOLIDAYS by some other organization than ESN/Timetravels? If yes, by whom?**

**27. To which destination(s) did you do PACKAGE HOLIDAYS, arranged by some other organization than ESN/Timetravels?**

**28. Why did you decide to participate in PACKAGE HOLIDAYS?**



## International exchange students in Haaga–Helia: how do they travel during the exchange period?

### GENERAL QUESTIONS

#### 29. Which of the following attractions did you visit in Finland? \*

- Linnanmäki amusement park, Helsinki
- Suomenlinna Sea Fortress, Helsinki
- Särkänniemi amusement park, Tampere
- Rock Church, Helsinki
- Uspenski Orthodox Cathedral, Helsinki
- Helsinki Zoo
- Powerpark, Härmä
- Tykkimäki amusement park, Kouvola
- Heureka The Finnish Science Center
- Levi, Kittilä
- Ruka, Kuusamo
- Santa Claus Village, Rovaniemi
- Esplanade, Helsinki
- Kamppi Chapel of Silence, Helsinki
- Senate Square, Helsinki
- Parliament, Helsinki
- Olympic Stadium, Helsinki
- Sibelius monument, Helsinki
- Turku Cathedral
- Turku Castle
- Olavinlinna Castle, Savonlinna
- Kemi Snow Castle
- Arktikum, Rovaniemi
- Old Porvoo
- Old Rauma
- Other, specify:

**30. With whom did you usually travel? \***

- Alone
- With a friend/boyfriend/girlfriend
- With a few friends
- With a bigger group
- With a bigger group, on a trip organized by ESN etc.

**31. What were the main ways you found out about tourism destinations in Finland? Select 1–3 main information sources. \***

- Internet
- Magazines
- Guide books
- Recommendations from friends or family
- Travel agency
- ESN
- TV programme
- Previous visit
- Information centres
- Other, specify:

**32. Which of the following factors affected the most on your travel arrangements? (Multiple choice) \***

- Price
- Marketing activities (such as ESN)
- Possibility to book online
- Possibility to use a travel agency
- Fast and efficient way of arranging a trip
- An opportunity to book products especially for youth travellers
- Reputation of different accommodation choices and transportation services
- Special offers of different accommodation choices and transportation services
- Other, specify:

**33. How much money did you approximately use for travelling during your exchange period? \***

**34. Tick how important each of these reasons were for you in your decision to travel during the exchange semester \***



	Not important at all	Somewhat important	Important	Very important
Take a break from study	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Have a holiday with friends	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Increase my knowledge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visit tourist activities or attractions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Explore other cultures	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relax/have fun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visit friends, family or relatives	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Make new friends	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Get to know local people	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gain new experiences	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Get to know job or study possibilities	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

