

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun koulutusohjelma

Krista Serenius

LADYLINEN ASIAKKaidEN MATKAILUTAVAT JA -TOIVEET

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2016



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Syyskuu 2016**  
**Matkailun koulutusohjelma**

Tikkarinne 9  
80220 JOENSUU  
013 260 600

**Tekijä**  
Krista Serenius

**Nimeke**  
LadyLinen asiakkaiden matkailutavat ja -toiveet

**Toimeksiantaja**  
LadyLine Joensuu

**Tiivistelmä**

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää LadyLine Joensuun asiakkaiden matkailutapoja ja toiveita sekä antaa uusia ideoita kuntoilijoiden matkailupalveluihin. Toimeksiantajana toimi Joensuun LadyLine -kuntokeskus, joka tarjoaa laadukkaita liikuntapalveluja naisille.

Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee hyvinvointimatkailua, motiiveja, arvoja sekä kuluttajakäyttäytymistä. Tutkielma oli laadullinen analyysi, jossa on hyödynnetty määrällistä aineistoa. Aineisto kerättiin kyselylomakkeiden avulla LadyLinen asiakaskunnalta ja vastauksia tuli yhteensä 95 kappaletta.

Kyselyn perusteella suurin osa liikkui paljon, koska liikunnan avulla saatiin hyvää oloa sekä jaksamista arkeen. Tämän lisäksi terveellinen ravinto oli monelle tärkeää. Oma-toimimatkat olivat suosituimpia, ja moni toivoi lomansa sisältävän liikunta-aktiviteetteja, terveellistä ruokaa sekä uusia elämyksiä.

Ihmiset alkavat olla yhä enemmän tietoisia liikunnan sekä ravinnon tuomista hyödyistä. Nykyisin matkoilla ei haluta enää vain levätä, vaan suosioon ovat nousseet liikunta-aktiviteetteja sisältävät lomat. Jatkotutkimusideana voisi olla palvelu, jossa kuntoilijat pystyisivät itse räätälöimään omanlaisensa matkapaketin.

**Kieli**  
suomi

Sivuja 37  
Liitteet 2  
Liitesivumäärä 3

**Asiasanat**  
hyvinvointimatkailu, kuntoilijat, LadyLine Joensuu, kuluttajakäyttäytyminen



**THESIS**  
**October 2016**  
**Degree Programme in Tourism**

Tikkarinne 9  
80220 JOENSUU  
013 260 600

Author  
Krista Serenius

Title  
LadyLine's clients needs and hopes related to tourism

Commissioned by  
LadyLine Joensuu

**Abstract**

The purpose of this study was to find out Tourism Behaviour of Keep-Fit Enthusiasts. The needs and hopes related to tourism were studied and new ideas given for tourism of keep-fit enthusiast. Joensuu's LadyLine, which offers high-class exercise services for women, was the client of this study.

The theory part of the study consists of wellness tourism, motives, values and consumer behaviour. The study was conducted as qualitative analysis, where quantitative materials were utilized. The material was gathered by questionnaires from LadyLine's clientele, and 95 answers were received.

Based on the questionnaire, many people move a lot, because sports brought well-being and energy to their workdays. In addition, healthy nutrition was considered important as well. Independent trips were the most popular, and many people hoped that their holidays could include sports activities, healthy food and new experiences.

People start to be more aware about the profits of sports and nutrition. Nowadays people do not want only rest on their travels and therefore sports activity holidays have become a trend. One follow-up study idea could be a service where keep-fit enthusiasts could tailor their own travel packages.

Language  
Finnish

Pages 37  
Appendices 2  
Pages of Appendices 3

**Keywords**

wellness tourism, keep-fit enthusiast, LadyLine Joensuu, consumer behaviour

## Sisältö

1	Johdanto .....	5
2	Opinnäytetyön tausta .....	6
2.1	Toimeksiantaja ja viitekehys .....	6
2.2	Opinnäytetyön tavoite ja tarve .....	7
3	Hyvinvointimatkailu .....	8
3.1	Hyvinvointimatkailun määrittely .....	8
3.2	Hyvinvointimatkailun historia .....	9
3.3	Wellnessin määrittely .....	10
4	Motivaatiot, arvot ja kuluttajakäyttäytyminen .....	14
4.1	Motivaatio ja matkustusmotiivit .....	14
4.2	Arvot .....	18
4.3	Kuluttajakäyttäytyminen .....	21
5	Opinnäytetyön toteuttaminen .....	22
5.1	Tutkimussuunnitelma ja aineiston kerääminen .....	22
5.3	Aineiston käsittely ja analysointi .....	23
6	Tulokset .....	24
6.1	Vastaajien taustatiedot .....	24
6.2	Kuntoilu- ja ruokatottumukset .....	25
6.3	Matkustuskerrat, syyt sekä suositut matkamuodot .....	27
6.4	Matkabudjetti, matkan kesto ja matkaseura .....	29
6.5	Tiedonhankinta ja matkakohteiden valinta .....	30
6.6	Kuntoilu ja ruokailu matkalla sekä niiden toteuttaminen .....	31
6.7	Vastaajien unelmaloma .....	32
7	Yhteenveto .....	33
8	Luotettavuus ja eettisyys .....	36
9	Pohdinta .....	37

### Liitteet

Liite 1	Saatekirje
Liite 2	Kyselylomake

# 1 Johdanto

Oletteko huomanneet, kuinka ruokakaupoissa monien ostoskärryt täyttyvät vihanneksista, maitorahkoista, proteiiniapatukoista ja monista vähärasvaisista tuotteista? Kuntosalit ovat jatkuvasti täynnä, treenivaatteiden myynti on kasvanut, televisioista pauhaa kuntoiluohjelmia ja personal trainereiden määrä on lisääntynyt huimasti, eikö vain?

Uusia trendejä tulee ja menee, mutta tällä hetkellä yksi niistä on wellness-hyvinvointitrendi, johon sisältyy kuntoilua ja terveellisiä elämäntapoja. Sanalla wellness tarkoitetaan tässä työssä hyvinvoinnin tavoittelemista kuntoilun ja terveellisen ruokavalion kautta.

Hyvinvointitrendi vaikuttaa sekä matkailutoimijoiden palveluihin että matkailijoiden tarpeisiin. Tämä opinnäytetyö käsittelee Joensuu LadyLinen asiakkaiden tapoja ja toiveita matkustaessa. Työssä tuodaan esille LadyLinen asiakkaiden ajatuksia liikunnasta sekä ruokavaliosta, niiden vaikutuksista ja siitä, kuinka ne vaikuttavat heidän matkailukäyttäytymiseensä. Kyselyn vastaajista suurin osa halusi kuntoilla säännöllisesti ja syödä terveellisesti lomallaan. Tiettyjen rajoitteiden takia se ei kuitenkaan aina ollut mahdollista.

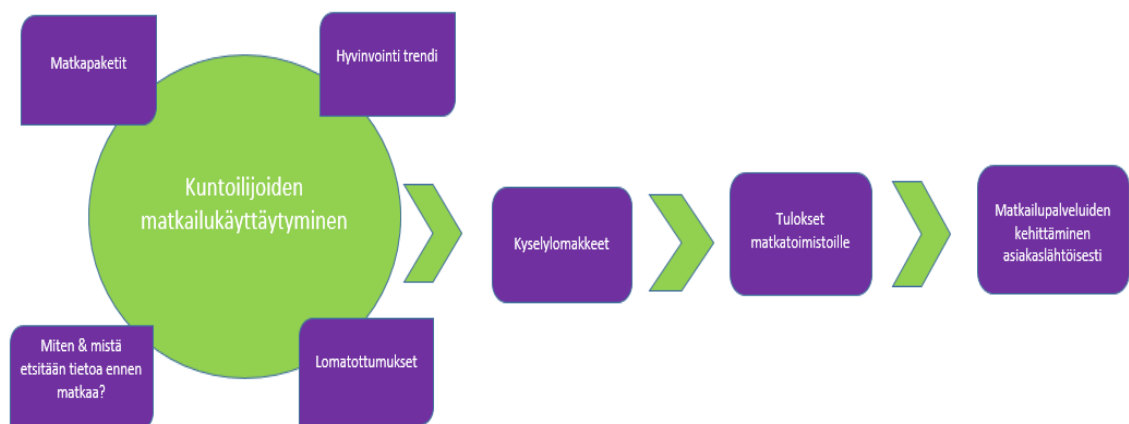
Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee hyvinvointimatkailua, wellnessiä ja kuntoliijoiden elämäntyyliä ohjaavia tekijöitä. Teoriaosuudessa hyödynnetään kuntoliijoiden matkustamiseen ja hyvinvointimatkailuun liittyvää kirjallisuutta, blogeja, internetsivustoja sekä aiheeseen liittyviä muita opinnäytetöitä. Teorian jälkeen kerrotaan enemmän opinnäytetyön toteutuksesta ja kyselyn avulla kerätystä aineistosta. Sen jälkeen on esitelty työn tutkimustulokset ja niistä johdetut päätelmät. Lopuksi pohditaan vielä työn luotettavuutta ja eettisyyttä sekä arvioidaan opinnäytetyöprosessia.

## 2 Opinnäytetyön tausta

### 2.1 Toimeksiantaja ja viitekehys

Opinnäytetyö aiheen kriteereinä olivat oma kiinnostus sekä ajankohtaisuus. Nämä kaksi ominaisuutta yhdistyvät LadyLinen asiakkaiden matkailutapoja ja -toiveita käsittelevässä tutkielmassa. Mielenkiinto aiheeseen on tullut omasta elämäntyylisestä, johon kuuluu paljon kuntoilua sekä terveellistä ravintoa.

Toimeksiantajana toimi Joensuun LadyLine -kuntosali. LadyLine on kotimainen hyvinvointikeskusetju, joka tuottaa palveluja pelkästään naisille. Yrityksessä on monipuolisia liikuntapalveluja, ravintovalmennusta sekä henkilökohtaista liikunta- ja hyvinvointiohjausta. Joensuun LadyLinesta löytyy erilaisia ryhmäliikuntatunteja, kuntosali sekä uima-allas. Liikuntasuorituksen jälkeiseen palautumiseen LadyLinestä löytyy sauna ja terassi, jonne on mukava mennä rentoutumaan. (LadyLine 2016.)



Kuva 1. Opinnäytetyön viitekehys.

Kuvan 1 viitekehykseen on kirjattu opinnäytetyön keskeiset asiat, sen etenemisvaiheet ja tavoiteltu lopputulos. Opinnäytetyössä tutkittiin, kuinka kuntoilevat ihmiset matkustavat. Siinä selvitettiin, miten ja mistä kuntoilijat etsivät tietoa ennen matkaansa ja millaisia lomatottumuksia heillä on. Lisäksi kartoitettiin, kuinka markkinoilla olevat kuntoilumatkapaketit ovat huomioineet hyvinvointitrendin aktiviteeteissaan ja ruoissaan.

## **2.2 Opinnäytetyön tavoite ja tarve**

Työn tavoitteena oli selvittää Joensuu LadyLinen asiakkaiden tarpeet ja toiveet matkailun suhteen sekä saada uusia ideoita kuntoilijoiden matkailupalveluihin. LadyLine sai myös kehittämisideoita toimintaansa kyselyn ansiosta. LadyLinen asiakaskunta toivoi esimerkiksi yhteistä liikuntamatkaa Kolille, missä voisi yhdistää liikunta- ja kylpyläpalvelut.

Kuntoilijoiden matkailukäyttäytymisestä ei löytynyt monia aikaisempia opinnäytetöitä. Opinnäytetyön aiheeseen liittyviä tutkielmia on useita, mutta pääasiassa ne pohjautuvat hyvinvointimatkailuun. Päivi Välikoski selvitti kehitteillä olevan hyvänolon kokouspakettikonseptin soveltuvuutta asiakkaiden näkökulmasta. Hyvänolon kokouspaketin ideana oli, että kokouksen ohella olisi erilaisia aktiviteetteja, jolloin yhdistyisi kokous sekä työntekijöiden työhyvinvointi (Välikoski 2009).

Toisen tutkielman oli tehnyt Sini Koponen, joka tutki opinnäytetyössään aktiivilomailijan tarpeita hyvinvointimatkailukohteessa. Hän selvitti asiakaskyselyiden avulla, kuinka Kultaranta Resort-kohdetta voitaisiin kehittää hyvinvointimatkailukohteeksi. (Koponen 2014.)

## 3 Hyvinvointimatkailu

### 3.1 Hyvinvointimatkailun määrittely

Hyvinvointi on laaja-alainen käsite, joka on jaettu yksilölliseen sekä yhteisölliseen hyvinvointiin. Yksilölliseen hyvinvointiin vaikuttavat fyysinen, psyykinen ja sosiaalinen toiminta, johon ihminen pystyy itse vaikuttamaan. Yhteisöllinen hyvinvointi koostuu muun muassa elinoloista, työllisyydestä sekä toimeentuloista. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2015.)

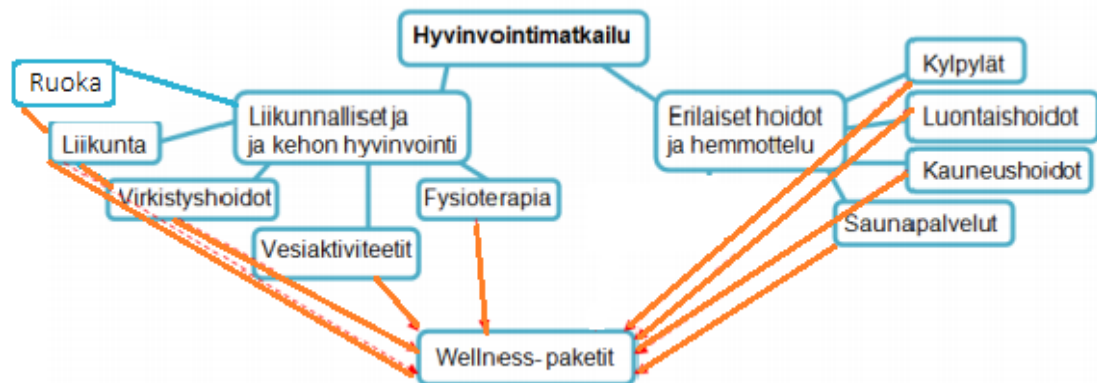
Hyvinvointi voidaan ymmärtää monella eri tavalla, mutta käsitteenä sille on seuraavia määritelmiä. World Health Organizationin (WHO) mukaan se on täydellisen fyysisen, psyykkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin tila, millä ei tarkoiteta ainoastaan sitä, että ihminen eläisi ilman sairauksia tai vanhuudenheikkoutta. Käsitettä voidaan kuitenkin laajentaa, jolloin siihen liitetään seksuaalinen, emotionaalinen, kulttuurinen, hengellinen, opetuksellinen, ammatillinen, taloudellinen, ympäristöön liittyvä, eettinen ja eksistentiaalinen ulottuvuus. Mikäli jokin edellä mainituista ulottuvuuksista on puutteellinen, jää täydellinen hyvinvointi holistisen hyvinvointikonseptin mukaan saavuttamatta. (Suontausta & Tyni 2005, 9.)

Kaiken kaikkiaan hyvinvointi on sitä, että ihminen tuntee voivansa hyvin, on onnellinen ja tyytyväinen elämäänsä. Pyrkimällä hyvinvointiin ihmiset jaksavat arjessa paremmin ja voivat välttyä sairauksilta sekä liialliselta stressaamiselta.

Hyvinvointimatkailu sisältää paljon erilaisia matkailumuotoja, minkä takia sen määrittelemisen on vaikeaa. Lisäksi eri maissa on erilaisia käsitteitä ja nimityksiä hyvinvointimatkailulle. Tässä opinnäytetyössä käytettiin Visit Finlandin määritelmää hyvinvointimatkailulle, minkä mukaan: ”Hyvinvointimatkailu on matkailua, joka tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan päätyttyäkin.



Hyvinvointimatkailu ei ole sairautta parantavaa eikä kuntoa korjaavaa vaan kulloistakin matkailijan terveydentilaa ylläpitävää ja edistävää sekä vireyttä elämään antavaa. Hyvinvointimatkailu tuottaa asiakkaalle yksilöllistä ja kokonaisvaltaista hyvää oloa, joka voi olla sekä fyysistä että psyykkistä vireyttä antavaa.” (Visit Finland 2014, 5.)



Kuva 2. Hyvinvointimatkailun osa-alueita (Mukaillen Visit Finland 2005.)

Kuvassa 2 hyvinvointimatkailu on jaettu liikunnallisiin- ja kehon hyvinvointi palveluihin sekä erilaisiin hoito- ja hemmottelupalveluihin. Erilaiset hoidot ja hemmottelut sisältävät psyykkisiä palveluita, jotka auttavat rentoutumaan ja tuottamaan mielihyvää. Liikunnalliset ja kehon hyvinvointipalvelut sisältävät fyysisiä ominaisuuksia, jossa keskitytään enemmän kehon hyvinvointiin. Molempien osuuksien aktiviteeteista saadaan koottua erilaisia wellness-paketteja, jotka voivat sisältää joko useampia tuotteita tai vain yhden niistä. (Visit Finland 2005.)

### 3.2 Hyvinvointimatkailun historia

Hyvinvointimatkailu alkoi kylpylätoiminnalla, joka sai alkunsa Babyloniasta ja antiikin Kreikasta. Alkujaan kylpylöihin hakeuduttiin erilaisiin hoitoihin, puhdistautumaan sekä osallistumaan sosiaalisiin tapahtumiin. Kylpylätoiminta levisi ympäri Eurooppaa, mutta sen suosio nousi vasta 1500–1600-luvuilla, kun kau-

punkien siisteyttä saatiin parannettua. Syynä kylpylöiden suosioon oli, että veden mineraalien uskottiin edistävän terveyttä niin sisäisesti kuin ulkoisestikin. (Smith & Puczkó 2009, 24.)

1800-luvulla keksittiin höyryvoima, jolloin matkustamisesta tuli helpompaa ja halvempaa. Tämän ansiosta ihmiset alkoivat hakeutua kylpyläkohteista syrjäisemmille seuduille. Tuolloin kiinnostus kohdistui varsinkin luontoon ja sen koskemattomuuteen sekä villeyteen. Luonto tarjosi ihmisille henkistä virkistävyyttä sekä liikuntamahdollisuuksia, jolloin alettiin huomata liikunnan tuomia terveyshyötyjä. (Suontausta & Tyni 2005, 11.)

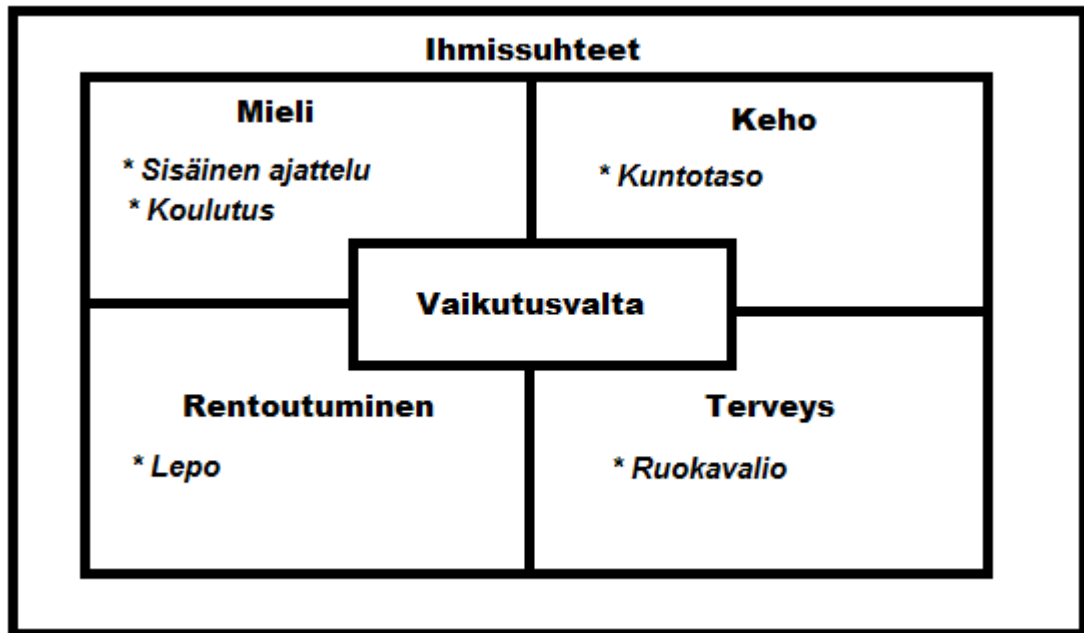
Liikuntakeskuksia alettiin perustamaan maaseuduille 1900-luvun alussa, missä keskityttiin kuntoiluun ja terveelliseen ruokavalioon. Liikuntamatkojen suosio alkoi nousta, jolloin lähdettiin lomailemaan erilaisiin keskuksiin tarkoituksena pudottaa painoa ja parantaa kuntoa. (Suontausta & Tyni 2005, 12.)

Nykypäivän liikuntakeskukset, jotka harjoittavat hyvinvointimatkailua ovat saaneet vaikutteita Deborah ja Edmond Szekelyn kylpylästä ja terveellisen elämän keskuksista, joka avattiin vuonna 1939 Kaliforniaan. Toisina vaikuttajina toimivat Mel ja Enid Zuckerman, jotka avasivat vuonna 1979 samankaltaisen paikan Arizonaan. Molemmat keskukset toimivat vielä nykyäänkin tarjoten erilaisia hoitoja, fitness-palveluja sekä lääketieteellisesti ohjattuja wellness-ohjelmia. (Suontausta & Tyni 2005, 12.)

### **3.3 Wellnessin määrittely**

Tutkielma perustuu hyvinvointimatkailun liikunnalliseen puoleen sisältäen kuntoilun ja ruokailun. Tätä hyvinvointimatkailun osa-aluetta kutsutaan wellness-matkailuksi, siinä hyvinvointia haetaan enemmän kuntoilusta kuin rentoutumispalveluista (Global Spa Summit 2011, 4). Tässä työssä sanalla wellness kuva-

taan elämäntyyliä, jolla pyritään saavuttamaan hyvinvointia. Sana wellness tulee sanoista well-being ja fitness, jotka tarkoittavat suomeksi hyvinvointia ja kuntoa. Wellness-käsitteen on kehittänyt amerikkalainen lääkäri Halbert L. Dunn vuonna 1959. (Suontausta & Tyni 2005, 42.)



Kuva 3. Müllerin ja Kaufmannin laajennettu wellnessmalli (Mukaillen Hotelmule 2013).

Müller ja Kaufmann määrittivät vuonna 2000 wellnessin terveydentilaksi, jossa keho, mieli ja sielu ovat tasapainossa. Kuvassa 3 on tasapainoon vaikuttavat osa-alueet, joita ovat kuntotaso, ruokavalio, lepo, koulutus sekä uloimmalla kehällä ihmissuhteet. (Erfurt-Cooper & Cooper 2009, 8.)

Kuluttajatutkimuskeskuksen vapaa-ajan kulutusta käsittelevässä tutkimushankkeessa wellness on määritelty ”aktiiviseksi hyvinvoinniksi, jota tarkastellaan yksilöiden elämäntyylien kautta ja jossa yksilön vastuu oman hyvinvointinsa tuottajana ja arvioijana on keskeinen”. Lisäksi wellnessiin kuuluva hyvinvointi määriteltiin ”kokonaisvaltaiseksi mielihyväksi ja ilon tunteeksi, joiden

syntymisessä terveys, urheilu, kunto ja ruokavalio korostuvat.” (Suontausta & Tyni 2005, 68.)

Wellness-elämäntyyli koostuu pääasiassa kuntoilusta ja terveellisestä ruokavaliosta. Kuntoilun ja ruokavalion avulla pyritään ylläpitämään terveyttä ja saavuttamaan tasapainoinen mieli. Tällaisen elämäntyylin ylläpitäminen saattaa viedä joskus kauankin aikaa. Ihmisen eläessä terveellisesti ja pitäen huolta itsestään, muokkautuu hänen käytöksensä sekä jokapäiväiset valintansa huomaamattaan. Näitä valintoja ovat esimerkiksi ruokakaupasta terveellisemmän vaihtoehdon valitseminen tai pyöräily töihin autoilun sijasta. (Hoeger & Hoeger 2014, 14; Fair 2011, 19.)

Wellness-elämäntyyllissä kuntoilun tulee olla säännöllistä hyvinvoinnin edistämiseksi. Kuntoilun ollessa jatkuvaa se ehkäisee muun muassa verenpaineen kohoamista ja vähentää sydän- sekä verisuonitautien riskiä, ehkäisee osteoporoosia, vähentää tyypin 2 diabeteksen riskiä, lisää psyykkistä ja fyysistä jaksamista sekä parantaa unen laatua. Kuntoillessa mieliala kohenee sekä ihminen rentoutuu, jolloin myös stressaavat asiat unohtuvat. (Kannas, Eskola, Välimaa & Mustajoki 2013, 161.)

Liikuntasuositus terveyden edistämiseen ja säilyttämiseen olisi harrastaa kohtuukuormitteista kestävyysliikuntaa 30 minuuttia päivässä. Kestävyysliikunnalla tarkoitetaan esimerkiksi juoksu-, uinti- tai pyöräilylenkkiä, missä tulee hiki, mutta pystyy silti puhua puuskuttamatta (Trainer4you 2016). Liikuntasuoritusten kestoa voi vaihdella itselleen sopivaksi, mutta viikossa tulisi harrastaa kestävyysliikuntaa yhteensä 2,5 tuntia. Näiden lisäksi olisi hyvä harrastaa vielä muutama kerta viikossa kuntoa ylläpitävää ja lisäävää liikuntaa luustolihashasten voimalle ja kestävyydelle sekä nivelten liikkuvuudella ja tasapainolle. (Duodecimin ja Käypä hoito – johtoryhmän asettama työryhmä 2010.)

Monet matkatoimistot järjestävät wellness-matkoja, joissa asiakkailta on mahdollisuus harrastaa erilaisia lajeja, kuten tennistä, kuntosalia, ryhmäliikuntaa tai vesiurheilua. Lisäksi useimmista kohteista löytyy rentoutumiseen suunnattuja palveluita, kuten erilaisia saunoja sekä hoitoja. (Tjäreborg 2015.) Toisinaan wellness-matkat voivat perustua pelkästään yhden lajin syventämiseen, kuten lihasharjoitteluun kuntosalilla (Finnmatkat 2016).

Kuntoilijan liikuntasuosituksien täytyttyä tulee huomioida myös riittävä lepo sekä oikeanlainen ravinto. Lihaksisto kehittyy ja palautuu levossa, joten suositeltu määrä unta olisi 7–9 tuntia yössä. Viikossa olisi hyvä pitää myös vähintään kaksi lepopäivää, jolloin ei harrastettaisi raskasta liikuntaa. (Aalto & Seppänen 2013, 29.)

Levon lisäksi ravinnollakin on suuri merkitys kuntoiluun, sillä se auttaa saavuttamaan tavoitteita, jaksamaan ja pysymään terveenä. Perusideana olisi noudattaa ruokalautasmallia, missä on  $\frac{1}{4}$  hiilihydraatteja ja  $\frac{1}{4}$  lihaa sekä  $\frac{1}{2}$  kasviksia. Ravinnossa tulisi huomioida, että saisi tarpeeksi proteiineja, hiilihydraatteja, hyviä rasvoja, kuituja, nesteitä sekä vitamiineja. (Aalto & Seppänen 2013, 31–33.)

Terveellinen ruokavalio koostuu hyvistä rasvoista, puhtaasta sekä vähäsokerisesta ruoasta. Herkuttelupäiviä ei tulisi pitää liikaa viikossa, vaan kohtuus tulisi säilyä kaikessa syömässämme. Suosituksena olisi syödä yhteensä puoli kiloa vihanneksia, marjoja ja hedelmiä päivässä. Ravinnon laadun lisäksi olisi tärkeää pitää myös oikeanlainen ateriarytmi. Ateriavälin olisi hyvä olla noin 3–4 tuntia ja ateriakertoja tulisi olla päivässä noin 4–6. (Aalto & Seppänen 2013, 33–36.)

Ruoalla on myös iso osa wellness-elämäntyyliä. Tällöin ihmiset, jotka elävät aktiivista wellness-elämää, haluavat syödä terveellisesti myös lomallaan. Robinson-hotelliketju on huomionnut tämän palveluissaan ja teettänyt WellFood-osion. WellFood on hotellin ravintolassa sijaitseva osio, mistä asiakas voi löytää ter-

veellisiä, lähellä tuotettuja, proteiinipitoisia sekä ei tarpeettomia hiilihydraatteja sisältäviä ruokia. (Finnmatkat 2016.)

## 4 Motivaatiot, arvot ja kuluttajakäyttäytyminen

### 4.1 Motivaatio ja matkustusmotiivit

Tavoitteiden saavuttamiseen tarvitaan motivaatiota, mikä ohjaa ihmisen käyttäytymistä. Motivaatio koostuu erilaisista osioista, joita ovat tarpeet, halut, vietit tai palkkiot sekä rangaistukset. Ne vaihtelevat ihmisten mielenkiinnon kohteiden mukaan ja siinä, kuinka vahvasti ne ohjaavat ihmistä. (Terveysverkko 2011.)



Kuva 4. Motivaation osatekijät (Mukaiillen Nummenmaa & Seppänen 2014).

Kuvassa 4 on esitetty motivaation kolme osatekijää. Ensimmäisenä on tavoitteet, mitkä motivoivat ihmistä. Seuraavana on onnistumisen ennakointi, mikä säätelee motivaatiota ja toimii arviona ihmisen kyvyistä ja ympäristön antamasta tuesta. Viimeisenä tulee fiilikset, mitkä ylläpitävät motivaatiota. Toiminnan tuottama tekemisen ilo motivoi jatkamaan tekemistä, kuten kuntoilua. (Nummenmaa & Seppänen 2014, 76.)

Motivaatio voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen motivaatioon, jotka eroavat toisistaan palkkioiden, käyttäytymistä virittävien tai suuntaavien motiivien kautta. Sisäinen motivaatio syntyy ihmisen omista mielenkiinnonkohteista. Se ohjaa ihmisen toimintaa ilman ulkoista palkkiota, mutta sisäisenä palkkiona ihminen saa toiminnastaan hyvää oloa sekä tyydytystä. Sisäiset motivaatiot ovat usein pitkäkestoisia ja saattavat ajan kuluessa muuttua ihmisen pysyviksi motiiveiksi. (Terveysverkko 2011.) Esimerkkinä sisäisestä motivaatiosta voisi olla liikunta, jota harrastetaan omaksi ilokseen ja mielihyvän tunteen takia.

Ulkoisessa motivaatiossa motiivi ei lähde ihmisestä itsestään, vaan ympäristöstä tulevasta motiivista. Nämä ovat usein lyhytkestoisia ja motiivina on jokin palkkio. Ihminen ei välttämättä koe toimintaansa itselleen mukavaksi, mutta hänen on vietävä toiminta loppuun asti saavuttaakseen palkkionsa. (Terveysverkko 2011.) Esimerkiksi työskentely rahan takia on usein ulkoista motivaatiota.

Matkustusmotiivi-luokitteluja on erilaisia, joista yksi on McIntoshin ja Goeldnerin (1988) esittämä ryhmittely, jonka Suontausta ja Tyni mainitsevat kirjassaan. Tässä ryhmittelyssä matkustusmotiivit on jaettu neljään eri luokkaan. Nämä luokat ovat fyysiset, kulttuuriset, ihmisten väliset, status- ja arvostustekijät. Wellness-matkailijoiden motiivit luokitellaan fyysisiin tekijöihin, joissa ne perustuvat henkiseen ja ruumiilliseen virkistykseen, terveyteen, urheiluun ja huvitteluun. Tässä luokittelussa otetaan huomioon henkinen hyvinvointi ja mielenterveys, jotka ovat myös iso osa wellnessiä, liikunnan harrastamisen ja terveyden lisäksi. (Suontausta & Tyni 2005, 100.)

Fyysisten tekijöiden lisäksi myös status- ja arvostustekijät voivat olla yksi motiivi wellness-matkalle. Status- ja arvostustekijöiden päämotiivit perustuvat haluun syventyä harrastuksiin ja täydentää opintoja sekä tietoa, jolloin kuntoilija pystyy kehittymään lajissaan sekä muuttamaan toimintoja enemmän hyvinvoinnin edistämiseksi. Osalle motiivina toimii halu saada arvostusta muilta ihmisiltä ja/tai

vahvistaa omaa egoaan, koska wellness on yksi tämänhetkisistä trendeistä. (Sitra 2015.)

Iso-Aholan (1982) laatima vapaa-ajan ja turismin motivaatioiden viitekehys sisältää kaksi ulottuvuutta, jotka ovat pakomotiivit arkiympäristöstä ja etsimismotiivit arkiympäristön ulkopuolelta. Usein nämä motiivit ovat kyseessä silloin, kun ihmiset haluavat paeta normaaleja arkirutiineja. Normaalisti ihmisten arkeen kuuluvat stressi sekä liian kiireinen aikataulu, jolloin oma hyvinvointi kärsii. (Suontausta & Tyni 2005, 102.) Toisinaan matkan syynä voi olla pakeneminen omasta henkilökohtaisesta elämästä. Tuolloin ihmisellä saattaa olla ongelmia, vaikeuksia tai epäonnistumisia elämässään. Syynä voi olla myös ihmissuhteet, jolloin matkalle saatetaan lähteä pakoon kollegoitaan, perheenjäseniään, sukulaisiaan, ystäviään tai naapureitaan. (Iso-Ahola 1982, 259–260.)

Matkaltaan ihminen saattaa etsiä henkilökohtaisia palkkioita, kuten lepoa ja rentoutumista, akkujen lataamista, itsetunnon kohottamista tai ihminen haluaa oppia uusista kulttuureista. Ihminen voi myös tavoitella palkkioita ihmissuhteisiinsa kartuttamalla sosiaalisia vuorovaikutuksia, pääsemällä vuorovaikutukseen ystävällisten paikallisten tai matkaseuralaisten kanssa, viettämällä aikaa vanhojen ystävien kanssa uudessa ympäristössä tai uusien ystävien kanssa vanhassa ympäristössä. (Iso-Ahola 1982, 259–260.)



Pako arkiympäristöstä	Sisäisten "palkintojen" tavoittelu		
		Henkilökohtaiset "palkinnot"	"Palkinnot" ihmissuhteisiin
	Henkilökohtainen elämä	(1)	(2)
	Ihmissuhteet	(3)	(4)

Kuva 5. Sosiaalipsykologinen malli matkailun motiiveista (Mukaillen Iso-Ahola 1982, 259).

Kuvassa 5 on Iso-Aholan teoriaa kahdella pääulottuvuudella, joita ovat pako arkiympäristöstä ja sisäisten "palkintojen" tavoittelu. Lisäksi siinä on kaksi tasoa, henkilökohtainen ja ihmissuhteiden taso. Iso-Aholan mukaan turistit voidaan jakaa neljään luokkaan matkustusmotiivinsa perusteella. (Iso-Ahola 1982, 259–260.) Kuvan 5 mukaan ihminen voi matkustaa paetakseen henkilökohtaista elämäänsä ja etsiäkseen henkilökohtaisia palkkioita (1). Toinen voi taas matkustaa paetakseen ihmissuhdeympyröitään ja tavoitellakseen henkilökohtaista palkkiota matkaltaan (3). Lisäksi on ihmisiä, joiden matkustusmotiivit koostuvat erilaisista kombinaatioista. Heidän motivaationsa vaihtelevat joka kerta, kun he matkustavat. Tämä riippuu siitä, mitä heille on tapahtunut ennen, kun he tekevät päätöksen lähteä matkalle. Lopuksi on myös joukko ihmisiä, jotka yhden matkan aikana toteuttavat kaikkia matkustusmotiiveja. He voivat aloittaa matkansa yhden motivaation innoittamana mutta päätyä toiseen motivaatiotekijään matkansa aikana. (Iso-Ahola 1982, 259–260.)

Motiivitasoja on erilaisia, kuten myös kuntoilijoita. Suurin osa heistä suosii rauhallisia matkakohteita, joissa voivat harjoittaa aktiivista hyvinvointia. Matkan sisältö pohjautuu harrastuksiin tai erilaisiin aktiviteetteihin, joilla tavoitellaan kokonaisvaltaista hyvinvointia. Kokonaisvaltaisella hyvinvoinnilla tarkoitetaan

tasapainoa levon ja liikunnan välillä. Matkalle saatetaan lähteä myös hakemaan elämyksiä hyvinvointipalveluista ja aktiviteeteista. Toisille wellness on elämäntyyli, jolloin matkakohteen valintaan vaikuttaa saatavilla olevat hyvinvointipalvelut. Wellness voi siis olla ensisijainen syy matkustaa tai yksi motiivi muiden seassa. (Suontausta & Tyni 2005, 104, 127.)

## 4.2 Arvot

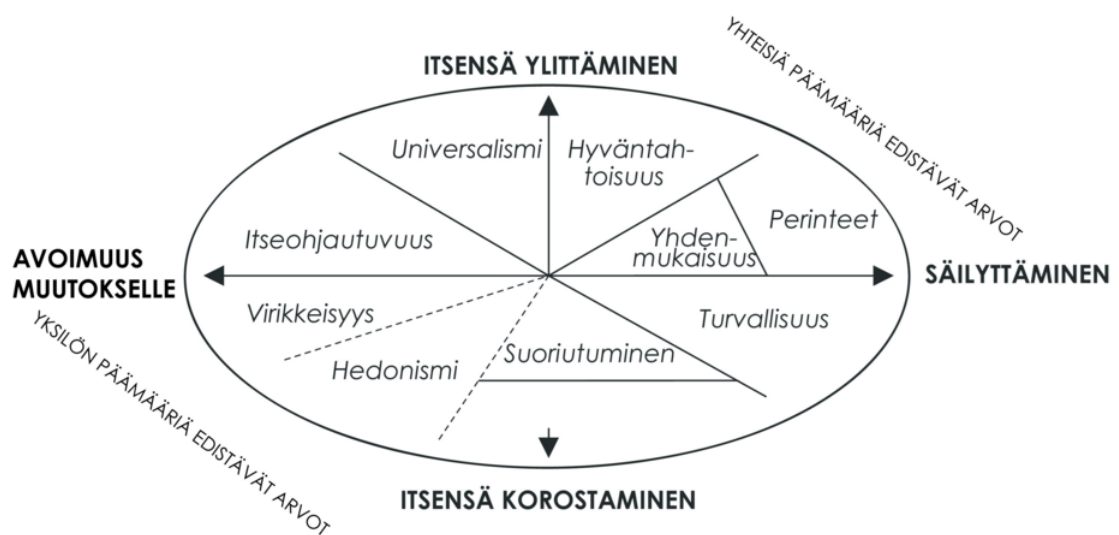
Ihmiset tekevät usein valintoja ja havaintoja arvojensa kautta. Oppimishaluun vaikuttavat myös arvoasteikkomme kärkipäässä olevat arvot. Esimerkkinä voisin mainita oman kiinnostukseni ja arvostukseni kuntoiluun ja ravintoon, minkä takia lähdin kouluttautumaan personal traineriksi.

Perityt arvot tulevat jo lapsuudestamme. Tuolloin otamme mallia vanhemmilta ja läheisiltämme, jotka ovat esimerkillään vaikuttaneet ajatuksiimme ja käyttäytymiseemme. Koettuja arvoja ovat ne arvot, jotka ovat tulleet ihmisen elämään esimerkiksi jonkin vastoinkäymisen kautta. (Nummenmaa & Seppänen 2014, 68–72.) Ihmisen ajatusmaailman tärkeysjärjestys saattaa muuttua kokemuksen myötä. Esimerkiksi sairastuttuaan pahasti ihminen alkaa arvostaa terveyttä rahaa enemmän.

On olemassa myös vastakkaisia arvoja, jotka voivat olla peräsin lapsuudestamme. Syynä vastakkaiselle arvolle voi olla esimerkiksi vanhempien alkoholismi tai vanhanaikaiset perinteet. Seurauksena aletaan vastustaa alkoholia tai käyttäytyä perinteitä vastaan, koska ne aiheuttavat ihmisessä negatiivisia tunteita, joiden takia niitä pyritään välttämään. (Solomon, Bamossy, Askegaard & Hogg 2013, 210–211.)

Arvoteorioita on paljon, mutta Shalom Schwartzin teoria on noussut yhdeksi tunnetuimmista. Hänen teoriansa on selkeä ja sitä on helppo ymmärtää arvoke-

hän avulla (kuva 6). Schwartz on psykologian professori, joka kehitti (1992) empiirisesti testattavissa olevan universaalien eli eri kulttuureissa pätevän arvoteorian. Hänen teoriassaan arvot liittyvät toisiinsa ollen joko toisiaan täydentäviä tai keskenään konfliktissa. (Schwartz 2012.)



Kuva 6. Schwartzin arvokehä (Mukaien Schwartz 2012).

Kuvassa 6 on Schwartzin yksilöiden arvoja käsittelevän teorian arvokehä. Siihen on kiteytetty ihmisen arvomaailman eri arvoja. Kehä on jaettu kahteen eri osaan, jossa toisella puolella on yksilön päämääriä- ja toisella yhteisiä päämääriä edistävät arvot.

Yksilön päämääriä edistäviä arvoja ovat itseohjautuvuus, jonka tavoitteena on itsenäinen ajattelu ja toiminta, valitseminen, luominen ja tutkiminen. Seuraavana on virikkeisyys, jolloin tarpeena on vaihtelu ja virikkeisyys aktiivisuuden säilyttämiseksi. Arvon tavoitteeksi nousee jännitys, uutuus ja haasteet elämässä. Itseohjautuvuus ja virikkeisyys arvot luovat ihmiselle avoimuuden muutoksille elämässä. (Schwartz 2012.)

Lisäksi yksilön päämääriä edistäviin arvoihin kuuluu hedonismi ja suoriutuminen. Hedonismissa tarpeena on nautinnon tyydyttäminen ja tavoitteena on mielihyvä sekä aistinautinnot. Suoriutumisarvossa tarpeena on toimia pätevästi ja tavoitteena on henkilökohtainen menestyminen sekä itsensä korostaminen. (Schwartz 2012.)

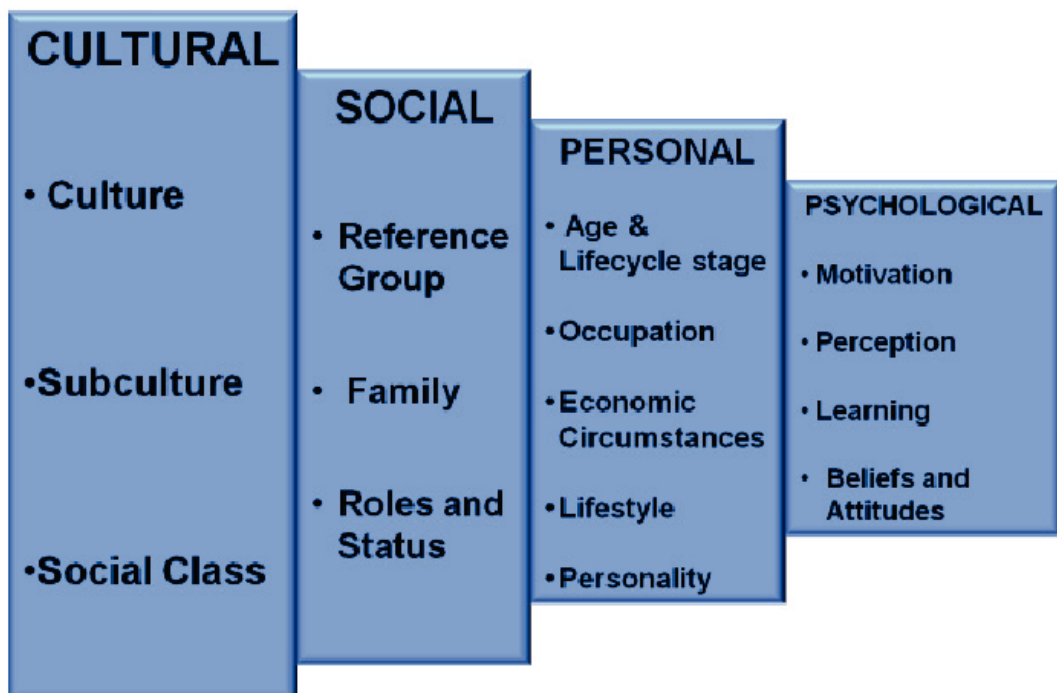
Yhteisiä päämääriä edistävissä arvoissa ihmiset pyrkivät säilyttämään tiettyjä asioita arvojensa avulla. Yksi näistä arvoista on turvallisuus, jolloin arvon tavoitteena on yhteiskunnan, ihmissuhteiden ja yksilön turvallisuus, harmonia ja pysyvyys. Toisena on yhdenmukaisuus arvo, jossa tarpeena on vältellä taipumuksia, jotka aiheuttavat ongelmia ryhmän toiminnalle tai häiritsevät sosiaalista kanssakäymistä. Tavoitteena on välttää kaikkea, mikä voisi järkyttää muita tai loukata sosiaalisia odotuksia ja normeja. Perinteiden säilyttäminen on myös tärkeää ja perinteet arvon tavoitteena onkin kulttuurin ja uskonnon välittämien tapojen ja aatteiden kunnioitus sekä niihin sitoutuminen ja hyväksyntä. (Schwartz 2012.)

Yhteisiin päämääriin edistäviin arvoihin kuuluu myös hyväntahtoisuus ja universalismi, joiden avulla ihminen pystyy ylittämään itsensä. Hyväntahtoisuus arvon tavoitteena on pitää huolta läheisten hyvinvoinnista. Universalismin tavoite on hieman laajempi, sillä siinä tavoitteena on kaikkien ihmisten ja luonnon hyvinvoinnin ymmärtäminen, arvostaminen, hyväksyminen ja suojeleminen. (Schwartz 2012.)

Wellness-elämäntyylistä voi päätellä hieman heidän arvojaan. Yksi tärkeimmistä arvoista heillä on hedonismi, jolloin liikunta, hyvä terveys, terveellinen ruoka ja oma hyvinvointi nousevat pintaan. Arvot ohjaavat elämänlaatua ja tätä kautta kuluttajakäyttäytymistä, jota käsitellään seuraavassa kappaleessa.

### 4.3 Kuluttajakäyttäytyminen

Ihmisen havaitessa jonkin tarpeen tai halun, hän usein menee ja ostaa tietyn tuotteen tai palvelun. Käytän tässä esimerkkinä juoksuhausuja, jolloin kuluttaja valitsee kaupasta hyvältä tuntuvat juoksuhausut. Valinnan jälkeen hän siirtyy kassalle ja maksaa tuotteen. Tämän jälkeen hän käyttää juoksuhausuja lenkkeillessään ja tekee mielipiteen niiden laadusta. Kuluttajan tarpeet on tyydytetty, jos hän kokee, että housut ovat laadukkaat eli materiaali on hengittävää ja kestää kulutusta. Tätä edellä mainittua prosessia kutsutaan kuluttajakäyttäytymiseksi.



Kuva 7. Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät. (Mukaiillen Business study notes 2015).

Kuvasta 7 näkee, että kulttuuriset, sosiaaliset, henkilökohtaiset ja psykologiset tekijät vaikuttavat kuluttajakäyttäytymiseen. Nämä tekijät vaihtelevat elämän aikana, jolloin kuluttajakäyttäytyminenkin muuttuu. (Solomon ym. 2013, 2–13.)

Elämäntyyli on iso osa kuluttajakäyttäytymistä, sillä se määrittää kuinka käytämme rahaa ja vapaa-aikaamme. Kuntoilija, joka pyrkii saavuttamaan hyvinvoinnin, käyttää vapaa-aikansa kuntoillen ja syöden terveellisesti. Tällöin hän kuluttaa rahaansa itselleen tärkeisiin asioihin, kuten liikuntamaksuihin, urheiluvaatteisiin ja terveellisiin ruoka-aineisiin. (Kotro & Pantzar, 2005, 184.)

## **5 Opinnäytetyön toteuttaminen**

### **5.1 Tutkimussuunnitelma ja aineiston kerääminen**

Opinnäytetyö on laadullinen analyysi, jossa hyödynnetään määrällistä aineistoa. Työ perustuu tiedonhankintaan, tarkoin rajattuun kohdejoukkoon sekä ihmisiltä kerättyyn tietoon (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 155). Teoriaosuudessa hyödynnettiin matkailun, kuntoilun ja hyvinvoinnin kirjallisuutta sekä internetlähteitä. Tiedonhankinnassa käytettiin hyödyksi myös erilaisia blogeja, joiden kirjoittajat ovat kuntoilullisia, matkustelevat paljon ja noudattavat wellness-elämäntyyliä. Lisäksi aineistoa saatiin urheilulehdistä sekä personal trainer-koulutuksesta.

Teorian lisäksi opinnäytetyö perustuu suurimmaksi osaksi aineiston keruuseen, joka suoritettiin paperisilla- ja sähköisillä kyselylomakkeilla. Vastaajat rajattiin kuntokeskuksen asiakkaisiin, jotta saataisiin omakohtaisia ja kohderyhmän asiakkaiden vastauksia. Kyselylomakkeet (Liite 1) toimitettiin toimeksiantajalle LadyLinelle suunnitelmaseminaarin jälkeen toukokuussa. He lähettivät lomakkeet sähköisinä asiakkailleen sekä pyysivät asiakkaitaan vastaamaan paperiversioihin paikan päällä.

Kysely valittiin, koska sillä saa nopeasti kerättyä tutkimusaineistoa lyhyessä ajassa. Suurimpana ongelmana kyselylomakkeissa kuitenkin on, ettei tutkija voi

olla varma vastausten todenmukaisuudesta. Kyselylomakkeista tehtiin lyhyitä ja ytimekkäitä, jotta vastaajien mielenkiinto säilyisi lomakkeen loppuun asti.

Kyselylomakkeessa oli avoimia ja monivalintakysymyksiä. Avoimista kysymyksistä oli enemmän hyötyä, koska niihin pystyi vastaamaan vapaammin ja lisätä omia ajatuksia. Monivalintakysymyksiä käytettiin alussa, jolloin selvitettiin vastaajan taustatietoja. Jokaisessa monivalintakysymyksessä oli muuta-kohta, jolloin vastaajilla oli mahdollisuus vastata laajemmin.

Kysely testattiin muutamalla ihmisellä ennen sen julkaisemista. Heille lähetettiin linkki sähköiseen kyselyyn, jonka he täyttivät. Testauksella nähtiin, kuinka kauan se vei aikaa sekä ymmärrettiinkö kysymykset oikein.

### **5.3 Aineiston käsittely ja analysointi**

Kysely oli avoinna 24.05.–14.06.2016, jonka jälkeen aineistoa alettiin käsitellä. Vastauksia tuli yhteensä 95 kappaletta ja kaikki oli täytetty asianmukaisesti. Vastauksista 48 kappaletta oli paperisia ja loput sähköisiä. Sähköinen kysely toteutettiin Googlen kautta, jonka linkin LadyLine lähetti asiakkaidensa sähköpostiin. Paperiset kyselylomakkeet olivat esillä LadyLinen vastaanotossa.

Aineiston analysointi aloitettiin tarkistamalla silmämääräisesti vastauksien laatu ja totuudenmukaisuus. Paperiset kyselyt kirjoitettiin sähköiseen muotoon Google Formsiin, jolloin kaikki tulokset saatiin koottua yhteen.

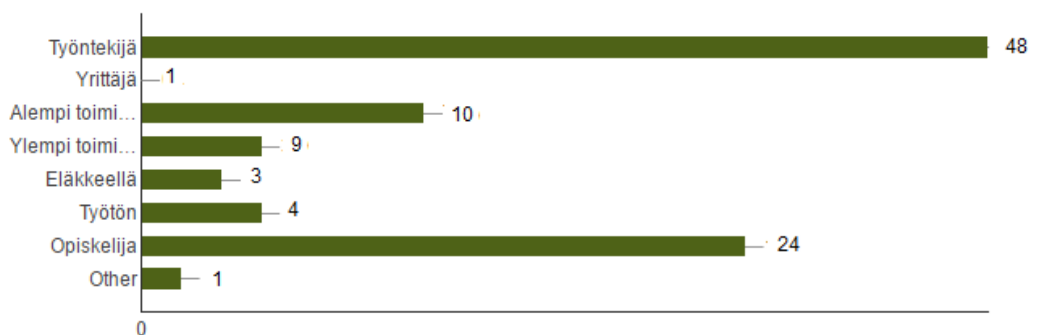
## 6 Tulokset

### 6.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajia oli yhteensä 95. Yksi heistä oli ulkomaalainen, jonka suomen kielen taito oli vähäistä ja tämän takia hänen vastauksensa olivat niukkoja. Kaksi vastaajaa ei ollut huomannut paperikyselyn jatkuvan toiselle puolelle, jolloin vastaukset jäivät vajaiksi. Muuten kyselyyn vastattiin hyvin ja avoimiin kysymyksiin kattavasti.

Taustatietoina kysyttiin LadyLinen asiakkailta ikää, siviilisäätyä, työssäoloa sekä vuosituloa. Kaikki vastaajat olivat naisia, sillä LadyLine -kuntokeskus on suunnattu ainoastaan naisille. Nuorin vastaaja oli 17-vuotias ja vanhin 66-vuotias. Suurin osa vastaajista oli 20–30 -vuotiaita, joita oli 50 kappaletta.

#### Työssäolo



Kuvio 1. Kyselyn tulokset työssäolosta.

72 % vastanneista oli parisuhteessa olevia ja suurin osa vastaajista oli työntekijöitä (kuvio 1). Seuraavaksi suurin ryhmä oli opiskelijat. Vuositulot jakaantuivat melko lailla, koska LadyLinen asiakaskunta on hyvin laajaa. Suurimmalla osalla

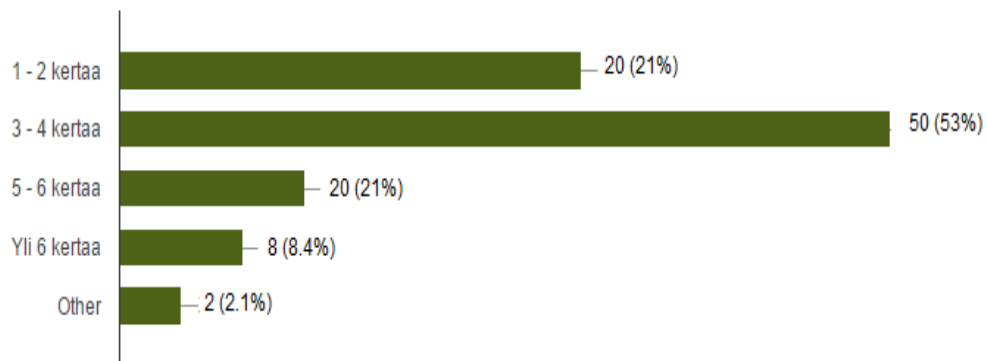


tulot olivat vuodessa noin 30 000–49 999 €, mutta 19 % vastaajien vuosituloista olivat 15 000–29 999 € sekä 5 000–9 999 €.

## 6.2 Kuntoilu- ja ruokatottumukset

Seuraavaksi selvitettiin vastaajien kuntoilu tottumuksia. Aluksi kysyttiin, kuinka usein kuntoillaan viikossa sekä millaista kuntoilua harrastetaan. Lisäksi selvitettiin miksi he kuntoilevat ja kuinka se vaikuttaa heihin.

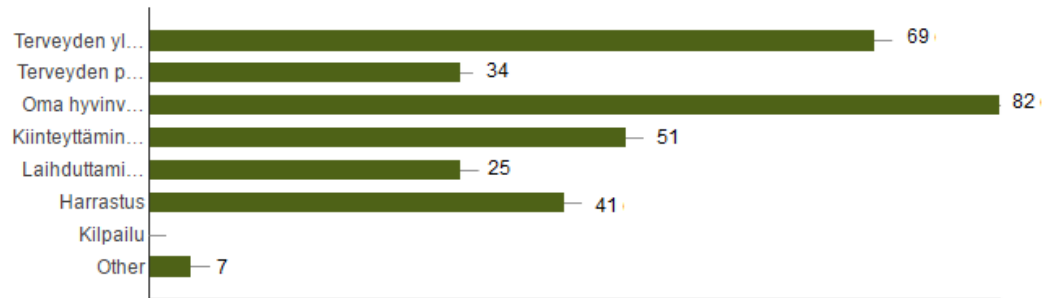
### Kuinka usein kuntoilet viikossa?



Kuvio 2. Viikon kuntoilukerrat.

Kuviosta 2 huomaa, että pääasiassa vastaajat kuntoilivat 3–4 kertaa, mutta 21 % heistä kuntoili 1–2 kertaa viikossa. Melkein jokainen vastaaja kävi kuntosalilla ja lisäksi suurin suosio oli lenkkeilyssä sekä ryhmäliikunnoissa, kuten zumbassa, spinningissä ja bodypumpissa.

### Minkä takia kuntoilet?

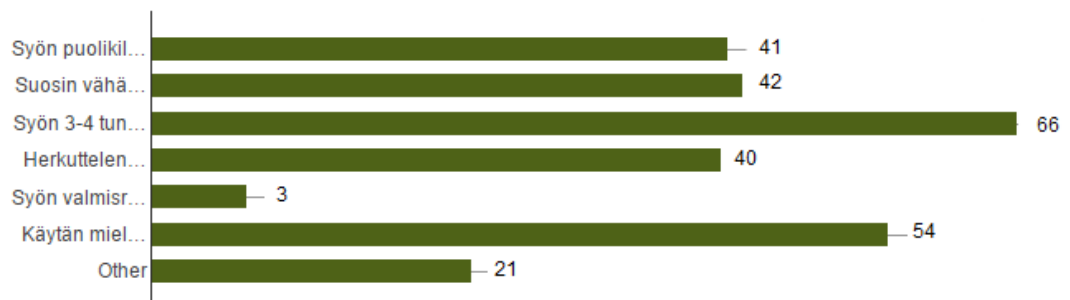


Kuvio 3. Syy kuntoilulle.

Minkä takia kuntoilet -kysymys oli monivalintakysymys ja kuviosta 3 voidaan nähdä, että suurin syy kuntoilulle oli oma hyvinvointi ja seuraava syy oli terveyden ylläpitäminen. Seuraavaksi suurimmat joukot olivat kiinteytyjät sekä harrastajat, mutta useimmalla oli lisäksi myös oma hyvinvointi -kohta valittuna.

Kuntoilun vaikutuksina päällimmäisinä esiin nousi sen tuoma energisyys sekä piristyminen. Lisäksi sen koettiin tuovan hyvää oloa sekä jaksamista niin henkisesti kuin fyysisestikin. Vastauksissa ilmeni myös, että kun kuntoilee, tulee syötyä paremmin, itsetunto kohoaa ja kuntoilusta on apua selkäkipuihin.

### Millainen on ruokavaliosi?



Kuvio 4. Monivalintakysymys ruokavaliosta.

Tässä osiossa selvitettiin vastaajien ruokavaliota kuviossa 4 näkyvällä monivalintakysymyksellä. Vastaus vaihtoehdot olivat: *syön puolikiloa päivässä kasviksia, syön 3–4 tunnin välein, suosin vähärasvaisia tuotteita, herkuttelen viikossa yli 2 kertaa, syön valmisruokaa enemmän kuin kotiruokaa, käytän mieluummin tummaa pastaa kuin vaaleaa sekä other-kohta*, johon sai vastata vapaasti.

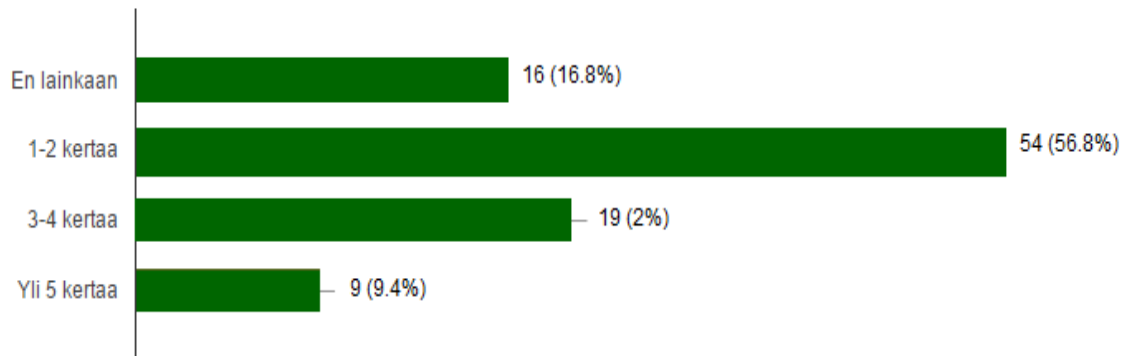
Monet vastaajista söivät säännöllisesti, vaikka usein syöminen tuotti kiireellisen aikataulun takia monille ongelmia. Lisäksi monet käyttivät mieluummin tummaa pastaa vaalean sijaan, eikä valmisruokiakaan heidän ruokavaliossaan näkynyt. Vastaajista neljäkymmentä herkutteli yli 2 kertaa viikossa. Heidän asenteensa oli melko rento ruokailujen suhteen, mikä selvisi Other-kohdasta, johon pystyi kirjoittamaan vapaasti omasta ruokavaliostaan.

Other-kohtaan vastasi moni ja vastaukset olivat melko erilaisia. Joillakin vastaajista oli erikoisruokavaliota, kuten maidoton tai gluteeniton, osa pyrki syömään mahdollisimman terveellisesti ja toiset taas punnitsivat jokaisen ruokansa. Lisäksi vastauksista selvisi, että he syövät tavallista kotiruokaa ja herkuttelevat kohtuullisesti.

### **6.3 Matkustuskerrat, syyt sekä suositut matkamuodot**

Kyselylomakkeen viimeisin ja pisin osio käsitteli matkustamista, koska opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää matkapaketteja kuntoilijoille. Matkustamista käsittelevät kysymykset on jaettu pienempiin osiin tuloksien avaamiseksi. Aluksi selvitettiin vastaajien matkustuskerrat vuodessa, syitä matkustamiselle sekä suosivatko he enemmän omatoimi- vai valmismatkoja ja miksi.

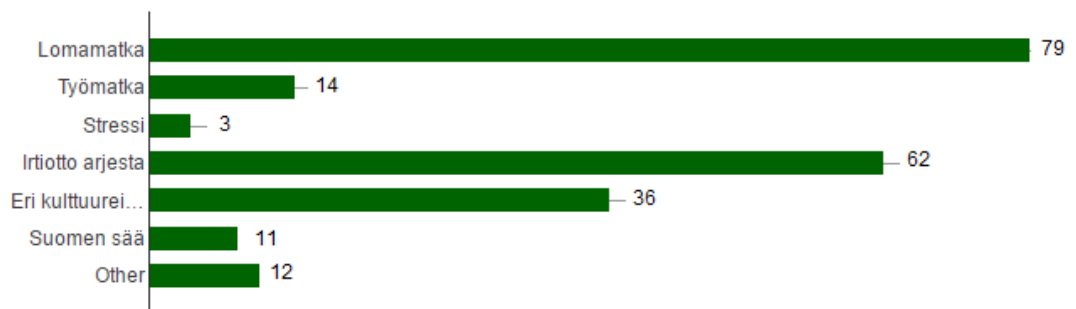
## Kuinka usein matkustat vuodessa?



Kuvio 5. Matkustuskerrat.

Vastaajista 57 % matkustivat 1–2 kertaa vuodessa ja yli 5 kertaa vain 9 % (kuvio 5). Tarkoituksena oli saada kysymyksellä vastaus kuntoilijoiden ulkomaanmatkoihin. Moni kuitenkin käsitti kysymyksen koskevan myös Suomen sisäisiä matkoja. Tämä saattoi väärentää tulosta siinä mielessä, että vastaajista osa laski mukaan kotimaan- ja toiset vain ulkomaanmatkansa.

## Miksi matkustat?



Kuvio 6. Monivalintakysymys matkustamiselle.

Kuviosta 6 näkee, että eniten vastaajat lähtivät matkoille lomailemaan, mutta osalle se oli irtiotto arjesta ja toiset halusivat lähteä näkemään eri kulttuuria. Lisäksi 14 vastaajaa matkusti työn, 11 Suomen sään ja 3 stressin takia. Tarken-

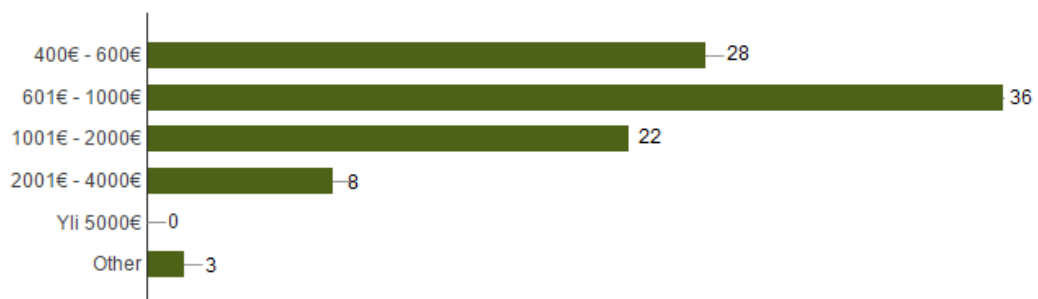
tavina kommentteina oli: ”Tykkään vaeltaa, joten menen Kolille ja samalla kylpylään.” sekä ”Tutut ulkomailla.”.

Vastaajista 72 % suosi omatoimimatkoja, koska silloin matka on juuri sellainen kuin itse haluaa, voi olla vapaammin, se on halvempi ja saa päättää itselleen sopivan ajankohdan. Omatoimimatkailijat halusivat myös tehdä paljon lomallaan ja käydä kiertelemässä eri kohteissa sekä tutustua paikallisiin lähemmin. 28 % kannatti valmismatkaa, koska se on helppo, turvallinen eikä tarvitse itse nähdä paljon vaivaa matkan suunnitteluun.

#### 6.4 Matkabudjetti, matkan kesto ja matkaseura

Seuraavaksi selvitettiin vastaajien matkabudjettia, mikä sisältäisi ruoat, majoitukset, käyttörahan ja lennot sekä kuinka pitkään heidän matkansa kestää ja keiden kanssa he matkustavat. Budjetti oli suurimmalla osalla 601 €–1000 €, kuten alla olevasta kuviosta 7 voi nähdä.

Mikä on budjettisi matkustaessa? (sis. ruoan, majoituksen, matkat ja käyttörahan)



Kuvio 7. Budjetti matkustaessa kysymyksen vastaukset.

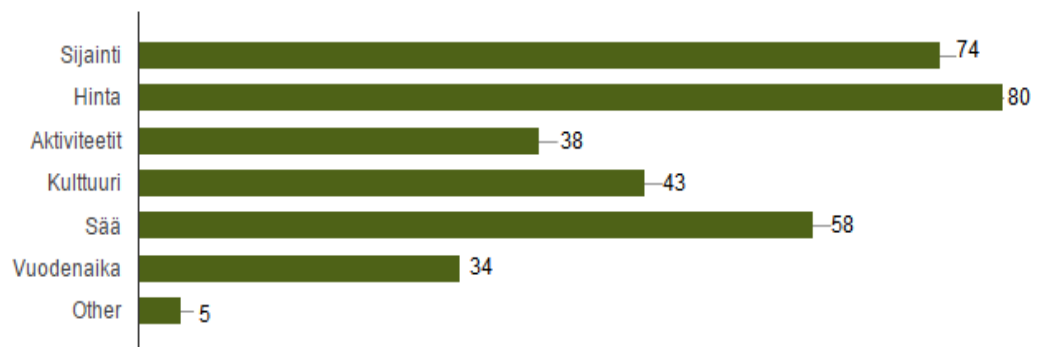
Matkan kesto oli useimmilla viikon, mikä selittää budjetin määrän. Seuraavaksi suosituimpia olivat 3–4 päivän ja 2 viikon kestävät matkat. Matkaseurana suu-

rimmalla osalla olivat ystävät, puoliso tai perhe. Matkalle harvemmin lähdettiin yksin tai sukulaisten kanssa.

## 6.5 Tiedonhankinta ja matkakohteiden valinta

Ennen matkakohteen valintaa haluttiin tietää majoituksen sijainti, kohteen lämpötila sekä millaisia aktiviteetteja ja liikuntamahdollisuuksia oli tarjolla. Lisäksi tietoa hankittiin liikenneyhteystiestä, luonnosta sekä alueen turvallisuudesta. Tiedonlähteenä käytettiin pääasiassa internetiä, tuttujen kokemuksia, matkanjärjestäjiä sekä blogeja. Harvemmin enää kirjoista ja lehdistä etsittiin tietoa.

### Mikä/mitkä vaikuttavat matkakohteesi valintaan?



Kuvio 8. Matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät.

Kuviosta 8 huomaa, mitkä olivat tärkeimmät seikat, jotka vaikuttivat matkakohteen valintaan. Hinnalla oli suurin vaikutus ja toiseksi sijainnilla. Seuraavaksi tärkeimpinä seikkoina pidettiin kohteen säätä, kulttuuria, aktiviteetteja sekä vuodenaikaa. Yhdelle vastaajista oli myös tärkeää, että kohteessa olisi hyviä kahviloita ja ravintoloita.

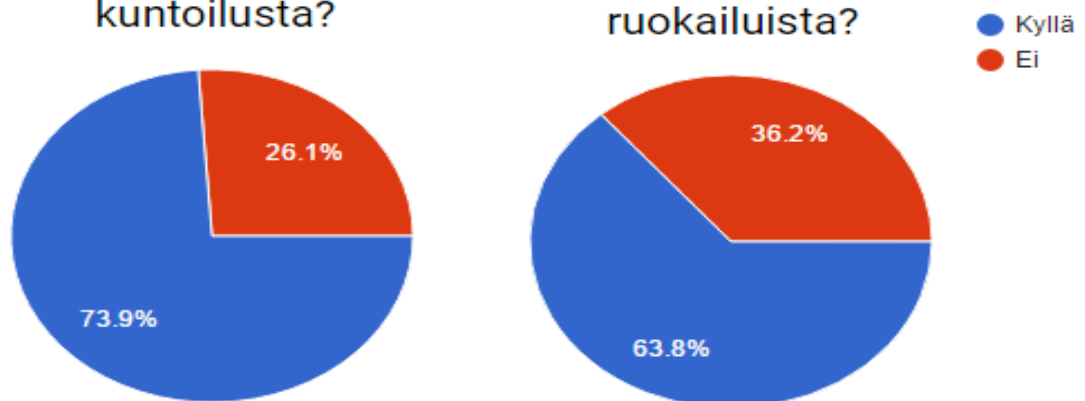
Yhtenä päätekijänä kohteen valinnassa oli sää, sillä vastaajat suosivat eniten lämpimiä kohteita. Suosiossa olivat myös kaupunkikohteet, Euroopan maat se-

kä rantalomat. Osalle oli tärkeää, että kohde olisi rauhallinen eikä siellä olisi turistiryisiä, kun taas toiset pitivät suosituista kohteista. Monet vastaajista matkustivat Suomen sisällä, jolloin kohteina olivat kylpylät ja muut matkakohteet. Lisäksi yksi vastaajista tykkäsi tehdä moottoripyöräreissuja ympäri Eurooppaa, toinen taas harrasti kiertomatkoja autolla, jolloin sai yhdistettyä maaseutua sekä kaupunkia. Osa vastaajista piti luontokohteista, jonne pääsisi nauttimaan metsästä ja ulkoilusta.

## 6.6 Kuntoilu ja ruokailu matkalla sekä niiden toteuttaminen

Vastaajista 49 % harrasti liikuntaa 1–2 kertaa viikossa lomansa aikana. Toiseksi suurin ryhmä oli he, jotka eivät harrastaneet liikuntaa lainkaan ja harvemmat harrastivat liikuntaa lomallaan 3–4 tai yli 5 kertaa. Lomalla liikunta on usein erilaista, koska mahdollisuuksia on enemmän. Moni harrastikin lomansa aikana paljon vesiaktiiviteetteja, snorklausta sekä uimista. Paljon liikuttiin myös hotellin järjestämällä aktiviteeteilla, kuten ryhmäliikunnassa, joogassa ja vaihtuvissa aamu- sekä ulkotreeneissä. Lisäksi moni harrasti patikointia, lenkkeilyä, kuntosalia ja pyöräilyä.

### Onko matkustettaessa hankala pitää kiinni omasta kuntoilusta? ruokailuista?



Kuvio 9. Kuntoilun ja ruokailun hankaluus matkalla.

Lomalla suurin osa pyrki syömään terveellisesti säilyttääkseen normaalin ruokavalionsa. Useimmat kuitenkin kokivat sen hankalaksi, kuten kuviosta 9 voi päätellä. Myös kuntoilun harrastaminen nähtiin haastavana lomalla. Tähän syyksi vastaajat kertoivat kuntosalin puuttumisen tai kuntoilupaikkojen löytämisen hankaluuden. Ruokailua hankaloitti erikoisruokavaliot ja ulkona syöminen, jolloin terveellisen ruoan saaminen saattoi olla vaikeaa, epäsäännölliset ruokajat sekä herkkujen rajaton tarjonta.

Toisten mielestä taas kuntoilu ja ruokailu eivät tuottaneet hankaluuksia lomalla. Syödessään he tekivät terveellisiä valintoja ja tuoreita tuotteita tuli syötyä enemmän. Kuntoilut hoituivat hyötyliikunnalla ja aikaa oli enemmän kuntoiluun sekä rentoutumiseen. Osa kumminkin koki lomansa irtioksi arjesta, jolloin he jättivät kuntoilun ja ruokavalionsa tauolle. Moni halusi myös maistella uusia makuja.

## **6.7 Vastaajien unelmaloma**

Viimeisenä kysymyksenä oli ”Mitä unelmalomasi sisältäisi?”. Kysymys oli avoin, jotta vastaajat saivat kuvailla lomaansa omin sanoin. Tällä kysymyksellä haettiin vastaajien toiveita ja uusia ideoita matkailuun.

Vastaajien unelmalomat jakaantuivat kaupunki- sekä aktiviteettilomiksi. Osan unelmaloma sisälsi kulttuuria, shoppailua ja kaupunki- sekä rantaloman yhdistämistä. Toiset unelmoivat lomansa sisältävän erilaisia aktiviteetteja sekä uusia kokemuksia. Lisäksi moni arvosti tasokasta hotellia hyvällä palvelulla, hyvää ja tuoretta ruokaa, terveellisiä herkkuja, aurinkoista säätä, puhdasta luontoa sekä kauniita paikkoja.



Yhden vastaajan unelma oli mennä viettämään rantalomaa ja yhdistää siihen joogakurssi. Toinen vastaaja kertoi unelmoivansa reppureissaamisesta kavereidensa kanssa, jolloin he kävisivät eri paikoissa ja kokeilisivat extreme aktiviteetteja.

## **7 Yhteenveto**

Tyypillinen kyselyyn vastannut oli parisuhteessa oleva 20–30 -vuotias työntekijä, jonka vuositulot olivat noin 30 000–49 999 €. Kuntoilua harrastettiin useimmiten 3–4 kertaa viikossa, kuntosalin, ryhmäliikunnan ja lenkkeilyn merkeissä. Oman hyvinvoinnin ja terveyden ylläpitämisen, mutta myös ulkonäön vuoksi kuntoiltiin paljon. Lisäksi kuntoilusta saatiin energiaa sekä piristystä, mikä motivoi sen jatkamiseen. Kuntoilun ohessa vastaajat kiinnittivät huomiota myös ruokavalioonsa. Suurin osa söi säännöllisesti 3–4 tunnin välein, käytti tummia viljoja vaalean sijaan sekä kotiruokaa suosittiin enemmän kuin valmisruokaa. Tästä voidaan päätellä, että vastaajilla oli hyvin hallussa oikeanlaiset ruokailutottumukset.

Vuodessa käytiin viikon lomamatkoilla 1–2 kertaa, puolison, perheen tai ystävien kanssa. Omatoimimatkat olivat huomasti suositumpia, kuin valmismatkat, jolloin lomabudjettikin oli noin 601–1000 €. Ennen matkalle lähtöä tietoa etsittiin kohteen sijainnista, ilmastosta sekä aktiviteeteista. Nämä vaikuttivat myös hinnan lisäksi kohteen valintaan. Eniten tietoa etsittiin Internetin eri lähteistä, mutta myös blogeista.

Suosituimmat lomat olivat kaupunki- sekä rantalomat Euroopassa. Lomaviikon aikana tuli kuntoiltua 1–2 kertaa. Liikuntasuorituksissa käytettiin hyväksi saatavilla olevia aktiviteetteja sekä uimista, mutta myös kuntosalilla ja lenkkipoluilla liikuttiin, jos mahdollista. Moni pyrki syömään terveellisesti ja kuntoilemaan

myös lomansa aikana. Tämä tuotti kuitenkin monille vaikeuksia, koska terveellisiä vaihtoehtoja ei ollut aina saatavilla. Lisäksi kaikissa hotelleissa ei ole kuntosalia ja kuntoilupaikkojen löytäminen on hankalaa. Kaikki yllämainitut ovat kuluttajakäyttämiseen vaikuttavia tekijöitä.

Unelmaloma sisältäisi hyvää palvelua, tuoretta ja terveellistä ruokaa, erilaisia aktiviteetteja sekä uusia elämyksiä. Vastausten perusteella voidaan päätellä, että kuntoilu ja terveellinen ruokavalio ovat tärkeässä osassa vastaajien elämäntyyliä. Monet ovat sisäistäneet niiden tärkeyden ja vaikutukset omaan hyvinvointiin.

Valmismatkojen alhaisempi suosio tuli yllätyksenä, sillä vastaajista 72 % suosi omatoimimatkoja. Markkinoilla on tällä hetkellä paljon valmismatkoja, jotka sisältävät majoituksen, lennot sekä urheiluaktiviteetit. Lisäksi Apollomatkat järjestävät Kohti unelmaitseäsi viikko -loman Kreikassa. Lomaviikon aikana pienryhmällä on käytössään kaksi personal traineria, jotka pitävät luentoja hyvinvoinnista ja ravinnosta sekä ohjaavat lihaskuntoharjoituksia. Tuliaisiksi asiakkaat saavat tehostartin aktiivisempaan elämään, motivaatiota tavoitteisiin sekä vinkkejä oman hyvinvoinnin kasvattamiseen. Tämä paketti kustantaa kahdelta henkilöltä 1996 € sisältäen lennot, kuljetukset, majoituksen, aamiaisen sekä viikko-ohjelman. (Apollomatkat 2016a.)

”Kohti unelmaitseäsi viikko” -paketin hinta sopii juuri ja juuri vastaajieni budjettiin. Omatoimimatkat ovat kuitenkin valmismatkoja suositumpia, mutta silti markkinoilla on suurimmaksi osaksi valmispaketteja.

Omatoimimatkan plussia ovat vapaus, paikallisiin ihmisiin tutustuminen, useampien kaupunkien tai kylien näkeminen sekä se, että saa sopivaan ajankohtaan juuri sellaisen loman, kuin itse haluaa. Tulosten mukaan olisi hyvä, jos ihmiset pääsisivät itse räätälöimään itselleen paketin netissä. Tällöin he

maksaisivat vain siitä, mikä heitä todella kiinnostaa ja aikataulu olisi heidän itsensä sopima.

Kohteen tiedonhankinnassa blogit tulivat esille internetlähteiden rinnalla. Bloggeista voi lukea henkilökohtaisia kokemuksia, nähdä aitoja kuvia kohteesta sekä saada vinkkejä hyvistä ja huonoista paikoista. Uskonkin, että blogien suosio tulee vielä nousemaan matkakohteiden markkinoinnissa.

Matkallaan suurin osa vastaajista haluaisi kuntoilla ja syödä hyvin. Ongelmana kuitenkin oli, ettei esimerkiksi kuntosalia tai terveellistä ravintoa ole saatavilla. Hotellien buffeteista kuitenkin alkaa pikkuhiljaa löytyä enemmän ja enemmän terveellisempiä vaihtoehtoja. Esimerkiksi Thaimaan Phuketissa sijaitseva Thanyapura Sport -hotelli on erikoistunut urheilulomiin. Hotellissa on tarjolla terveysjuomia sekä ekologista lähiruokaa, josta osa tulee hotellin omista viljelmistä. (Apollomatkat 2016b.)

Hotellit, joilla ei ole käytössä omaa kuntosalia, voisivat selvittää, missä sijaitsee lähin sali. Hotelli voisi myös sopia jonkinlaisen yhteistyösopimuksen kuntosalin kanssa, jolloin majoittujat pääsisivät käyttämään kuntosalia pienemmällä korvauksella.

Suurimmalla osalla vastaajista nousi esiin tuore ja terveellinen ruoka sekä uudet elämykset heidän unelmalomassaan. Esimerkkipalvelu voisi olla paikallisten järjestämä kokkauskurssi hotellilla, missä valmistettaisiin paikallista ruokaa paikallisista aineksista. Tuolloin yhdistyisi paikallisuus, uusi elämys sekä tuore ja terveellinen ruoka. Monet haluaisivat myös kokea erilaisia aktiviteetteja, jolloin palveluista olisi hyvä löytyä paikallisia aktiviteetteja, kuten Suomessa sauvakävelyä, Belgiassa polkupyöräpallo ja Kroatiassa picigin pallo. Piciginissa tarkoituksena on pitää pientä palloa mahdollisimman pitkään ilmassa käsien avulla ja pelaaminen tapahtuu rantavedessä (Split 2016). Perinnelajeja ei kuitenkaan hyödynnetä kovinkaan paljon aktiviteettien tarjonnassa.

## 8 Luotettavuus ja eettisyys

Kanasen (2016, 162.) mukaan tiedon luotettavuudesta ja ajankohtaisuudesta voi olla varma, kun käyttää monia eri lähteitä. Tämän työn teoria on etsitty luotettavista tiedonlähteistä ja siinä on käytetty mahdollisimman monia eri internet-lähteitä sekä kirjoja. Kaikki lähteet ovat myös 2000-luvulta, yhtä lähdettä lukuun ottamatta.

Kyselylomake suunniteltiin siten, että siitä saataisiin opinnäytetyöhön tarpeellista tietoa. Kyselyn alkuun kirjoitettiin kappale, missä kerrottiin työn aiheesta sekä tavoitteista. Lisäksi ohjaavan opettajan yhteystiedot löytyivät kyselyn lopusta siltä varalta, että joku vastaajista olisi halunnut tiedustella opinnäytetyöstä lisää. Kyselylomakkeen monivalintakysymyksiin laitettiin kohdat ”*en halua kertoa*”, jotta vastaajilla olisi myös mahdollisuus olla vastaamatta.

Analysoidessa kerättyä aineistoa otettiin huomioon kaikki tulokset. Saadut tulokset syötettiin koneelle ja tuloksia kirjoittaessa julkaistiin ne oikeassa muodossa. Näin saatiin luotua oikeanlainen ja luotettava näkökulma opinnäytetyön aineiston tuloksiin.

Eettisestä näkökulmasta opinnäytetyön tieto on luotettavaa, koska se on tehty faktatietoon pohjautuen sekä erilaisia lähteitä käyttäen. Lisäksi vastaukset on analysoitu tarkasti ja julkaistu oikeassa muodossa.

## 9 Pohdinta

Prosessina opinnäytetyö opetti ajankäyttöä, ennakointia, jotta työ etenisi ajallaan sekä tutkielman haasteellisuudesta. Opin myös paljon hyvinvointimatkailusta sekä kuntoilijoiden matkailukäyttäytymisestä. Työni aihe oli itseäni kiinnostava, joten mielenkiintoni säilyi koko projektin ajan. Ongelmia tuotti kuitenkin tiettyjen termien määrittäminen. Esimerkiksi wellness-sanan määritelmä on erilainen eri maissa sekä eri konsepteissa ja Suomessa wellness sana ei ole kovinkaan tunnettu. Koin kuitenkin, että sain välitettyä lukijoille tutkielmani määritelmän termille.

Kyselylomakkeet toimitin paperisina ja sähköisinä versioina. Jälkikäteen ajateltuna olisi ollut nopeampaa kerätä tietoa pelkillä sähköisillä kyselylomakkeilla. Silloin minun ei olisi tarvinnut syöttää paperisten versioiden tietoja koneelle, vaan ne olisivat menneet kaikki yhteen paikkaan ja olisin saanut yhteenvedon suoraan. Paperisiin versioihin minun olisi myös pitänyt merkata, että kysely jatkuu toiselle puolelle, koska muutama vastaaja ei ollut huomannut sitä, jolloin osa tiedosta jäi hieman vajaiksi. Lisäksi tarkennusta kaipasi kysymykseni matkustamiskerroista, koska osa käsitti kysymyksen koskevan myös Suomen sisäisiä matkoja, vaikka tarkoitukseni oli selvittää heidän ulkomaan matkansa. Tämä väärensi tuloksia siinä mielessä, että vastaajista osa laski mukaan kotimaan- ja toiset vain ulkomaan matkansa.

Kyselylomake olisi vaatinut myös tarkennusta muutamiin kysymyksiin. Neljäs kysymys koski vuosituloja, missä tuloraja loppui 69 999 euroon, vaikka joillakin vastaajista vuositulot saattoivat mennä yli tuon rajan. Kymmenennessä kysymyksessä kysyttiin ”Kuinka usein matkustat vuodessa?” ja vastausvaihtoehdot olivat: en lainkaan, 1–2, 3–4 ja yli 5 kertaa. Vastaukset olisi tullut muotoilla tarkemmin eli en lainkaan, 1–2 kertaa, 2–3 kertaa, 3–4 kertaa ja yli 5 kertaa. Tarkennusta kaipasi myös kysymys 14, missä kysyttiin budjettia matkustaessa.

Kaksi viimeisintä vastausvaihtoehtoa oli 2001 €–4000 € ja yli 5000 €. Näiden vaihtoehtojen väliin jäi 1000 euroa, mikä olisi pitänyt huomioida kyselyä tehdessä. Lisäksi kysymyksestä 23 ”Pyritkö syömään terveellisesti myös loman aikana?”, olisi tullut selventää sana terveellinen. Monille terveellisyys saattaa merkitä eri asioita, joten kysymys olisi ollut parempi muotoilla ”Pyritkö syömään suomalaisten ravitsemussuositusten mukaisesti myös loman aikana?”

Saamani tulokset olivat melko samanlaisia kuin Koposen Aktiivilomailijan tarpeet hyvinvointimatkailukohteessa: case Kultaranta Resort -opinnäytetyössä. Koposen tutkielmassa selvisi, että Kultaranta Resortin asiakkaat ovat liikunnallisia ja he saavat itselleen hyvää oloa ja hyvinvointia liikunnan avulla sekä terveellinen ravinto oli heille tärkeää. Tulevaisuudessa asiakkaat toivovat yritykselle laajempaa tarjontaa liikunta-aktiviteeteissa. Kauneushoitolarjontaa ei pidetty kovinkaan tärkeänä, vaan asiakkaat halusivat saada rentoutumista mielen ja sielun hemmottelulla joogan sekä muiden rentoutusaktiviteettien avulla. (Koponen 2014.)

Saavutin työssäni tavoitteet, jotka olin asettanut prosessin alussa. LadyLinen asiakkaiden avulla sain tehtyä päätelmiä kuntoilijoiden matkailukäyttäytymisestä, heidän tiedonhankinnastaan ennen matkaa sekä matkatoiveista. Olen ollut sähköpostitse yhteydessä eri matkatoimistojen kanssa ja ilmoittanut lähettäväni opinnäytetyöni tuloksien yhteenvedon heille. Toivonkin, että toimistot hyötyvät työstäni saamalla uusia ideoita palveluihinsa sekä markkinointiin. Tämän myötä kuntoilusta kiinnostuneet matkailijat saisivat heille kohdennettuja uusia palveluita markkinoille.

Opinnäytetyöni jatkokehitysmahdollisuudet ovat laajat kuntoilijoiden matkailun näkökulmasta. Esimerkiksi jatkotutkielmana voisi olla kuntoilijoille suunnattu niin sanottu omatoimimatkamuoto, jossa asiakkaat voisivat itse räätälöidä oman matkapaketkinsa yhdestä osoitteesta. Kuntokeskuksen voisivat myös hyödyntää

työn tuloksia matkapakettien räätälöinnissä ja niiden markkinoinnissa omille asiakkailleen.

Lisätutkimusaiheena voisi olla myös matkat, joissa liikunnan avulla saavutettaisiin terveyshyötyjä eri sairauksista kärsiville. Liikunnalla on todettu olevan hyviä vaikutuksia muun muassa korkeaa verenpainetta sairastaville, laskemalla verenpainetta ja masennuksesta kärsiville, lisäämällä mielihyvähormonia. Tällä hetkellä Pohjois-Karjalassa aloitetaan testaamaan yhtenä perusterveydenhuollon osana liikuntaneuvontaa. Aluksi tarkoituksena on antaa neuvontapalveluita tyypin 2 diabetesta sairastaville potilaille. Liikuntaneuvontakokeilun tavoitteena on lisätä terveyden edistämistä pitkäaikaissairaiden potilaiden terveystaloudessa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2016.)

Uskon, että tämä hyvinvointitrendi tulee pysymään vielä pitkään, sillä jatkuvasti tulee lisää tietoa liikunnan sekä terveellisen ravinnon tuomista eduista. Samalla pyritään eri hankkeiden ja aktiviteettien avulla saamaan nekin ihmiset liikkumaan, jotka eivät sitä vielä harrasta. Matkailun näkökulmasta tämän trendin avulla voidaan saada hyviä tuloksia. Pitää vain tiedostaa asiakkaiden arvot ja kulutustottumukset, joiden kautta saadaan luotua asiakkaiden tarpeita vastaavia palveluita.

## Lähteet

- Aalto, R. & Seppänen, L. 2013. Uusi kuntoilijan käsikirja. Jyväskylä: Docendo.
- Apollomatkat. 2016a. Kohti unelmaitseäsi-viikko.  
<http://www.apollomatkat.fi/lomavalikoima/aktiivilomat/kohti-unelmaitsea-viikko>. 23.7.2016.
- Apollomatkat. 2016b. Thanyapura Sport Hotel.  
<http://www.apollomatkat.fi/lomavalikoima/aasia/thaimaa/phuket/thaing/hotellit/thanyapurasporthotel?>. 2.8.2016.
- Business study notes. 2015. Explain the consumer behaviour in detail.  
<http://www.businessstudynotes.com/marketing/explain-the-consumer-behavior-in-detail/>. 10.4.2016.
- Duodecimin ja Käypä hoito -johtoryhmän asettama työryhmä. 2010. Liikunta Käypä hoito suositus.  
<http://www.kaypahoito.fi/web/kh/suosituksset/suositus>. 27.3.2016.
- Erfurt-Cooper, P. & Cooper, M. 2009. Health and Wellness Tourism: Spas and hot springs. United Kingdom: Channel view publications.
- Fair, S. 2011. Wellness & physical therapy. Boston. Jones and Bartlett publisher  
<https://books.google.fi/books?>. 18.2.2016.
- Finnmatkat. 2016. WellFood.  
<http://www.finnmatkat.fi/hotellit/robinson#ruoka-juoma>. 10.2.2016.
- Global Spa Summit. 2011. Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit?. USA. Global spa summit.  
[http://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/pdf/spas\\_wellness\\_medical\\_tourism\\_report\\_final.pdf?](http://www.globalwellnesssummit.com/images/stories/pdf/spas_wellness_medical_tourism_report_final.pdf?).18.2.2016.
- Hirsjärvi S., Remes P. & Sajavaara P. 2013. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Hoeger, W. & Hoeger, A. 2014. Principles and labs for Fitness & Wellness. Australia: Thirteenth edition.  
[https://books.google.fi/books?id=mC9BAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=wellness&hl=fi&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.fi/books?id=mC9BAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=wellness&hl=fi&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false). 10.2.2016.
- Hotelmule 2013. Mind, Body and Spirit: Health and Wellness Tourism in Asia.  
<http://www.hotelmule.com/html/43/n-1843.html>. 15.2.2016.
- Iso-Ahola, S. E. 1982. Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder. Teoksessa: Annals of Tourism Research.
- Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä. Jamk.
- Kannas, L. Eskola, K. Välimaa, P. & Mustajoki, P. 2013. Virtaa Kertauskirja. Keuruu: Atena.  
<https://books.google.fi/books>. 18.2.2016.
- Koponen, S. 2014. Aktiivilomailija tarpeet hyvinvointimatkailukeskuksessa – Case Kultaranta Resort. Turun Ammattikorkeakoulu. Palvelujen tuottaminen ja johtaminen. Opinnäytetyö.  
[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/85859/Koponen\\_Sini.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/85859/Koponen_Sini.pdf?sequence=1). 17.4.2016.



- Kotro, T. & Pantzar, M. 2005. Urheilulajien synty. Teoksessa Leskinen, J., Hallman, H., Isoniemi, M., Perälä, L., Pohjoisaho, T., Pylvänen, E. Helsinki: Teos.
- LadyLine. 2016.  
<http://www.ladyline.fi/>. 10.4.2016.
- Nummenmaa, M. & Seppänen, L. 2014. Kestävä muutos kohti kevyempää ja parempaa elämää. Saarijärvi: Fitra.
- Schwartz, S. H. 2012. An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values.  
<http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1116&context=orpc>. 12.9.2016.
- Sitra. 2015. Sitran trendit: Hyvinvointi korostuu.  
<http://www.sitra.fi/uutiset/megatrendit/sitran-trendit-hyvinvointi-korostuu>. 10.4.2016.
- Smith, M. & Puczko, L. 2009. Health & Wellness tourism. New York: Elsevier: Butterworth-Heinemann.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M. 2013. Consumer behaviour a European perspective. Lontoo: Fifth Edition.
- Split. 2016. Picigin Game – Split’s Favorite Pasttime.  
<http://split.gg/picigin-game/>. 13.9.2016.
- Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu –hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita.
- Terveysten ja hyvinvoinnin laitos. 2015. Hyvinvointi.  
<https://www.thl.fi/web/hyvinvointi-ja-terveys-erot/eri-arvoisuus/hyvinvointi>. 2.2.2016.
- Terveysverkko. 2011. Motivaatio.  
<http://www.terveysverkko.fi/tietopankki/tyoikaisille/motivaatio>. 2.2.2016.
- Tjäreborg. 2015.  
<http://www.tjareborg.fi/>. 18.2.2016.
- Trainer4you. 2015. Fitness–urheilu ja ravitsemus.  
<https://www.trainer4you.fi/relatedpage/page/view/identifier/fitness-ravitsemus-1>. 10.4.2016.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2016.  
<http://www.mol.fi/tyopaikat/tyopaikkatiedotus/haku/hae>. 28.8.2016.
- Visit Finland. 2005. Hyvinvointi- ja wellness-matkailun peruskartoitus.  
<http://www.visitfinland.fi/studies/hyvinvointi-ja-wellness-matkailun-peruskartoitus/>. 10.2.2016.
- Visit Finland. 2014. Hyvinvointimatkailustrategia 2014-2018.  
[http://www.visitfinland.fi/wpcontent/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018\\_final1.pdf?dl](http://www.visitfinland.fi/wpcontent/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018_final1.pdf?dl). 10.2.2016.
- Välikoski, P. 2009. Hyvänolon kokouskonsepti. Tampereen Ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.  
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/9034/VÄ%3flikoski.PÄ%3fivi.pdf?sequence=2>. 17.4.2016.

***Arvoisa vastaaja!***

Opiskelen matkailun koulutusohjelmassa Karelia-ammattikorkeakoulussa ja teen opinnäytetyönäni selvitystä terveystuotteiden matkustamisesta. Työni tavoitteena on parantaa sekä kehittää hyvinvointimatkailutuotteita. Opinnäytetyöni kannalta olisi tärkeää saada tietoa mistä ja miten etsit tietoa ennen matkaasi, lomautuksistasi sekä millaisia matkoja suosit.

Vastauksenne käsitellään luottamuksellisesti ja niitä käytetään ainoastaan tämän selvityksen toteuttamiseen. Opinnäytetyö valmistuu syksyllä 2016, jonka jälkeen se julkaistaan Theseus-verkkokirjastossa ([www.theseus.fi](http://www.theseus.fi)).

Vastaamiseen menee noin 5 minuuttia ja monivalintakysymyksissä voit valita useamman vaihtoehdon. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan LadyLinen tuotepaketti. Kirjoita sähköpostiosoitteesi kyselylomakkeeseen, jos haluat osallistua arvontaan ja voittajiin ollaan yhteydessä sähköpostitse.

Ystävällisin terveisin,

Krista Serenius, Karelia-ammattikorkeakoulu

Sähköpostiosoite: \_\_\_\_\_

**Taustatiedot:**

1. Vastaajan ikä: \_\_\_\_\_
2. Siviilisäätö a) Sinkku, b) Parisuhteessa
3. Työssäolo
  - a) Työntekijä
  - b) Ylempi toimihenkilö
  - c) Alempi toimihenkilö
  - d) Yrittäjä
  - e) Opiskelija
  - f) Työtön
  - g) Eläkkeellä
  - h) Varusmies/siviilipalvelusmies
4. Vuositulot
  - a) 5000–9999
  - b) 10 000–14 999
  - c) 15 000–29 999
  - d) 30 000–49 999
  - e) 50 000– 69 999
  - f) En halua kertoa

**Kuntoilu & ruoka:**

5. Kuinka usein kuntoilet viikossa?
  - a) 1-2 kertaa
  - b) 3-4 kertaa
  - c) 5-6 kertaa
  - d) Yli 6 kertaa
6. Millaista kuntoilua harrastat?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
7. Minkä takia kuntoilet?
  - a) Terveyden ylläpitäminen
  - b) Terveyden parantaminen
  - c) Oma hyvinvointi
  - d) Kiinteyttäminen
  - e) Laihduttaminen
  - f) Harrastus
  - g) Kilpailu
  - h) Muu syy: \_\_\_\_\_

8. Miten kuntoilu vaikuttaa sinuun?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

9. Millainen on ruokavaliosi?

- a) Syön puolikiloa päivässä kasviksia
- b) Syön 3–4 tunnin välein
- c) Suosin vähärasvaisia tuotteita
- d) Herkuttelen viikossa yli 2 kertaa
- e) Syön valmisruokia enemmän kuin kotiruokaa
- f) Käytän mieluummin tummaa pastaa kuin vaaleaa
- g) Muuta? \_\_\_\_\_

**Matkustus:**

10. Kuinka usein matkustat vuodessa?

- a) En lainkaan
- b) 1–2 kertaa
- c) 3–4 kertaa
- d) Yli 5 kertaa

11. Mikä on syysi matkustamiselle?

- a) Työmatka
- b) Lomamatka
- c) Stressi
- d) Irtiotto arjesta
- e) Eri kulttuurien näkeminen
- f) Suomen sää
- g) Muu syy: \_\_\_\_\_

12. Suosin enemmän

- a) Omatoimimatkaa
- b) Valmismatkaa

13. Miksi suosit enemmän kyseistä matkavaihtoehtoa?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

14. Mikä on budjettisi matkustaessa? (sis. ruoat, majoituksen ja matkat)
- 400–600€
  - 601€–1000€
  - 1001€–2000€
  - 2001€–4000€
  - Yli 5000€
15. Kuinka pitkään matkasi yleensä kestää?
- 1–2 päivää
  - 3–4 päivää
  - Viikko
  - 8 päivää
  - 2 viikkoa
  - Kuukausi
  - Yli kuukausi
16. Kenen kanssa matkustat?
- Puolison
  - Perheen
  - Yksin
  - Ystävien
  - Sukulaisten
17. Mistä hankit tietoa ennen matkaa?
- Matkanjärjestäjiltä
  - Tutuilta
  - Blogeista
  - Internetistä
  - Muualta, mistä? \_\_\_\_\_
- 
18. Minkälaista tietoa hankit ennen matkaa?
- Onko hotelli lähellä keskustaa
  - Millaista ruokaa hotellilla on
  - Hotellin aktiviteetit
  - Löytyykö liikuntamahdollisuuksia
  - Muuta: \_\_\_\_\_
- 
19. Mikä/mitkä vaikuttavat matkakohteesi valintaan?
- Sijainti
  - Hinta
  - Aktiviteetit
  - Kulttuuri
  - Sää
  - Vuodenaika
20. Millaisia matkakohteita suosit?
- Lämpimiä
  - Euroopassa
  - Suosittuja turistikohteita
  - Rauhallisia
  - Kaupunkikohteita
  - Rantakohteita
  - Muita \_\_\_\_\_
21. Kuinka usein urheilet viikossa lomasi aikana?
- En lainkaan
  - 1-2 kertaa
  - 3-4 kertaa
  - Yli 5 kertaa
22. Millaista kuntoilua harrastat lomallasi?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
23. Pyritkö syömään terveellisesti myös loman aikana?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
24. Onko matkustettaessa hankala pitää kiinni omasta kuntoilusta ja ruokailuista?
- Kyllä
  - Ei
25. Miksi se on mielestäsi hankalaa / ei hankalaa?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
26. Mitä unelmalomasi sisältäisi?
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

***Kiitos osallistumisestanne!***

***Lisätietoja tutkielmasta saat halutessasi ohjaavalta opettajaltani:***

***[Tuija.Kainulainen@karelia.fi](mailto:Tuija.Kainulainen@karelia.fi)***  
***puh. 050 336 0484***