

AMMATTIKORKEAKOULU- LAISTEN ULKOMAAN MAT- KAKOHTTEEN VALINTAAN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

TEKIJÄT: Ella Oinonen
Majju Heikkinen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalalan tutkinto-ohjelma	
Työn tekijät Maiju Heikkinen, Ella Oinonen	
Työn nimi Ammattikorkeakoululaisten ulkomaan matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät	
Päiväys	26.11.2019
Sivumäärä/Liitteet	54
Ohjaaja Jorma Korhonen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t)	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Savonian ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden opiskelijoiden matkailutottumuksia ja miksi he valitsevat matkustamiseen jonkin tietyn matkakohteen.</p> <p>Teoreettinen viitekehys koostuu matkailumuodoista, matkailutrendeistä, matkailusta ja kohderyhmästä. Opinnäytetyö perustuu kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen. Tutkimus toteutettiin sähköpostikyselynä ammattikorkeakoulun opiskelijoille, jossa kysymyksille oli olemassa vastausvaihtoehdot.</p> <p>Kyselytutkimuksen avulla selvitettiin opiskelijoiden perustietojen pohjalta heidän matkustuskäyttäytymistensä. Suurimmat tutkimuskysymykset pohjautuivat kohteen valintaan, kohteeseen liikkumiseen ja kuinka kauan kohteessa vietetään aikaa. Tärkeänä kysymyksenä oli myös selvittää, millainen matkustusmuoto on nuorien keskuudessa suosittua.</p> <p>Tutkimuksesta selvisi, että ammattikorkeakoulun opiskelijat matkustavat, jos heidän rahatilanteensa sen sallii. Matkustamiseen vaikuttaa suuresti sosiaalisessa mediassa näkyvät matkakohteet. Opiskelijoiden matkantekoa helpottaa ja lisää matkan varaamisen helpous.</p> <p>Tutkimuksesta voi olla hyötyä monelle eri yritykselle, jos he haluavat kohdentaa matkailua ammattikorkeakoulun opiskelijoiden keskuudessa. Tällöin yritys voi olla etulyöntiasemassa tämän kohderyhmän kanssa verrattuna muihin samankaltaisiin yrityksiin.</p>	
Avainsanat Matkailu, matkailumuodot, kohteen valinta, matkakohde	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services			
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management			
Authors Maiju Heikkinen, Ella Oinonen			
Title of Thesis Factors influencing the choice of a foreign travel destination for students of University of Applied Sciences			
Date	26.11.2019	Pages/Appendices	54
Supervisors Jorma Korhonen			
Client Organisation /Partners			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to investigate the travel habits of first year Savonia University of Applied Sciences students and why they choose a particular destination for travel.</p> <p>The theoretical framework is made up of forms of tourism, trends in tourism, tourism and the target groups. The thesis is based on quantitative research. The survey was conducted as an e-mail questionnaire to students in Savonia University of Applied Sciences, where there were multiple-choice questions.</p> <p>The questionnaire survey was used to determine students' travel behavior based on basic student information. The major research questions were based on the choice of destination, the movement to the destination and how long they stay in the destination. Another important question was to find out what type of traveling is popular with young people in University of Applied Sciences.</p> <p>The research found that students in Savonia travel if their financial situation is stable. Traveling is highly influenced by travel destinations featured on social media. Student travel is made easier and easier by booking a trip online.</p> <p>Many companies may benefit from this research if they want to target tourism among students. In this case, the company may have an advantage over this target group compared to other similar companies.</p>			
Keywords Tourism, forms of tourism, destination selection, travel destination			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
1.1	Tyypillinen matkakohteen valintatilanne	5
1.2	Opinnäytetyön rajaus	5
1.3	Opinnäytetyön rakenne	5
1.4	Opinnäytetyön prosessi	6
2	MATKAILU	7
2.1	Kansainvälinen matkailu	8
2.2	Suomalaisten ulkomaanmatkailu tilastoissa	8
2.3	Matkustusmotiivit.....	10
3	MATKAILUMUODOT	12
3.1	Omatoimimatka ja pakettimatka	12
3.2	Budjettimatkailu.....	12
3.3	Rantaloma.....	13
3.4	Aktiveettiloma.....	14
3.5	Kaupunkiloma.....	14
3.6	Trendit ja tulevaisuus.....	15
4	PÄÄTÖKSIEN TEKEMINEN	17
4.1	Kohteen valinta.....	17
4.2	SWOT-analyysi	19
5	TUTKIMUSMENETELMÄ JA TOTEUTUS	20
5.1	Tutkimusmenetelmä.....	20
5.2	Toteutus	21
5.3	Hypoteesi	22
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET.....	23
6.1	Tulokset	23
6.2	Johtopäätökset	32
7	POHDINTA.....	41
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	43
	LIITE 1 KYSELYLOMAKE.....	48
	LIITE 2 AVOIMET VASTAUKSET	51

1 JOHDANTO

1.1 Tyypillinen matkakohteen valintatilanne

Kaisa katselee sosiaalista mediaa ja vastaan hänen Instagramissaan tulee ystävänsä lomakuvia. Kaisan mielestä paikka näyttää upealta. Hän kaipaa rentoutusta opiskeluiden keskelle. Opiskelut ja työt ovat vieneet aikaa ja voimia arjessa, joten rentoutumismatka olisi hyvä tässä tilanteessa.

Vierähtää muutama päivä ja Kaisa selaa taas sosiaalisen mediaa, kunnes näytölle tulee mainos Booking.comista, joka tarjoaa erilaisia majoituspalveluita lämpimistä matkakohteista. Pian hän löytääkin itsensä katselemasta lentoja ja hotelleja lomakohteesta, jossa hänen ystävänsä oli lomailemassa. Koska lomanvaraus internetistä sujuu helposti, matka on nopea varata. Kaisan rahatilanne on myös hyvä lomamatkaa varten, koska hän tekee opiskelujen ohella töitä. Matka sijoittuu syyslomalle, jolloin Kaisa pääsee rentoutumaan arjen kiireistä. Internetistä matkan varatessaan, Kaisa sai itse päättää hotellin ja lennot, koska hän pitää omatoimimatkailusta. Matka on rantalomamatka Barcelonassa, jossa hän tulee viettämään aikaansa rannalla loikoillen, ostostellen ja nauttien lämpöisestä säästä.

1.2 Opinnäytetyön rajaus

Opinnäytetyö käsittelee Savonian ammattikorkeakoululaisten ensimmäisen vuosikurssin opiskelijoiden ulkomaan matkakohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä. Aiheeksi valikoitui tämä, sillä aihe on tutkijoiden mielestä kiinnostava. Ulkomaanmatkailusta löytyy myös oma-kohtaista kokemusta. Tutkimuksen tavoitteena oli saada selville, mitkä ovat ammattikorkeakoululaisten matkustusmotiiveja, ja millaisia matkustustottumuksia he omaavat. Raportissa käsitellään ulkomaan matkailuun liittyviä tärkeitä käsitteitä, jotka auttavat ymmärtämään kokonaisuuden.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä oli kvantitatiivinen eli määrällinen kyselytutkimus. Vastaukset saatiin Webropol-kyselylomakkeen avulla, joka lähetettiin Savonian ammattikorkeakoululaisille sähköpostilla. Tuloksien pohjalta saatiin analysoitua, millaista nuorten matkustuskäyttäytyminen on.

1.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyö koostuu eri osista, joita ovat teoria, tutkimus ja pohdinta. Teoriaosassa käsitellään matkailun eri käsitteitä, kuten kansainvälistä matkailua ja matkustusmotiiveja. Tut-

kimusosassa perehdytään tutkimusmenetelmään, tuloksiin ja niiden tulkintaan. Tutkimuksessa saatiin hyödyllistä tietoa ammattikorkeakoululaisten nykypäivän matkustamisesta. Pohdintaosuudessa tiivistetään tutkimustulokset ja tuodaan esille pääpointit. Siinä tuodaan esille myös tutkijoiden omia ajatuksia sekä tutkimuksen luotettavuutta.

1.4 Opinnäytetyön prosessi

Alla olevasta kuviosta näkyvät opinnäytetyön vaiheet (kuvio1). Opinnäytetyön tekeminen lähti liikkeelle aiheen valinnasta, sillä opinnäytetyön aiheen tuli olla omasta mielestä kiinnostava. Aiheen valinnan jälkeen kartoitettiin useista yrityksistä, olisiko opinnäytetyölle löytynyt toimeksiantajaa, joka olisi hyötynyt tutkimuksesta. Millään paikoista ei ollut resursseja yhteyshenkilöön. Aihe oli kuitenkin kiinnostava ja päätimme toteuttaa opinnäytetyön aiheen ilman toimeksiantajaa. Seuraavaksi teimme aihesuunnitelman, jonka opinnäytetyöohjaajamme hyväksyi, samoin kuin työsuunnitelman. Seuraavana askeleena oli luoda Webropol-alustalle kysely, jonka lähetettiin Savonian ensimmäisen vuoden opiskelijoille. Vastauksia seurasi opinnäytetyön teoriaosuuden kirjoittaminen sekä kyselyn tuloksien tulkinta. Kun opinnäytetyö oli valmis, esitimme valmiin työn ja teimme kypsyysnäytteen.



KUVIO 1. Opinnäytetyöprosessi

2 MATKAILU

Matkailu tarkoittaa toimintaa, jossa ihminen matkustaa tavallisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelee yhtäjaksoisesti siellä korkeintaan yhden vuoden ajan. Syynä voi olla vapaa-ajanmatka, liikematka tai jokin muu tarkoitus. (Tilastokeskus a.) Maksimikes- toltaan 12 kuukautta kestävät matkat lasketaan matkailuun. Matkailun minimikestoa ei ole määritetty, mutta kuitenkin tilastoissa matkailijat, jotka ovat alle 24 tunnin matkalla lukeu- tuvat päiväkävijöihin (same-day visitor). Alle 24 tunnin matkat sijoittuvat usein henkilön normaaliin arkeen kuuluviin paikkoihin, jotka sijaitsevat lähellä asuinpaikkaa tai joissa muu- ten käy säännöllisesti ja usein, vaikka ne olisivatkin kauempana. Tavanomaiseen elinpiiriin voi näin ollen kuulua kaukanakin sijaitseva vapaa-ajan asunto. (Verhelä 2014, 19.)

Matkailuun kuuluvat myös palvelut ja tavarat. Matkailija voi ne maksaa itse tai hänen puo- lestaan tavarat ja palvelut voidaan maksaa. Tavarat ja palvelut matkailija voi saada käyt- töönsä myös ilman vastiketta ja voi antaa ne jollekin toiselle. Matkailuun lasketaan kaikki ne menot, jotka maksetaan ennen tai jälkeen matkan. (Tilastokeskus, b.)

Matkailu on saanut alkunsa jo vuonna 500-100 eKr., kun kreikkalaiset ja Rooman varhaista- savallan aikaiset roomalaiset alkoivat matkustamaan. Euroopassa matkustettiin kaupanteon- takia ja suosituimpia matkustuskohteita olivat satamakaupungit, sillä niihin oli helpoin mat- kustaa meren yli. Huonot tieyhteydet vaikuttivat siihen, että sisämaassa matkustaminen oli haastavaa. Kaupankäynnin lisäksi keskiajalla matkustaminen lisääntyi pyhiinvaellusten myötä, jolloin ihmiset saattoivat jopa myydä kaiken omaisuutensa sen mahdollistamiseksi. (Karusaari ja Nylund 2010, 14-15.)

Teollistuminen muutti matkailua suuresti, sillä samaan aikaan tieverkostot kehittyivät ja se mahdollisti helpomman liikkumisen paikasta toiseen. Matkailu maan sisällä siis tuli helpom- maksi ja ihmiset liikkuvat pidempiä matkoja pois tutusta ympäristöstä. (Karusaari ja Ny- lund 2010, 15.)

Verhelän (2014) mukaan matkailu on monimuotoinen ja monialainen elinkeino, joka on merkittävä tekijä monestakin eri näkökulmasta. Kohteet, matkailuorganisaatiot ja eri viran- omaiset panostavat siihen, että matkailu kehittyisi ja kasvaisi. Jo nykyisin matkailu on mer- kittävää sen jatkuvan kasvun ansiosta, mutta se nähdään myös tulevaisuuden muokkaa- jaksi ja mahdollisuudeksi. (Verhelä 2014, 1.)

2.1 Kansainvälinen matkailu

Kansainvälinen matkailu eli inbound- sekä outbound-matkailu tarkoittaa sitä, kun ihminen liikkuu oman kotimaansa ulkopuolelle ja oleskelee siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan vuoden ajan, mutta vähintään yhden yön. (Karusaari ja Nylund 2010, 224.) National tourism käsittää sekä kotimaan matkailun, mutta myös kyseisen maan asukkaan matkailun ulkomailla. Ulkomaanmatkailu (International tourism) kokonaisuutena muodostuu sekä maan asukkaiden outbound -matkailusta, että ulkomaalaisten inbound -matkailusta. (Verhelä 2014, 19.)

Kun lentotekniikka kehittyi, se oli mullistava asia ulkomaan matkailulle 1930-luvulta alkaen. Lentoliikenteen kehittyminen mahdollisti nopean ja helpon siirtymisen kohteesta toiseen etenkin ulkomaille. Tällöin massamatkailu ja pakettimatkailu lisääntyivät. (Karusaari ja Nylund 2010, 15.)

Kansainvälisten matkailureittien tehtävänä on yhdistää lähtömaat kohdemaihin, jotta matkailijoiden olisi mahdollisimman helppo liikkua niiden välillä. Kohdemaassa tulee olla tarpeeksi hyvät maansisäiset kulkuyhteydet matkailualueiden ja yksittäisten kohteiden välillä. Isot vaikutukset maa-, vesi- tai ilmaliikenteen valitsemiseen ovat peräisin matkan ajasta ja kustannusvaikutuksista, sillä niiden halutaan olla mahdollisimman pienet. Kaikkein tärkeintä on päästä matkakohteeseen mahdollisimman nopeasti ja vähällä vaivalla sekä mahdollisimman pienillä kustannuksilla. Lähtöalueelta ja kohdealueelle välillä voi olla pysähdyksiä, jolloin myös välialue voi hyötyä ohikulkevista matkailijoista. (Vuoristo 2003, 183.)

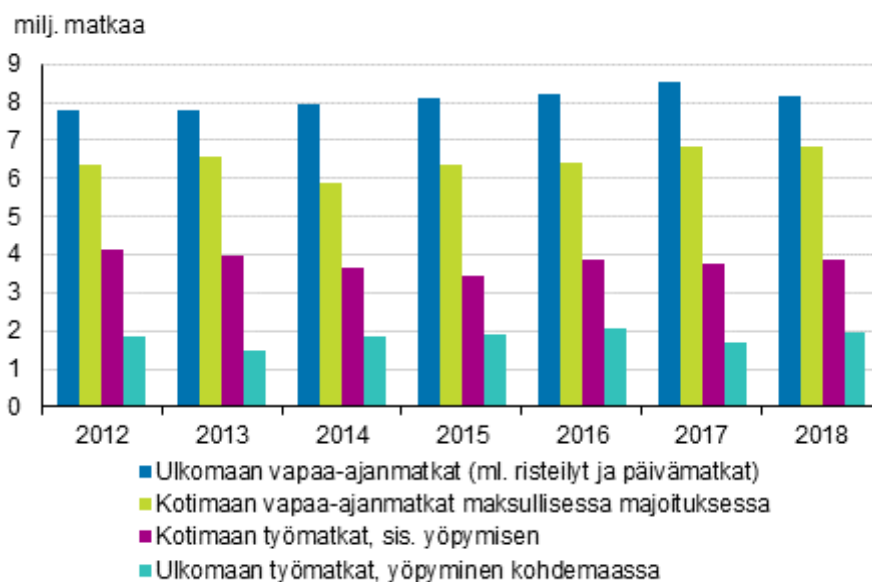
2.2 Suomalaisen ulkomaanmatkailu tilastoissa

Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan suomalaiset tekivät 8,2 miljoonaa vapaa-ajan matkaa ulkomaille vuonna 2018. Viron matkat vähenivät viime vuosista selvästi, kun taas Etelä-Eurooppaan matkailu lisäsi suosiotaan vapaa-ajanmatkakohteena. (Tilastokeskus, c.)

Työmatkailu lisääntyi myös ulkomaille edellisvuodesta. Vuonna 2018 ulkomaille tehtiin 2,1 miljoonaa työ- ja kokousmatkaa, joidenka aikana yövyttiin kohdemaassa. Eniten työmatkoja, joissa yövyttiin, tehtiin Ruotsiin, Saksaan ja Viroon. Työhön liittyviä päivämatoja ulkomaille tehtiin 240 000 vuonna 2018. (Tilastokeskus, c.)

Viron matkat vähenivät varmasti sen takia, koska he nostivat alkoholi veroprosenttiaan. Vaikka Viron matkailu laski, länsinaapuriiin Ruotsiin matkat pysyivät edellisvuoden tasolla, kuitenkin itänaapuriiin Venäjälle matkat vähenivät edellisvuodesta. Etelä-Euroopan matkailu Italiaan ja Kroatiaan kasvattivat suosiotaan. (Tilastokeskus, c.)

Matkat kauemmaksi kuten Amerikkaan ja Aasiaan lisääntyivät hieman. Tähän voi vaikuttaa se, että lentolippujen hinnat ovat laskeneet ja sitä myöten kysyntä kasvanut. Aasian suosikkikohteeseen Thaimaahan matkusti suomalaisia viime vuonna entistä enemmän. Myös Etelä-Euroopan kohteisiin kuten Italiaan ja Kroatiaan tehtiin enemmän matkoja ja kohteet kasvattivat suosiotaan. (Tilastokeskus, c.)



KUVIO 2. Suomalaisen matkailu 2012-2018 (pl. kotimaan vapaa-ajan päivä- ja ilmaismajoitusmatkat) (Tilastokeskus, c).

Syitä siihen, miksi suomalaisten matkailu ulkomaille on kasvanut viime vuosina ovat esimerkiksi se, että ihmisten palkallisen vapaa-ajan määrä on kasvanut ja vapaa-ajan käyttö muuttunut. Työaikalainsäädännössä ja työehtosopimuksissa määritellään vuosilomat ja palkalliset arkivapaat. Näistä koostuu ihmisille palkallinen vapaa-aika. (Verhelä 2014, 15.)

Kuitenkaan vapaa-ajan määrä ei ole merkityksellisintä matkailun kannalta vaan tärkeää on myös, se miten ihmiset vapaa-aikansa käyttävät. Yhä enemmän ihmiset viettävät vapaa-aikansa lyhyemmissä osissa esimerkiksi viikko kerrallaan, pidennettyjä viikonloppuja tai jopa yksittäisiä päiviä erillään toisistaan. Jos vapaa-aikaa vietetään pienemmissä osioissa, se mahdollistaa monien lyhyempien matkojen tekemisen. Yritykset ja palveluiden tarjoajat ovat vastanneet lyhyiden matkojen kysyntään tekemällä erilaisia viikonloppupaketteja, short break- tai city breakpaketteja. (Verhelä 2014, 16.)

Tulotason kasvu on merkittävä matkailua kasvattanut tekijä. Kehittyneiden maiden asukkaat matkustavat usein ja kaukaisempiin kohteisiin kuin ennen. Kun tulotaso on kasvanut, lentoliikenteen hintataso on samalla hieman laskenut ja se on aiheuttanut sen, että ihmiset matkustavat kauemmaksi ja kysyntää on enemmän. (Verhelä 2014, 16.)

Liikenne ja eri liikennevälineet ovat kehittyneet ja näin ollen kohteiden saavutettavuus on parantunut. Tiet, rautatiet, lentoväylät ja vesiyhteydet ovat nykypäivänä kehittyneet turvallisemmaksi, nopeammaksi ja mukavammaksi liikenteelle. Matkustusaika on lyhentynyt kuluvälineistä teknologian ja liikenneväylien ansioista, jolloin matkustajien matkaamisesta on tullut viihtyisämpää. (Verhelä 2014, 16.)

Aktiviteettilomien kysyntä on kaksinkertaistunut viime vuosina. Matkan sisältö rakentuu joko yhden tai useamman eri aktiviteetin ympärille. Aktiviteettilomaan on tarjolla harrastuksiin ja liikuntaan liittyviä tuotteita esimerkiksi pyöräily-, vaellus-, kiipeily- ja sukelluslomina. Aktiviteettilomat, jotka suuntautuvat kaukokohteisiin ovat kovassa nousussa. Kaukokohteen aktiviteettilomiin sisältyy yhä useammin villieläin- ja luontosafareita. (Verhelä 2014, 16.)

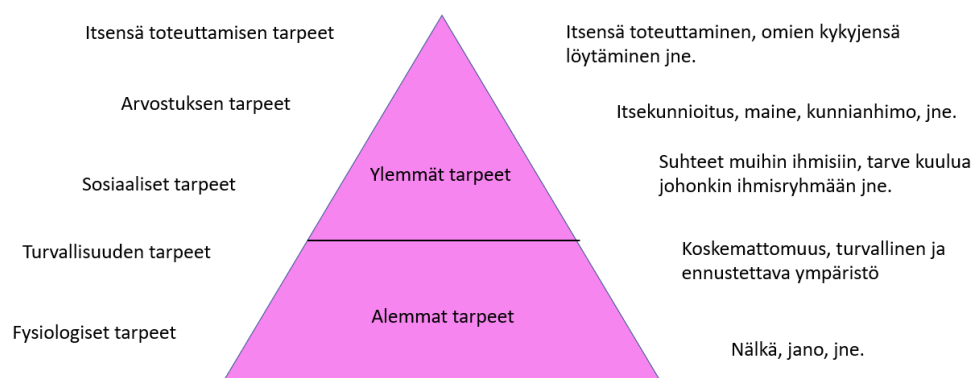
2.3 Matkustusmotiivit

Motiivit voidaan jakaa kahteen ryhmään matkailussa. Ensimmäisessä määräytyy motiivi valita matkustaminen ajanviettotavaksi ja toisessa määräytyy matkustusajankohta, -paikka ja -tapa. Useissa tutkimuksissa käytetään matkustusmotiivien jaottelua. Jaotteluun kuuluvat työhön liittyvät motiivit, fyysiset ja fysiologiset motiivit, kulttuurilliset, psykologiset ja henkilökohtaiseen oppimiseen liittyvät motiivit, sosiaaliset motiivit, viihde ja ajanviette sekä uskonnolliset motiivit. Yksi tämän matkustusmotiivi luokittelun käyttäjistä on World Tourism Organization. Motiivien avulla on helppo kertoa matkan tarkoitus ja miksi matkalle ollaan lähdössä. (Suontausta ja Tyni 2005, 98-100.)

Ihmisen motiivina on matkustaa tietyllä tavalla, jotta heidän tarpeensa täytyisivät. Maslowin tarvehierarkiassa on kuvattu ihmisen perustarpeita (kuvio 3). Fysiologiset ja turvallisuuden tarpeet ovat ensimmäisiä, joita ihminen kokee. Niihin sisältyvät fyysiset tarpeet kuten ruoka ja turvallisuus sekä elämän jatkuminen. Kun nämä alemmat tarpeet on pystytty täyttämään, voidaan siirtyä ylempiin tarpeisiin esimerkiksi itsensä arvostamiseen. Alempien tarpeiden täyttymisen jälkeen yleensä ihmiset kiinnostuvat myös ylempistä, vähemmän kiireellisistä tarpeista ja rupeavat yrittämään savuttamaan niitä. (Suontausta ja Tyni 2005, 76-77.)

Matkailun katsotaan kuuluvan ylempiin tasoihin ja tarpeisiin, eli sitä ei pysty liittämään välttämättömiin tarpeisiin. Matkailussa tyydytetään usein monenlaisia tarpeita samanaikaisesti. Sosiologiset tarpeet täyttyvät, kun matkustetaan toisten ihmisten kanssa. Matkustaessa voi toteutua myös itsensä toteuttamisen tarpeet, sillä matkustaminen ja uusien kulttuureiden kokeminen voi haastaa matkailijaa, jolloin omat kyvyt kehittyvät.

Tänä päivänä kuluttajayhteiskunnassa on tullut muutoksia, jotka ovat muokanneet ihmisten tarpeita. Ihmiset keräävät asioita, vaikka niiden tarve ei olisikaan välttämätön. Ihmisille on vain tärkeää kerätä niin paljon materialistisia asioita ja palveluita kuin mahdollista välittämättä niiden tarpeellisuudesta. Tästä syystä Maslowin tarvehierarkia ei ehkä ole enää kovin arvokas. (MielenIhmeet 2018.)



KUVIO 3. Maslowin tarvehierarkia (Suontausta ja Tyni 2005, 76).

3 MATKAILUMUODOT

3.1 Omatoimimatka ja pakettimatka

Matkailijat tekevät ennen matkalle lähtöä aina päätöksen varaavatko he pakettimatkan vai omatoimimatkan. Pakettimatkan pystyy varaamaan suoraan matkatoimiston kautta, joko menemällä toimistoon, soittamalla tai internetin sivustojen kautta. Pakettimatkan varatessa ei siis tarvitse itse suunnitella matkan eri osia, liikkumista kohteeseen ja hotellimajoitusta erikseen. Valmismatkaan kuuluu aina vähintään kaksi osaa ja yleisimmin ne ovat edellä mainitut lomalento ja majoitus -yhdistelmä. Usein paketti matkoilla on tietyt lähtö- ja paluupäivät, joten matkailijan täytyy matkustaa niiden mukaan. (Lehto 2013.) Valmismatkalle osallistuu usein paljon muitakin suomalaisia ja kohteessa on tällöin saatavana myös suomenkielistä opaspalvelua. Tällöin suomalaisille matkailijoille voi olla tarjolla kohteessa erilaisia retkiä suomen kielisellä opastuksella, mikä tekee matkustamisesta kielitaidottomillekin erittäin helppoa. (Finnoy Travel 2017.) Pakettimatkoilla ihmiset pysyvät suurimman osan ajastaan hotellin resort alueella, jolloin he eivät pääse näkemään paikallisten elämää ja tutustumaan paikalliseen kulttuuriin juurikaan. Hotellialueella vietetty aika ollaan aina muiden turistien keskuudessa. (Lehto 2013.)

Omatoimimatkoja tehdessä puolestaan matkailija päättää itse matkan pituuden ja millä kuluvälineellä liikkuu kohteeseen ja millaisessa paikassa majoittuu matkan ajan. Usein omatoimimatkailija hyödyntää internettiä ja etsii itselleen sopivan lentoyhtiön lennot ja majoituksen erikseen. Omatoimimatkailijat matkustavat usein paikkoihin, mitä matkatoimistoilla ei vielä ehkä ole ollut tarjolla valikoimassaan. Omatoimimatkaa varaavilla on enemmän tehtävää matkan suunnittelun saralla, kuin pakettimatkaa varaavilla. Matkoilla, jotka suoritetaan omatoimisesti, nähdään ja koetaan kohdemaata laajemmin, sillä matkailija tulee olemaan paikallisten kanssa vuorovaikutuksessa. (Lehto 2013.) Omatoimimatkan rakentaminen saattaa tulla myös halvemmaksi vaihtoehdoksi, sillä matkailija saa itse määrittää kaikki matkan osat, eikä tarvitse maksaa turhasta. (Finnoy Travel 2017.)

3.2 Budjettimatkailu

Budjettimatkailussa on tärkeää tarkka suunnittelu ja se, miten käyttää rahaa matkalla. Matkustaessa rahaa saa menemään yllättäviäkin määriä hotelleihin, lentolippuihin, ruokaan, juomaan ja aktiviteetteihin. Kun matkan suunnittelee hyvin, kaikissa edellä mainituissa osaluissa saa säästettyä suuria summia rahaa. (kake142 2016.) Budjettimatkailussa täytyy ottaa huomioon monia tekijöitä, jotka vaikuttavat rahan kuluttamiseen. Yksi tärkeimmistä budjettimatkailun säästökohteista on arkena matkustaminen. Tiistai, keskiviikko ja torstai ovat halvimpia matkustuspäiviä. Viikonloppuisin matkustaminen on paljon kalliimpaa kuin

viikolla, sillä viikonloppuisin useimmilla ihmisillä on vapaapäiviä ja sekä lentojen että hotellien hinnat kannattaa nostaa korkeammalle. Tämä tapa on kannattava lentoyhtiöille ja hostelleille, sillä he tietävät saavansa asiakkaita korkeammasta hinnasta huolimatta. (Kilroy.)

Lentojen valinnassa tulee ottaa huomioon lentopäivä. Keskellä viikkoa on halvinta lentää, sillä silloin matkustajia on vähemmän. Lentoyhtiöt tarjoavat erilaisia lisäpalveluita, joita pystyy ostamaan lennolle omien tarpeidensa mukaan. Yksi suuri lennon hinnan kasvattaja on lentokoneen ruumaan laitettava matkalaukku. Useimmiten lennettäessä lentolipun hintaan kuuluu yksi käsimatkatavara, jonka paino on 8-10 kiloa. Tätä kannattaa hyödyntää matkustaessa ja siksi pakata matkalle mukaan mahdollisimman vähän tavaraa. Tällä keinolla säästää lentolippujen hinnassa jo huomasti (Kilroy).

Hotelleja edullisempia vaihtoehtoja ovat hostellit. Niissä ei aina ole omaa huonetta, ja tämän ansiosta niiden hinta on matalampi. Hostelleissa usein tapaa myös muita budjettimatkailijoita, joiden kanssa voi vaihtaa kokemuksia kohteesta ja saada hyviä vinkkejä ja jopa ystäviä. (Kilroy.)

Ravintoloissa syömiseen kuluu yllättävän paljon rahaa matkalla, joten on hyvä suosia itse kokkaamista. Hostelleissa on useimmiten keittiöt, joissa ruokaa on helppo valmistaa. Myös kaupunkien turistiryisien ulkopuolella ruoka on halvempaa, oli sitten kyseessä ravintola tai kauppa. (Kilroy.)

3.3 Rantaloma

Seuraavaksi käsitellään rantaloman käsitettä erilaisten matkanjärjestäjien kuvailemina. Rantaloma on hyvä tapa nauttia lämmöstä ja auringosta. Tällaisella lomalla voi keskittyä lomanviettoon ja rentoutumiseen. Monen matkustajan mielestä juuri rantaloma on paras tapa viettää lomaa. (Apollo.)

Rantalomakohteeseen kuuluu pitkiä vaaleita hiekkarantoja ja rantapoukamia. Kanariansaarille kannattaa matkustaa, jos haluaa rentoutua lämmössä rannalla. Toinen hyvä rantalomakohde on Thaimaa. Sinne kannattaa matkustaa, jos haluaa sukella turkoosinsiniseen mereen. Aurinkomatkat suosittelvat matkustajaa pakkaamaan rantalomalle aurinkorasvan ja snorkkelit. (Aurinkomatkat.) Momondo taas muistuttaa rantalomailijoita myös ottamaan mukaan aurinkohatun ja hyvät kengät, joissa voi vaikka pulahtaa veteen. (Momondo.)

Momondo sivusto kertoo, että Suomea läheltä ja kaukaa löytyy erilaisia rantalomakohteita. Lähimpiä rantalomakohteita ovat Latvian Jurmala, jossa on 26 kilometrin rantaviiva ja

Ruotsista löytyy Toftan hiekkaranta. Kaukaisimpia rantalomia Suomeen verrattuna ovat Thaimaan rannat, joissa voi harrastaa monenlaista aktiviteettia, jos haluaa tai vain nauttia lämmöstä. Toinen kauko- rantalomakohde on esimerkiksi Dominikaanisen tasavallan ranta-kohteet. (Momondo.)

Eri tutkimuksissa keskustellaan ilmastonmuutoksen todennäköisyydestä saattaa muuttaa sääolosuhteita Euroopassa huomattavasti. Välimerellä tänään hyvä tai jopa erinomainen kesällä olosuhteet saattavat muuttua pelkästään hyväksyttäväksi lämpötilan huomattavaan nousuun. Pohjoisen puoli Euroopan mantereesta, mukaan lukien Itämeri, saattaa kuitenkin saada enemmän suotuisat ilmasto-olosuhteet rantalomailuun etenkin kesällä. Lämpimät lämpötilat voivat pidentää auringonottoaika, jolloin uimakausi voi houkuttaa uusia turisteja. Kuitenkin kasvu kävijämäärässä ja siihen liittyvä laajennus matkailuinfrastruktuuriin Itämeren rannikolla, saattaa aiheuttaa stressiä rannoille ja niiden luonnolliselle, fyysiselle, taloudelliselle ja sosiaaliselle ekosysteemille. (Haller, Stybel, Schumacher ja Mossbauer 2011, 75.)

3.4 Aktiviteetiloma

Aktiviteettilomalla motiivina on liikkuminen ja liikunta. Matkailija itse osallistuu liikkumiseen eri liikunnanmuodoissa. Tällöin matkailija voi ostaa liikuntalomia, joiden tuote on yksi liikuntamuoto koko loman aikana ja se muodostaa koko loman sisällön. Aktiviteettilomia voi ostaa myös siten, että kohteessa tarjotaan koko lomalle monta eri aktiviteettia, joita voi kokeilla ja harrastaa lomansa aikana. Tyypillisiä urheilulajeja aktiviteettilomille ovat vaellus, sukellus, golf ja laskettelu. (Verhelä 2016, 43.)

Aktiviteettilomalle voi valita myös seikkailua. Seikkailumatkailussa asiakas kokee jännitystä ja uusia elämyksiä. Hän uskaltaa ottaa uusia riskejä, kokeilla rajojaan ja hieman jopa pelätä. Seikkailumatkailusta löytyy lajeja, jotka ovat vaativia ja niiden tunnusmerkkeinä käytetään vaaroja ja riskejä, haasteita, jännitystä ja irrottautumista arjesta. Seikkailumatkailun lajeina voivat olla esimerkiksi maastopyöräily, kiipeily ja koskenlasku. (Verhelä 2016, 41.)

3.5 Kaupunkiloma

Kaupunkilomat ovat sitä, kun henkilöt liikkuvat kulttuurinähtävyyksiin muiden maiden kaupungeissa kuin heidän tavanomaisessa paikassa asuinpaikassaan. Heidän tarkoituksenaan on kerätä uutta tietoa ja kokemuksia uudesta kulttuurista tyydyttääkseen tarpeet. Kaupunkilomailulle on myös olennaista kaikenlainen vierailu tiettyihin kulttuurinähtävyyksiin, kuten

taiteellisiin kulttuuriperintökohteisiin, vierailu eri taiteiden pariin ja draaman näkeminen asuinmaansa ulkopuolella. (LAGroup & Interarts 2005, IV.)

Matkailusivusto Rantapallon mukaan kaupunkiloma on parhaimmillaan silloin, kun matka tehdään ilman kiirettä ja hyvässä seurassa. Kaupunkikohteet tarjoavat matkailijalle nautinnon kansainvälisistä paikallisherkuista, upeista nähtävyyksistä ja kaupungin omasta tunnelmasta. (Rantapallo.) Kaupunkikohteissa on paljon nähtävää ja koettavaa. Niistä löytyy yleisesti paljon eri tapahtumia ja ostosmahdollisuuksia. Kaupunkien ruokaelämyksetkin ovat kokemus. Silloin pääsee maistamaan juuri sen kaupungin ruokia. Kaupunkilomalla voi viihdyä viikonlopusta jopa viikkoon. (TUI.)

3.6 Trendit ja tulevaisuus

Trendi sanana kuvaa muotivirtauksia ja muita lyhyen aikavälin toimintatapoja esimerkiksi kuluttajien käyttäytymistä. Trendi syntyy pitkän aikavälin kuluessa, yleisin aikajänne on 5-10 vuotta. Trendille tyypillistä on myös, että se ei vaikuta merkittävästi ihmisten elämään. Trendi on nopeasti menevä muoti-ilmiö. (Verhelä 2016, 207.)

Megatrendit ovat maailmanlaajuisia, jotka vaikuttavat poliittisesti sekä taloudellisesti yhteiskunnallisiin ilmiöihin ja niiden kokonaisuuksiin. Megatrendin tunnusmerkkejä ovat niiden pitkäkestoisuus ja se kestää vähintään 10 vuotta. Megatrendeillä on laaja ja voimakas muuttava vaikutus. Sillä on jatkuva kasvaminen ja muuttumattomuus, joten se ei ole hetken muoti-ilmiö. Ne liittyvät toisiinsa ja samalla ne myös tukevat ja vaikuttavat toisiinsa. (Verhelä 2016, 207.)

Megatrendejä ja trendejä on todella tärkeä tulkita tulevaisuuden kannalta, jotta osataan ennustaa, millaisia matkailutuotteita ihmiset tulevat ostamaan ja käyttämään. Kulttuurimatkailun kannalta on järkevää pyrkiä olemaan trendien aallonharjalla, koska ne tuotteet, jotka siellä ovat juuri niitä, jotka menestyvät kansainvälisillä markkinoilla. (Businessfinland, 2019.)

Matkailun yksi trendi on, että matkustetaan elokuvien ja sarjojen perässä maailmalle. Tämän vuoden yksi suosituimmista sarjoista Game of Thrones on kuvattu ympäri maailmaa ja Pohjois-Irantiin sille on rakennettu sellaiset puitteet, että turistit matkustavat katsomaan lempisarjansa rakennuksia. (Apu, 2019.) Televisiosta tullut yksi kaikkien aikojen suosituin sarja Lost (suomeksi Pako), on kuvattu Hawaiiin saarella, jonne voi matkustaa katsomaan hienoja maisemia meren ääreen (Trips to Discover).

Ultrapitkät lentoreitit ovat myös uutta trendiä. Vuonna 2018 lokakuussa rikottiin maailmanennätys, jossa lennettiin yhtäjaksoisesti Singaporesta New Yorkiin. Matkaa oli yli 15 000 kilometriä, ja lennolle pituutta tuli 18,5 tuntia. Ekologisuus ja pienempi hiilijalanjälki ovat nykypäivänä trendejä. Tällaiset pidemmät lennot takaavat, että hiilidioksidipäästöt ovat pienempiä, kun ei tarvitse tehdä välilaskua. Koneet ovat myös kevyempiä ja niiden polttoaineenkulutus on tehokkaampaa kuin vanhoissa lentokoneissa. (Apu, 2019.)

Tulevaisuuden matkailijat haluavat rahoilleen vastinetta. Matkailijat ostavat heille ja heidän tarpeisiinsa räätälöityjä palveluja, joista heijastuu heidän identiteettinsä ja persoona. Tällaisille matkustajille esimerkiksi snacking-kulttuurin omaksuminen olisi erilaista matkailua. Snacking-kulttuurin matkailijat haluavat kerätä paljon uusia ja erilaisia kokemuksia. He matkustavat tällöin mieluummin muutamia lyhyitä matkoja eri paikoissa yhden pitkän matkan sijaan. (Businessfinland, 2019.)

Nykyisin luksus ei olekaan enää pelkkää materialismia vaan enemmän kysyntää on omaan hyvinvointiin- ja terveysturvaan. Matkailun kysyntä lisääntyy, kun väestö ikääntyy ja merkitys hyvinolontunteesta nauttimiseen kasvaa. Trendejä matkailuun ovat muun muassa perinteisiin liittyvät arvot ja perehtyminen paikalliseen elämäntapaan ja tekemiseen. Matkailijat haluavat aitoja ja syvempiä kokemuksia matkallaan. Niitä he saavat vapaaehtois- matkailusta, luovasta matkailusta ja luontomatkailusta. Luontomatkailussa on kovaa kysyntää esimerkiksi "turvallisen vaaran" kokemiselle ja aidoille luontoelämyksille. (Businessfinland, 2019.)

4 PÄÄTÖKSIEN TEKEMINEN

Toiset tunnetilat ovat alttiimpia hetkiä päätösten teolle kuin toiset. Iloisena ihminen ottaa riskejä helpommin ja surullisena riskien ottaminen saattaa olla vaikeampaa. Vihaisena päätöstenteko taas ei usein ole kovin menestyksekkästä. Henkinen oikotie, jota kutsutaan nimellä heuristinen affektio, sallii ihmisten ratkoa ongelmia nopeasti ja tehdä päätöksiä. Tunteilla on todella iso rooli päätöksenteossa. (MielenIhmeet, 2017.)

Esimerkkinä mainostaminen, jossa käytetään strategista suunnittelua ja sillä saadaan ihmismieli tuntemaan olo hyväksi. Tällöin siis positiiviset tunteet nousevat pintaan ja kannustavat intohimoja ja ne voivat näyttää, jotain sellaista mitä haluaa itse kokea. Tällöin on suuri todennäköisyys, että ihminen ostaa jotain ja maksaa siitä enemmän. (MielenIhmeet, 2017.) Nykypäivänä sosiaalisessa mediassa muiden ihmisten hienot lomakuvat voivat tuoda positiivisia tunteita esille, jolloin saattaa kiinnostua kohteesta ja ostaa matkan samaan paikkaan. Myös tutun ihmisen näkeminen tietyssä lomakohteessa voi tuoda luottoa siihen, että kohde on näkemisenarvoinen.

4.1 Kohteen valinta

Matkailija, joka päättää matkakohdetta käy läpi viisi vaihetta. Ensimmäinen vaihe on tarpeen tunnistus eli ihminen huomaa tarvitsevansa matkan jostain syystä. Toisena vaiheena on tiedonhaku, jolloin ihminen etsii tietoa mihin kohteeseen kannattaisi matkustaa useista eri tiedonlähteistä kuten kirjoista, kolumneista, internetistä tai ystäviltä ja sukulaisilta. Kolmantena vaiheena on vaihtoehtojen vertaaminen, mikä kaikista löytämistään matkakohdeista olisi kaikkein parhain. Neljännessä vaiheessa ostetaan matkailutuote ja viimeisessä viidennessä vaiheessa arvioidaan ostosta jälkikäteen. Usein kotiin palatessa matkailija arvioi tyytyväisyytensä tason. Tämä on tärkeää seuraavan matkakohteen ja matkailuyrityksen valinnassa. (Nguyen 2015, 295.)

Kohteen valintaan vaikuttaa moni tekijä. Usein ensimmäisenä mietteinä on, millaisesta matkailusta pitää. Pitääkö enemmän lämpöisestä vai kylmästä vai jostain siltä väliltä, kaupungeista vai rannoista, hiljaisuudesta vai väenpaljoudesta, aktiviteeteista vai lepäämisestä. Ruokakulttuuri voi olla myös iso osa kohteen valintaa. (Pyhälä 2005, 32.) Kohteen valintaa vaikuttaa suuresti se, minkä mittaisella matkalle haluaa lähteä. Useimmiten viikonloppureisuille mennään lähemmäksi kuin esimerkiksi kahden viikon reissuille voi sitten matkustaa minne tahansa. On hyvä miettiä, millainen matkustusaika on kannattava matkustaa, jos on käytössä vain lyhyt, rajallinen aika.

Matkakohdetta valittaessa nykyisin usein pohditaan: Miksi haluaa matkustaa juuri tiettyyn kohteeseen? Miten kohteeseen kannattaa matkustaa? Kuinka kohteeseen matkustamisesta hyöttyy, ja kenelle matkaan käytetyt rahat päätyvät? Mitä haittaa matkustamisesta on? Ilmastomuutos puheet vaikuttavat ihmisten matkustamistapaan, sillä mietitään kuinka paljon matkustaminen kuluttaa ympäristöä. Ekologisesti ajattelevat miettivät, kuinka pystyy kuluttamaan luonnonvaroja matkustaessa kohteeseen mahdollisimman vähän, ja kuinka ympäristöä kunnioittaen toimii kohteeseen saapuessa. Matkailijat miettivät nykypäivänä myös sitä, että matkailu olisi eettistä. Kohteessa oloaikana matkailija siis toimii paikallisia kunnioittaen, eikä polje heidän ihmisoikeuksiaan. (Kalmari ja Kelola 2009, 17.)

Raha on suuri osatekijä matkakohteen valinnassa, sillä matkustamiseen voi kulua isoja summia. Vaikka Euroopan sisällä lentäminen on halvempaa kuin esimerkiksi Aasiaan lentäminen, voi majoittumiskustannukset nostaa matkan hinnan lähes samalle tasolle. Aasiassa monet maat ovat todella halpoja Euroopan hintoihin nähden. Aasiasta voi saada hulppean viiden tähden hotellin huoneen samalla hinnalla kuin Keski-Euroopassa likaisen hostellihuoneen sängyn. Näistä matkailija voi itse päättää, millaiselle lomalle haluaa lähteä. Pitkillä matkoilla majoituksen, ruoan, ja aktiviteettien hinnat määrittävät, kuinka kauan matkalla pystyy olemaan ja mitä voi tehdä. (Pyhälä 2005, 32-33.)

Matkailun kohdealueen (Tourism destination area) vetovoiman tärkeimpiä tekijöitä ovat kohdealueen ilmasto, sijainti sekä kulttuuri ja maan kieli. Kohdealueen vetovoiman muodostaa kaikki se, mitä kohdealueella tai koko matkakokemuksella on tarjottavana matkailijalle. Vetovoima koostuu esimerkiksi hotelleista, ravintoloista sekä palvelusta ja sen laadusta. Vetovoimaan vaikuttaa myös matkakohteen turvallisuus ja ilmapiiri. (Verhelä 2014, 2.)

Opiskelijoiden matkustusmotiveihin liittyvät joskus tiedon puute matkakohteista, joka voi auttaa selittämään tai ennakoimaan heidän matkapäätöksensä. Tieto, urheilu ja seikkailu antavat syyn matkustamiselle. Matkustaminen on joillekin nuorille myös elämäntapa ja matkustaminen voi auttaa löytämään itsensä uudelleen. Opiskelijoiden lomamatkoihin liittyviä päätöksiä voi lisätä aineettomat tekijät esimerkiksi arkea pakeneminen, rentoutuminen ja uusien paikkojen tutkiminen. Myös konkreettiset tekijät kuten nähtävyydet, urheilu- ja virkistysmahdollisuudet, viihde ja tapahtumat sekä yöelämä ja juhlapaikat voivat vetää matkustajaa puoleensa. Nuoret 15-25 vuotiaat ovatkin usein budjettimatkailijoita ja seikkailunhaluisia ja matkustavat kohteisiin, joissa ei ole kallista asua ja kohteisiin, joita joukkomatkailejoiden markkinat eivät ole vielä löytäneet. (Lesjak, Juvan, Ineson, Yap, Podovsovnik Axelson 2015, 849)

4.2 SWOT-analyysi

SWOT-analyysi kuvaa vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Tätä kehystä käytetään usein arvioimaan yritysten kilpailuasemaa ja parantamaan strategista suunnittelua. SWOT-analyysi arvioi ulkoiset ja sisäiset tekijät sekä nykyiset ja tulevat potentiaalit. SWOT-analyysi on suunniteltu helpottamaan realistista, tosiasioihin perustuvaa, tietopohjaista tarkastelua organisaation, sen aloitteiden tai toimialan vahvuuksista ja heikkouksista. Organisaation on pidettävä analyysi oikeanlaisena välttämällä ennalta suunniteltuja uskomuksia tai harmaita alueita ja keskittymällä sen sijaan tosielämän tilanteisiin. Sisäistä ja ulkoista tietoa käyttämällä tekniikka voi ohjata yrityksiä kohti strategioita, jotka todennäköisemmin ovat menestyviä, ja kauemmas strategioista, joissa he ovat olleet tai todennäköisesti menestyneet. (Grant, 2019.)

Tässä tutkimuksessa on pystytty hyödyntämään SWOT-analyysiä tuomalla esille asiat, jotka vaikuttavat sekä sisäisesti että ulkoisesti ammattikorkeakoulun opiskelijoiden matkustamiseen. Alla oleva kuvio osoittaa mahdollisen matkakohteen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat (kuvio 4). Tätä taulukkoa pystytään hyödyntämään monessa eri matkailuun keskittyvässä yrityksessä helpottamaan matkailutuotteiden kohdennusta ammattikorkeakouluopiskelijoiden keskuudessa.

<p style="text-align: center;">Strengths (Vahvuudet)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lomamatkan varaamisen helppous nykypäivänä - Kohde voi ylittää odotukset - Matkustuksen helppous ja nopeus - Suomalaisten hyvä kielitaito matkustaessa - Euroopan unioniin kuuluminen 	<p style="text-align: center;">Weaknesses (Heikkoudet)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rahalle ei saa vastiketta - Lennon tai muun kulkuneuvon aikataulun myöhästyminen - Suomen kaukainen sijainti muihin maihin - Matkustamisen kalleus - Kommunikaatiovirheet tai -ongelmat paikallisten kanssa
<p style="text-align: center;">Opportunities (Mahdollisuudet)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uuden kokeminen - Rentoutuminen - Arjesta irtiotto - Kielitaidon oppiminen - Eri kulttuurin oppiminen - Vastuullinen matkailu 	<p style="text-align: center;">Threats (Uhat)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Luonnonkatastrofit - Tartuntataudit - Hygienian puuttuminen - Turvallisuuden puuttuminen - Ekologiset ongelmat

KUVIO 4. SWOT.

5 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TOTEUTUS

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmiä on kaksi laadullinen sekä määrällinen tutkimus. Laadullisesta tutkimuksesta käytetään myös määrettä kvalitatiivinen tutkimus. Laadullisessa tutkimusmenetelmässä pyritään ymmärtämään kohteen ominaisuuksia, laatua ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti. Laadullista tutkimusta voidaan tutkia monilla erilaisilla menetelmillä. Tutkimusmenetelmissä yhteisiä piirteitä ovat muun muassa kohteen taustaan ja ympäristöön liittyvät näkökulmat sekä kohteen kieleen ja ilmaisuun liittyvät näkökulmat. (Koppa 2015.)

Määrällinen eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa tulokset ovat tilastollisia ja niissä esiintyy numeroita. Kvantitatiivinen tutkimus pyrkii selvittämään asioiden syy- ja seuraussuhteita sekä vertailemaan numeraalisia tuloksia tutkimustuloksen selvittämiseksi. Useimmiten aineiston keruuseen käytetään kyselylomaketta, jossa on valmiit vastausvaihtoehdot. Määrällisessä tutkimuksessa saadaan selville numeraalinen tilanne, mutta syyn selvittäminen jää heikoksi. Kvantitatiivisen kyselyn kysymykset vastaavat kysymyksiin mikä, missä, paljonko? ja kuinka usein? (Heikkilä 2014.)

Tähän tutkimukseen määrällinen tutkimus sopi paremmin, koska määrällisessä tutkimuksessa tulee selville, kuinka moni ihminen toimii tietyllä tavalla. Lisäksi tutkimukseen haluttiin vastaukset kysymyksiin, kuinka usein opiskelijat matkustavat ja kuinka pitkiä aikoja, jolloin määrällisen tutkimuksen valinta tuntui luontevalta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään myös useimmiten kyselylomaketta, joten tämän tutkimuksen toteuttamiseksi korkeakoululaisille tehtiin kyselylomake. Kyselylomakkeessa oli suurimmaksi osaksi valmiit vastausvaihtoehdot muutamaa avointa kysymystä lukuun ottamatta. Määrällisessä tutkimuksessa kyselyn kysymykset, kun ovat mikä, missä, kuinka usein, niin näiden perusteella meidän oli helppo tehdä kyselylomake, jossa halusimme juuri näihin kysymyksiin vastauksia.

Validiteetti tarkoittaa sitä, että miten hyvin tutkimuksessa käytetty menetelmä mittaa tutkittavan ilmiön ominaisuutta, mitä tutkimuksen on tarkoituskin mitata (Tilastokeskus, d). Validiteetista puhutaan enemmän laadullisessa tutkimuksessa kuin määrällisessä. Validiteetissa on kyse siitä, että onko tutkimus pätevä. Onko tutkimus tehty perusteellisesti ja ovatko sen tulokset ja päätelmät oikeita. (KvaliMOTV.)

Tässä tutkimuksessa validiteetti mittaa sitä, että onko tutkimus perusteellisesti tehty ja ovatko saamamme tulokset päteviä ja oikeita. Validiteetissa on kyse myös siitä, että se

näyttää onko tutkimuksen kysymykset olleet oikeita ja vastanneet tutkimukseen. Näitä asioita validiteetti näyttää tässä tutkimuksessa.

Reliabiliteetti ilmaisee, miten toistettavasti ja luotettavasti tutkimusmenetelmä mittaa haluttua ilmiötä. Reliabiliteettia voidaan arvioida esimerkiksi toistomittauksilla. Siinä erotetaan myös kaksi eri osatekijää, jotka ovat stabiliteetti ja konsistenssi. Stabiliteetissa halutaan saada tietää mittarin tai menetelmän pysyvyydestä ajassa. Epästabiilissa mittarissa tai menetelmässä voi nähdä esimerkiksi vastaajan mielialan ja tällöin voi tulla satunnaisia virheitä. Konsistenssi mittaa yhtenäisyyttä. Yhtenäisyys tarkoittaa sitä, että useista väittämistä koostuva mittari jaetaan kahteen eri joukkoon väittämiä, tällöin kumpikin väittämäjoukko mittaa samaa asiaa. (Jyväskylän yliopisto, 2009.)

Reliabiliteetti näkyy tutkimuksessa, voiko juuri tätä tutkimusta toistaa samanlaisena vaikka 5 vuoden päästä. Stabiliteetti näyttää tässä tutkimuksessa sen, että onko vastaajan mieliala tai kiinnostus vaikuttanut tutkimukseen. Reliabiliteetti mittaa tutkimuksen luotettavuutta. Tässä tutkimuksessa täytyy ottaa huomioon, ovatko tutkimuksen kysymykset ja luonne olleet vastaajille mielenkiintoisia, jotta he ovat vastanneet rehellisesti tutkimukseen.

5.2 Toteutus

Kyselytutkimuksessa oli määrä selvittää, millaisia ulkomaanmatkaajia ammattikorkeakouluopiskelijat ovat ja millaisia eroavaisuuksia eri alojen opiskelijoiden väliltä löytyy. Tutkimus toteutettiin luomalla Webropol-kysely (Liite 1) Savonia Ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden eri alojen opiskelijoille. Kysely lähetettiin sähköpostiviestinä eri alojen opiskelijoille vastattavaksi, sillä koettiin sen olevan helpoin ja nopein tapa kerätä tietoa opiskelijoilta. Ennen varsinaisen kyselylomakkeen lähettämistä kohderyhmälle, testattiin kyselyn toimivuutta kuudella eri ihmisellä. Testauksen tarkoituksena oli saada palautetta kyselyn parantamiseen ja nähdä oliko kysymykset järkeviä ja tuliko ne ymmärretyksi oikealla tavalla. Varsinainen tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena, sillä sen avulla saa täytetyksi tutkimuksen tavoitteet.

Kyselyssä oli kaksikymmentä kysymystä, joiden vastaamiseen meni noin viisi minuuttia. Suurimmassa osassa kysymyksiä oli vastausvaihtoehdot, jolloin vastaajan oli liikaa miettimättä helppo vasta niihin. Osassa kysymyksissä vastaaja sai itse luoda vastausvaihtoehdon, jos hänelle sopivaa vastausvaihtoehtoa ei ollut. Lisäksi kyselystä löytyi pari avointa kysymystä, joiden avulla oli tarkoituksena päästä syvemmälle opiskelijoiden matkustamistapoihin.

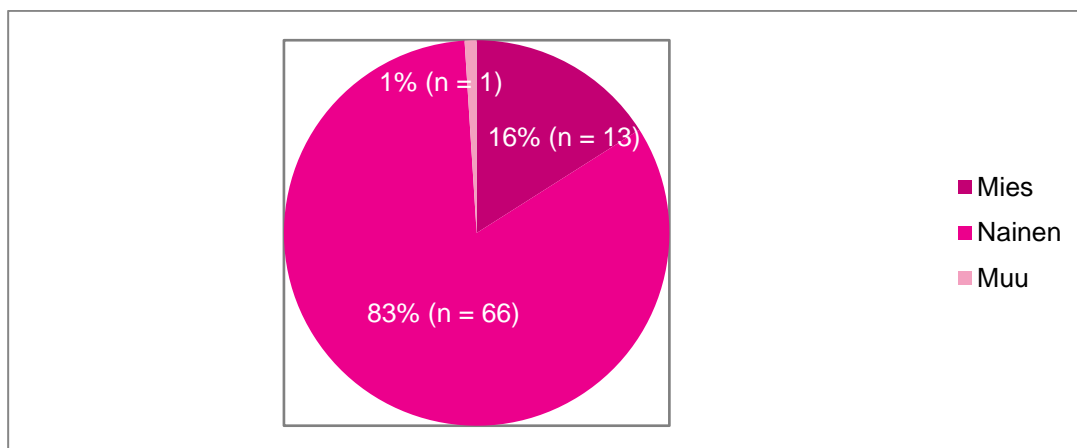
5.3 Hypoteesi

Koska tutkittavien ihmisten matkustuskäyttäytyminen kohdistuu opiskelijoihin, odotuksissa oli, että budjettimatkailu voi olla näkyvässä osassa tutkimustuloksia. Opiskelijoiden rahatilanne varmasti vaikuttaa suuresti kulkuvälineiden, majoituksen ja kohteen valintaa. Vertailussa myös on mukana työssäkäyvät opiskelijat sekä ei-työssäkäyvät opiskelijat. Nuorilla ihmisillä on yleisesti ottaen pienempi kynnys ottaa riskejä ja lähteä eksoottisiin maihin ulkomaille, joten oletuksena on, että ammattikorkeakoululaiset eivät välitä juurikaan uhkista Suomen ulkopuolella.

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

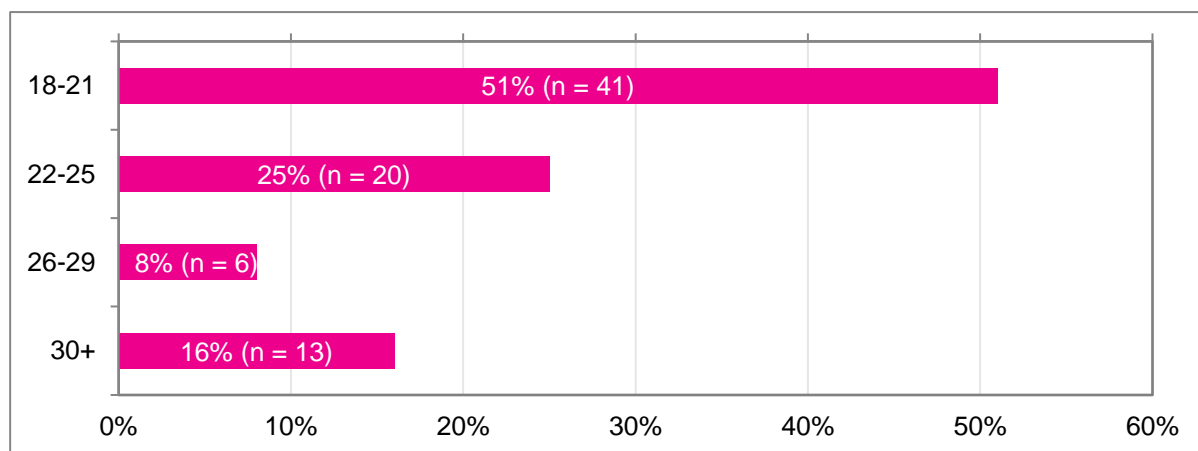
6.1 Tulokset

Tutkimuskyselyyn vastasi yhteensä 80 Savonian ammattikorkeakouluopiskelijaa (kuvio 5). Heistä 66 oli naisia, 13 miehiä ja 1 muun sukupuolinen. Näiden kyselyyn vastanneiden vastauksia on tulkittu tässä tutkimuksessa. Kysely lähetettiin kaikille Savonian ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden opiskelijoille, joten kohderyhmä oli todella suuri, mutta vastaajia oli vain murto-osa.



KUVIO 5. Vastaajien sukupuoli (n= 80).

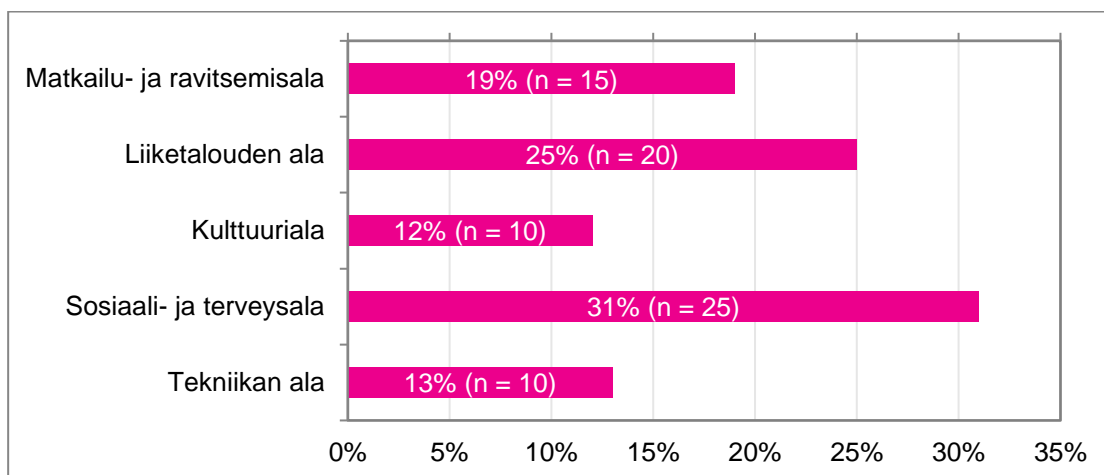
Kyselyyn vastanneiden ikähaarukasta näkee, että kyselyyn on vastannut todella monen ikäisiä 18 vuotiaasta yli 30 vuotiaaseen ammattikorkeakouluopiskelijaan saakka (kuvio 6). Yli puolet vastanneista ovat 18-21 vuotiaita ja neljännes 22-25 vuotiaita. Tähän voi vaikuttaa se, että suurin osa ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden opiskelijoista on alle 25 vuotiaita.



KUVIO 6. Vastaajien ikäjakauma (n= 80).

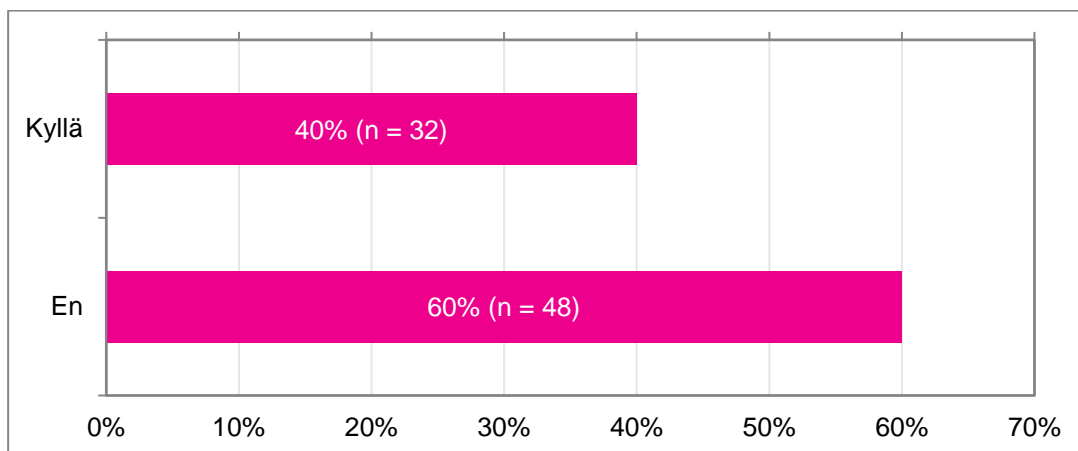
Kahdeksastakymmenestä kyselyyn vastanneesta eri opiskelualojen opiskelijoita oli matkailu- ja ravitsemisalalta, liiketalouden alalta, kulttuurialalta, sosiaali- ja terveysalalta ja tekniseltä alalta (kuvio 7). Jokaiselta alalta vastaajia oli vähintään kymmenen, mikä helpottaa

eri alojen opiskelijoiden vertailua toisiinsa. Kuitenkin eniten vastauksia tuli sosiaali- ja terveysalan opiskelijoilta.



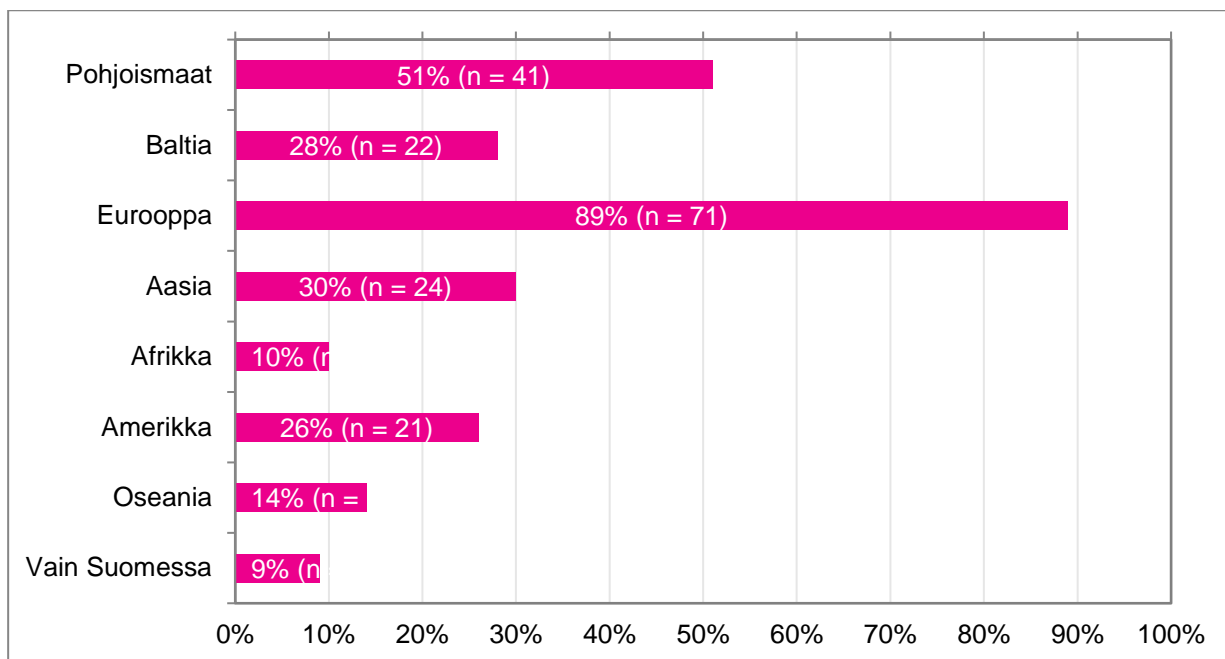
KUVIO 7. Vastaajien opiskelu-ala (n= 80).

Tutkimuksen mukaan 40 prosenttia Savonia Ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden opiskelijoista käy opintojen ohella töissä (kuvio 8). Loput 60 prosenttia taas eivät. Tästä voidaan päätellä, että lähes puolet tulevat taloudellisesti toisia paremmin toimeen ja tämä tietenkin lisää mahdollisuutta matkustaa enemmän.



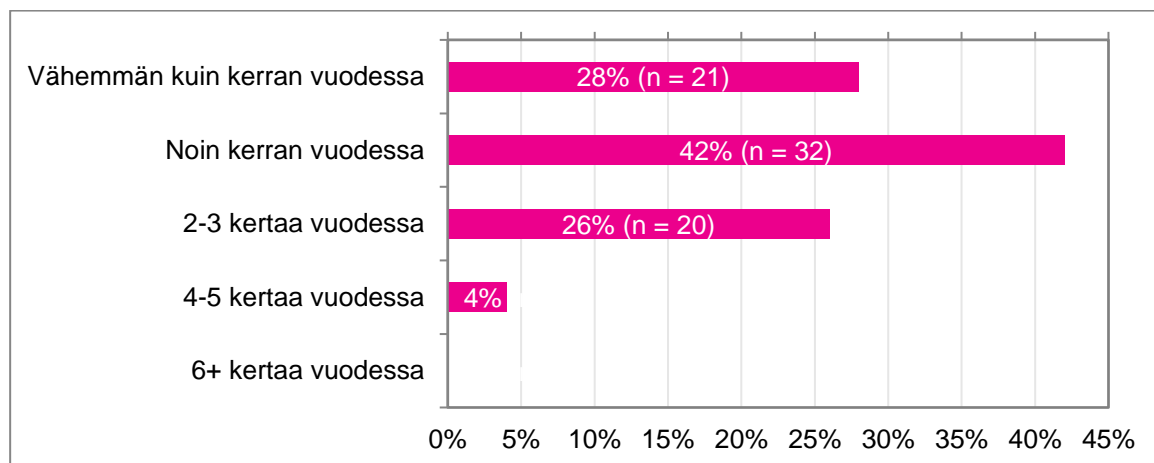
KUVIO 8. Vastaajien työssäkäynti kuvaaja (n=80).

Suurin osa kyselyyn vastanneista eli 89 prosenttia matkustaa Euroopan sisällä (kuvio 9). Pohjoismaat ovat toiseksi eniten vastattu kohde, 51 prosenttia. Aasia, Baltia ja Amerikka ovat saaneet lähes yhtä paljon kannatusta eli noin 30 prosenttia. Vain Suomessa matkustavia on kuitenkin jopa yhdeksän prosenttia vastaajista.



KUVIO 9. Vastaajien, minne matkustat (n= 76).

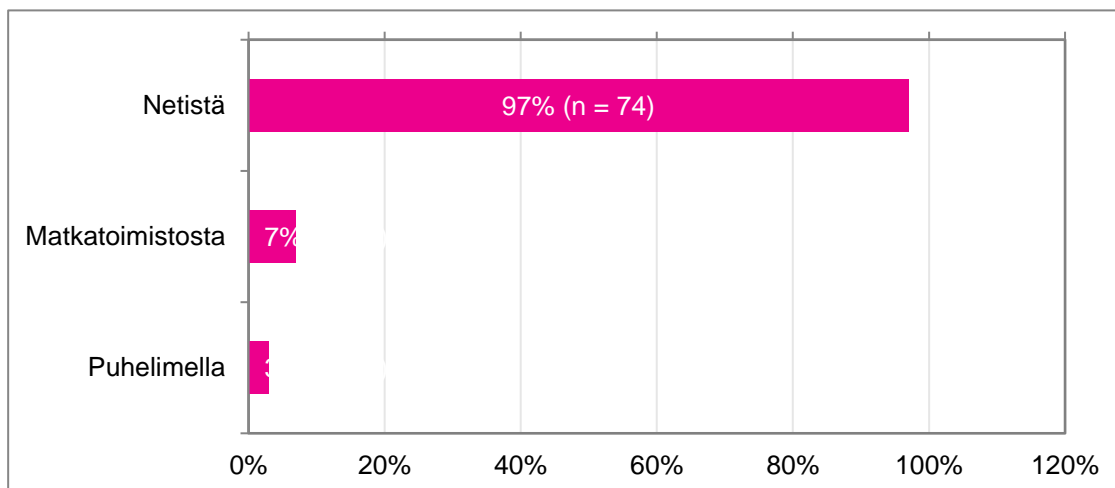
Ammattikorkeakoulun opiskelijat vastasivat kysymykseen, että 42 prosenttia matkustavat ulkomaille noin kerran vuodessa (kuvio 10). Toiseksi eniten vastanneista vastasivat, että matkustavat vähemmän kuin kerran vuodessa. 26 prosenttia vastanneista taas matkustavat 2-3 kertaa vuodessa ja 4 prosenttia vastanneista matkustavat jopa 4-5 kertaa vuodessa.



KUVIO 10. Vastaajien, kuinka usein matkustat (n=76).

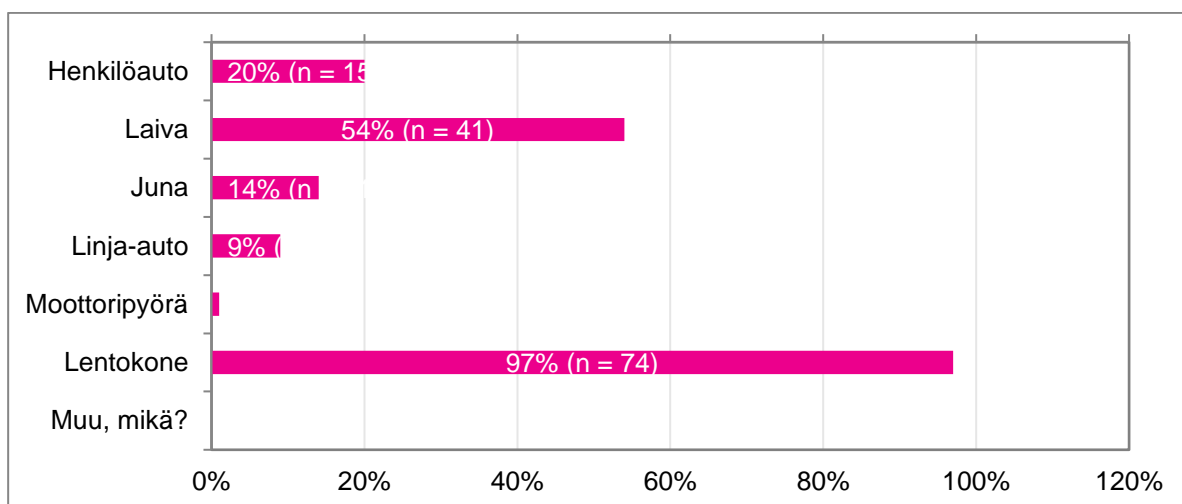
Kyselystä kävi ilmi, että ensimmäisen vuoden ammattikorkeakoulun opiskelijat varaavat lähes kaikki matkansa netin kautta (kuvio 11). Vastanneista 97 prosenttia käyttää nettiä matkansa varaamiseen. Vain seitsemän prosenttia eli viisi vastaajista varaa matkansa edes joskus matkatoimiston kautta ja vain kolme prosenttia eli kaksi opiskelijaa varaa puhelimen

välityksellä.



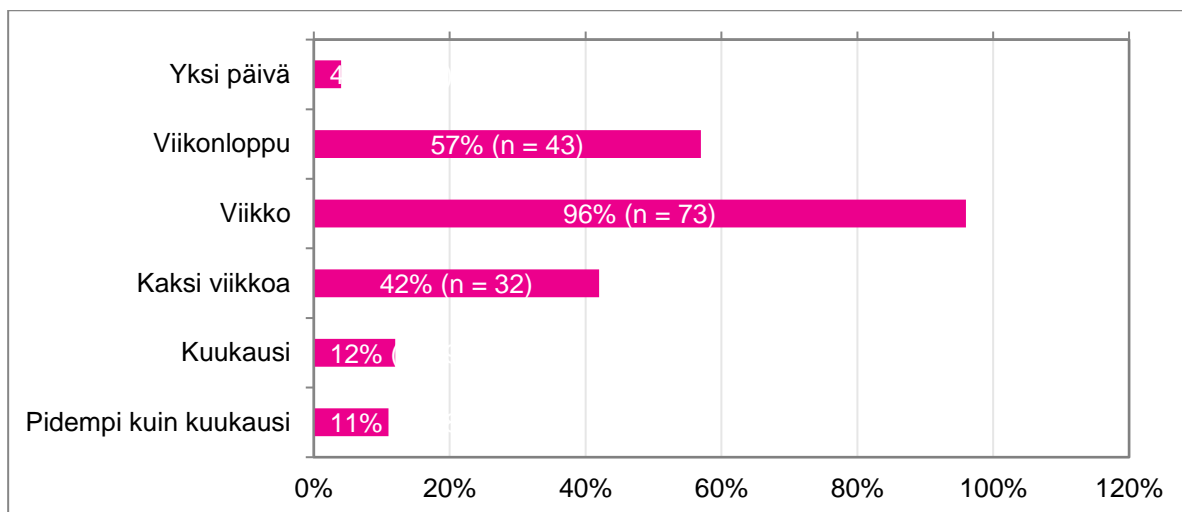
KUVIO 11. Vastaajien mistä varaavat matkansa (n=76).

Tutkimuksen kyselyssä tulee ilmi, että lentäminen on lähes jokaiselle kyselyyn vastanneelle kulkuväline matkustaa ulkomaille (kuvio 12). Pitkiä matkoja matkustetaan lentäen, sillä se on nopein tapa siirtyä paikasta toiseen. Laiva onkin toisiksi eniten käytetty kulkuneuvo siirryessä Suomesta ulkomaille ja sai kannatusta 54 prosentilta opiskelijoista. Henkilöauto sijoittui kolmanneksi. Jopa 20 prosenttia vastanneista matkustaa edes joskus ulkomaille henkilöautolla ja 14 prosenttia junalla. Vain harva matkustaa ulkomaille linja-autolla tai moottoripyörällä.



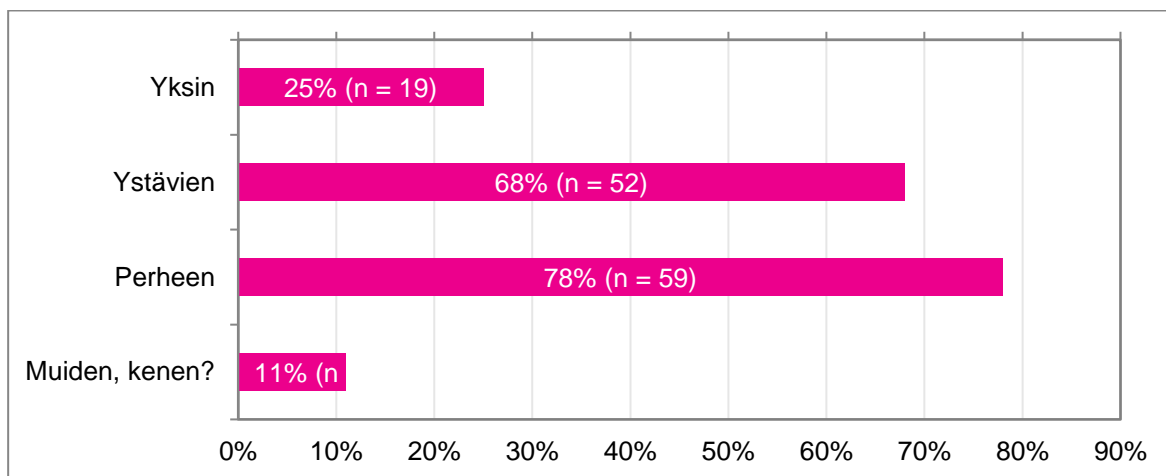
KUVIO 12. Vastaajien millä matkustaa mieluiten (n=76).

Kysymykseen kuinka pitkiä lomamatkoja opiskelijat tekevät, 96 prosenttia vastasi, että matkustavat viikon mittaisia lomiam (kuvio 13). Viikonlopun kestäviä matkoja teki 57 prosenttia vastaajista ja kolmanneksi eniten vastattiin, että opiskelijat matkustaisivat lomalle kahdeksi viikoksi. Kuukauden ja kahden kuukauden matkoja tekee opiskelijoista melkein yhtä monta prosenttia. Yhden päivän matkoja tekee vain 4 prosenttia vastaajista.



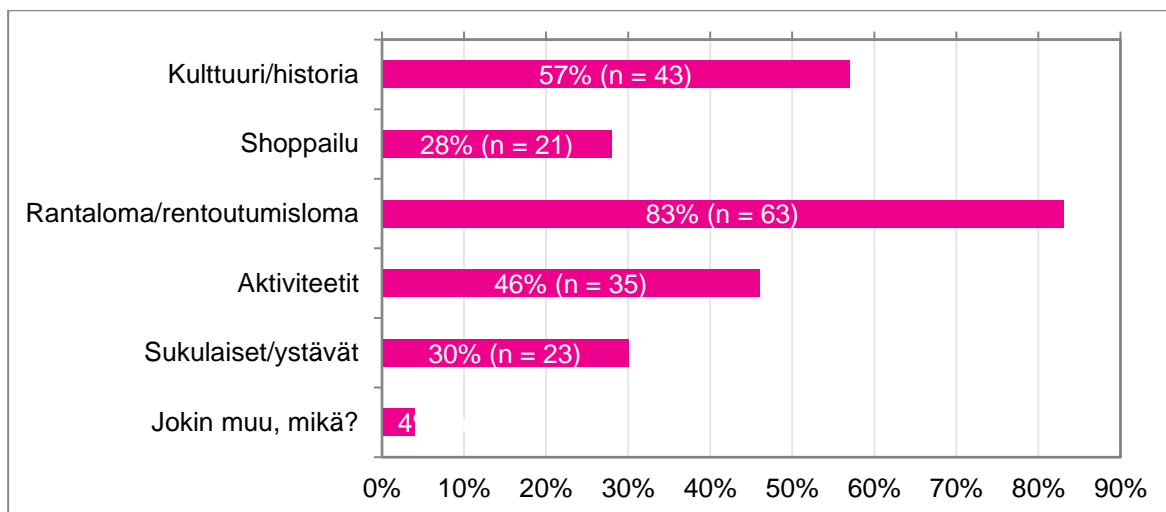
KUVIO 13. Vastaajien kuinka pitkiä lomamatkoja tekevät (n=76).

Suurimmaksi osaksi ammattikorkeakoululaiset matkustavat perheensä tai ystävien kanssa (kuvio 14). Yksin opiskelijoista matkustaa 25 prosenttia vastanneista. 11 prosenttia vastanneista vastasi, että matkustaa muiden kuin edeltävien vaihtoehtojen kanssa ja kaikki he olivat selventäneet matkustavansa joko puolisonsa tai poika- tai tyttöystävänsä kanssa. Osa on saattanut lukea kumppaninsa myös ystäviin tai perheeseen.



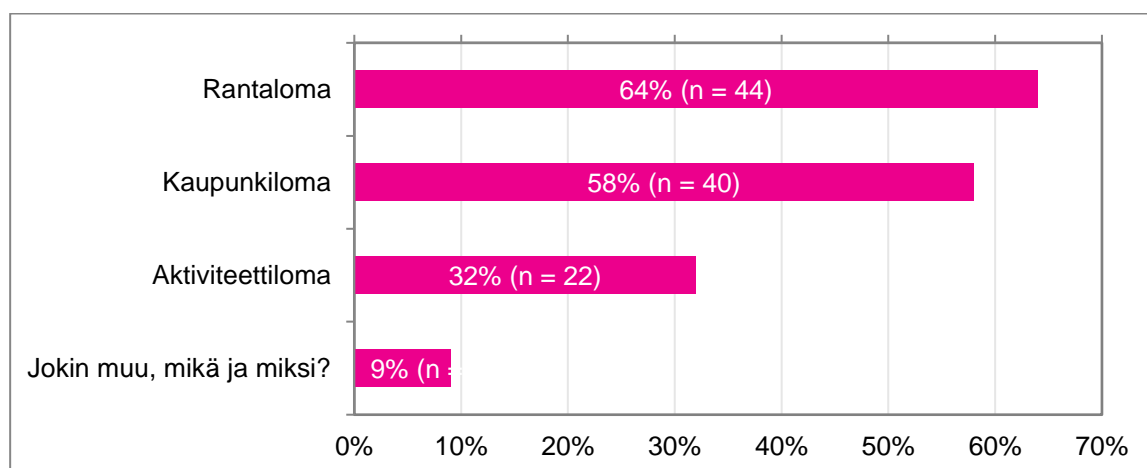
KUVIO 14. Vastaajien kenen kanssa matkustat (n=76).

Eniten opiskelijoita kiinnostaa matkustaa ranta- ja rentoutumislomalle (kuvio 15). Vastanneista 83 prosenttia ja heitä oli 63 vastaajaa matkustaa siksi, että pääsee lämpimään. Toiseksi eniten kannatusta sai kulttuuri matkat, joihin vastasi 57 prosenttia vastaajista. Aktiiviteettilomat saivat kannatusta 35 vastaajalta. Melkein saman verran eli noin 30 prosenttia vastauksia tuli vastausvaihtoehtoihin shoppailu ja sukulaiset tai ystävät.



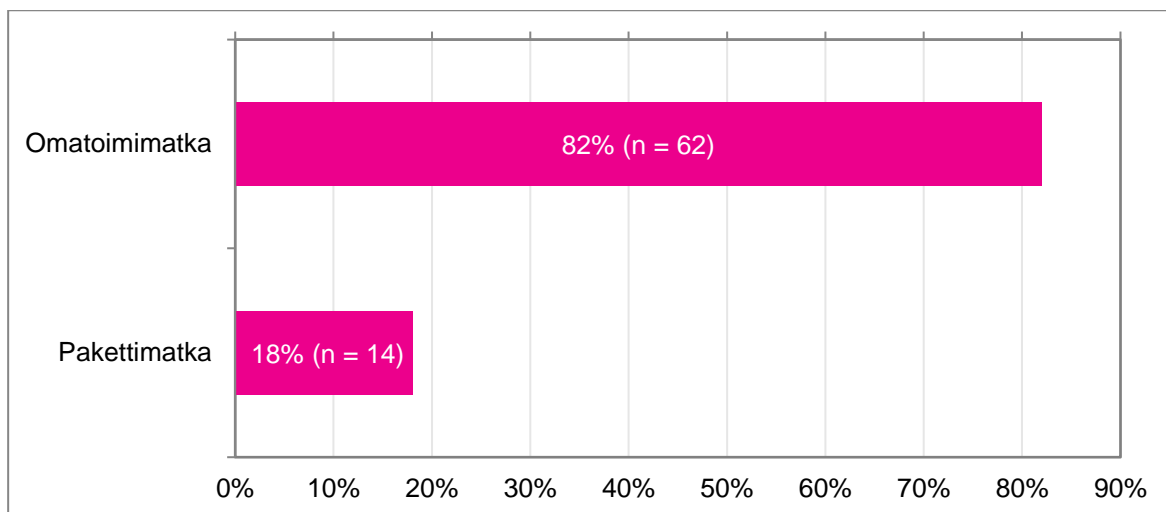
KUVIO 15. Vastaajien miksi matkustat (n=76).

Vastanneista 64 prosenttia suosii rantalomaa lempimatustusmuodoksi (kuvio 16). Kaupunkiloma taas oli 58 prosenttia mielestä leppimatustusmuoto ja aktiviteettilomaa suosi 32 prosenttia vastaajista. Jokin muu loma oli 9 prosenttia leppimatustusmuoto. Näissä vastauksia oli esimerkiksi koiranäyttelyt ja vapaaehtoistyö.



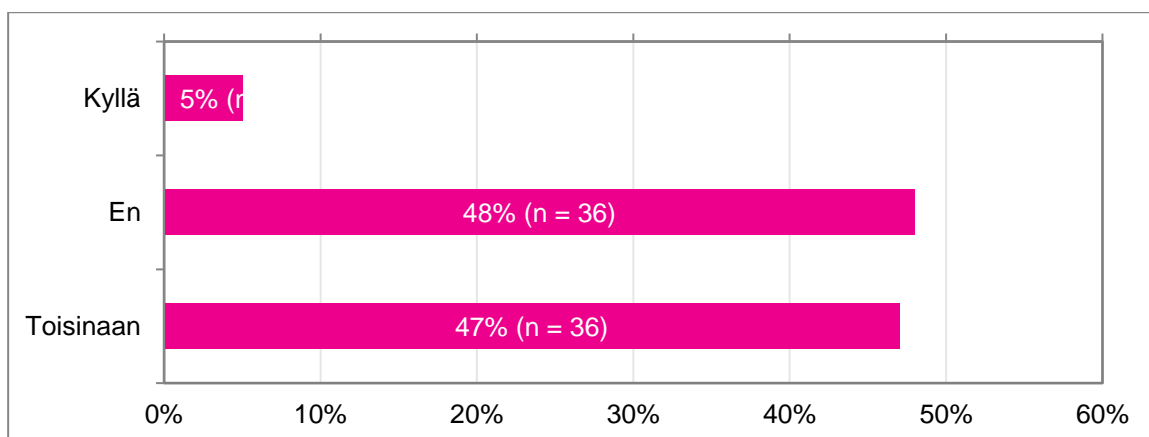
KUVIO 16. Vastaajien mitkä ovat leppimatustusmuotojasi (n= 69).

Kyselyyn vastanneista jopa opiskelijoista 82 prosenttia eli 62 opiskelijaa valitsisi omatoimimatkan pakettimatkan sijasta (kuvio 17). Näistä ammattikorkeakoululaisista 18 prosenttia eli 14 opiskelijaa valitsee puolestaan pakettimatkan.



KUVIO 17. Vastaajien kumpi matkustusmuoto mieluummin (n=76).

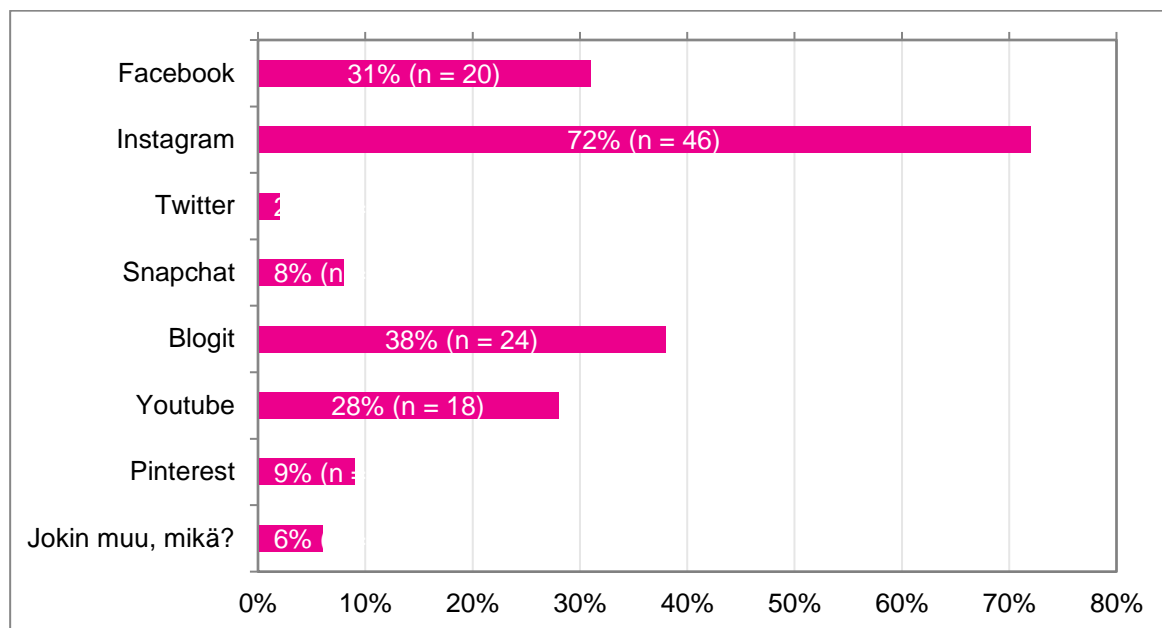
Ammattikorkeakoululaisista, jotka vastasivat kyselyyn lähes puolet eivät käytä opaspalveluita lainkaan (kuvio 18). Toinen puolisko taas toisinaan ja vain viisi prosenttia opiskelijoista käyttää lähes joka kerta.



KUVIO 18. Vastaajien käytätkö opaspalveluita (n=76).

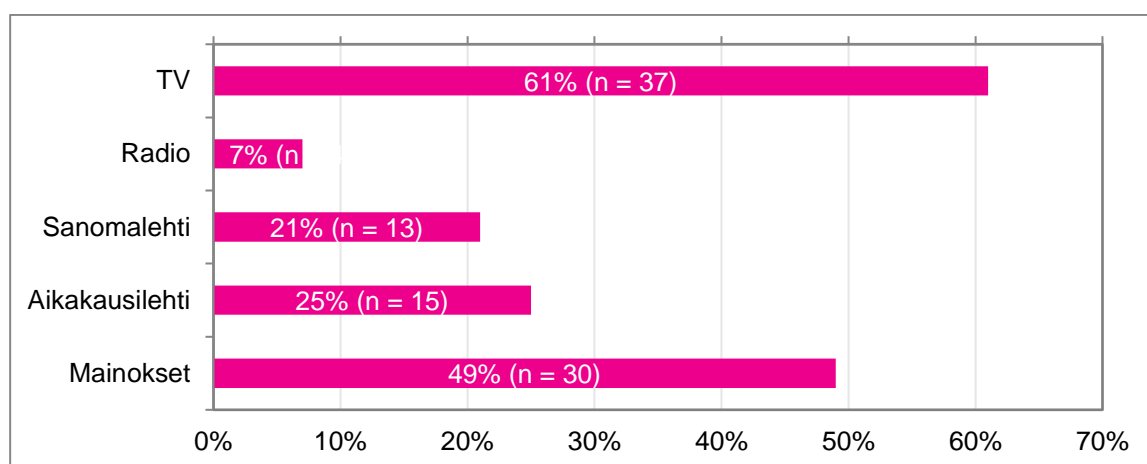
Kyselyn tuloksien mukaan Instagramilla on sosiaalisen median kanavista suurin vaikutus kohteen valintaan (kuvio 19). Jopa 72 prosenttia vastanneista ammattikorkeakoululaisista vastasi, että heidän matkakohteen valintaan vaikuttaa sisältö Instagramissa. Blogit ovat saaneet kyselyssä toiseksi eniten kannatusta, 38 prosenttia. Facebook taas sai kannatusta kyselyssä kahdeltakymmeneltä opiskelijalta. Monien opiskelijoiden matkakohteen valintaan vaikuttaa myös YouTube'n sisältö. Niistä voi saada vinkkiä matkakohteen valintaan ja jopa 28 prosenttia Savonian ammattikorkeakoululaisista sanoo, niiden vaikuttavan heidän matkustamaan kohteeseen ulkomailta. Muut kyselyssä olleet vastausvaihtoehdot eivät saaneet kovinkaan montaa kannattajaa, mikä johtuu siitä, että ne eivät vaikuta matkakohteen valintaan suuresti. Syynä voi olla myös muiden sosiaalisen median kanavien vähäinen käyttö.

Edellä mainitut sosiaalisen median kanavat voivat olla myös nuorien opiskelijoiden keskuudessa suosituimpia kanavia. Kuusi prosenttia vastanneista sanoo, että mikään sosiaalisen median kanava ei vaikuta matkakohteen valintaan.



KUVIO 19. Vastaajien mitä sosiaalista mediaa käytät (n=64).

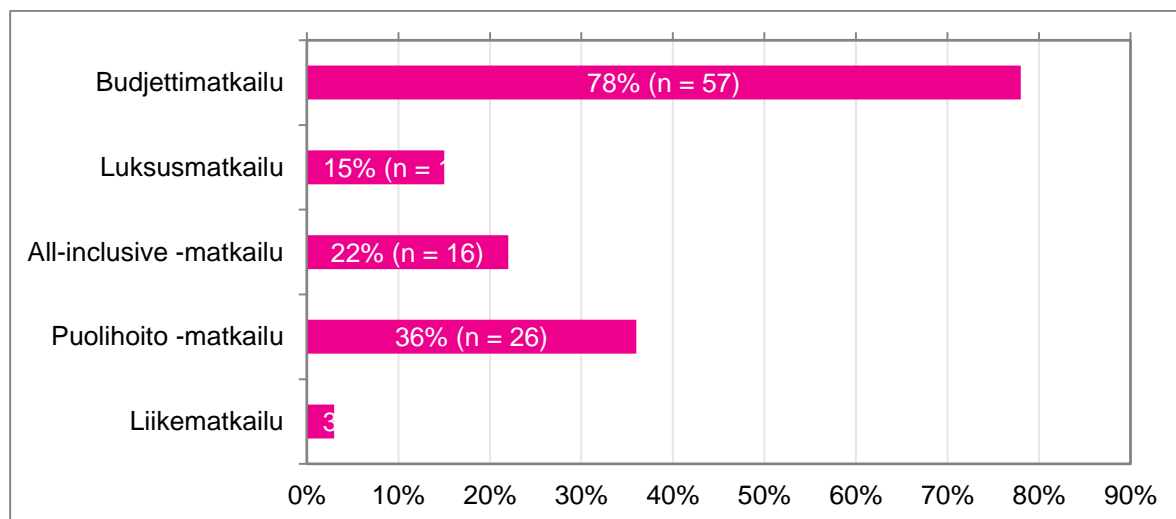
Savonian ammattikorkeakoululaiset vastasivat mediakysymykseen, että eniten heidän matkakohteen valintaan vaikuttava median tuottaja on TV (kuvio 20). 61 prosenttia vastaajista vastasivat siis television. Toiseksi eniten kohteen valintaan vaikuttaa mainokset, joihin vastasi 49 prosenttia vastaajista. Kohteen valintaan vaikuttaa lähes yhtä paljon sekä aikakausi- että sanomalehdet. Ja radio ei vaikuta juuri ollenkaan kohteen valintaan.



KUVIO 20. Vastaajien median vaikutus matkakohteen valintaan (n=61).

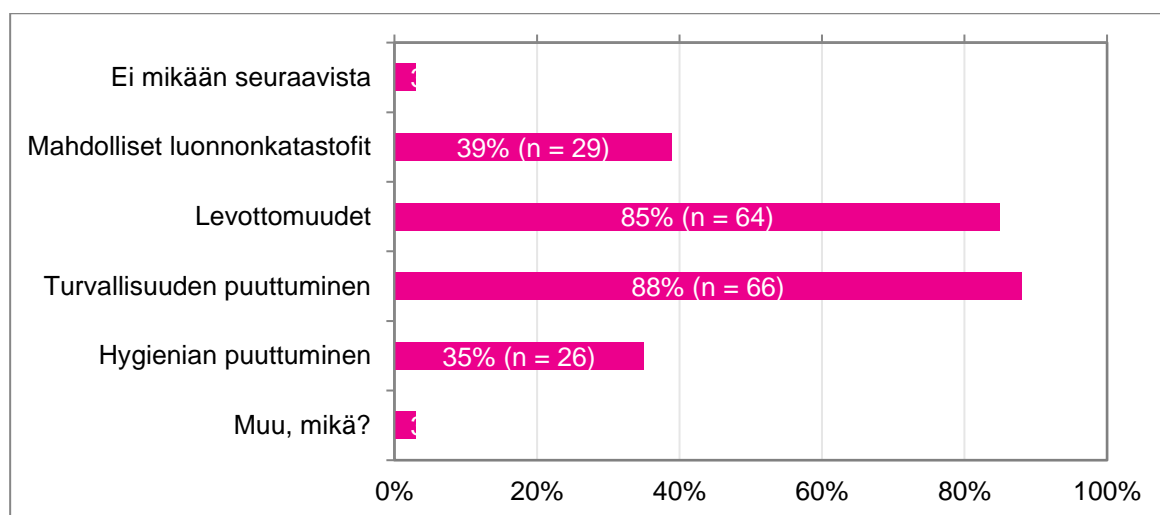
Kyselyssä tuli ilmi, että 84 prosenttia kyselyyn vastanneihin opiskelijoihin ei juurikaan vaikuta matkustamisessa heidän kielitaitonsa taso. Loput 16 prosenttia opiskelijoista puolestaan kokee kielitaidollansa olevan hieman vaikutusta matkustamiseensa. Kielitaito vaikuttaa kohteen valintaan hyvin vähissä määrin. Vain yksi vastanneista vastasi, että kielitaito vaikuttaa todella paljon kohteen valintaan.

Budjettimatkailu on kyselyyn vastanneiden opiskelijoiden eniten ääniä saanut matkustusmuoto ja saikin kannatusta 78 prosentilta (kuvio 21.). Puolihoitomatkat ovat opiskelijoiden keskuudessa toiseksi suosittuja. All-inclusive ja luksusmatkailuakin tapahtuu jonkin verran ammattikorkeakoulun opiskelijoiden matkustamisessa. Liikematkailu sai kannatusta selkeimmin vähiten vain kolmelta prosentilta.



KUVIO 21. Vastaajien mitä matkustusmuotoja toteutat (n=73).

Kyselyn mukaan hygienian puuttuminen vaikuttaa kohteen valintaan negatiivisesti 35 prosenttia kyselyyn vastanneita ammattikorkeakoululaisia (kuvio 22). Jopa 88 prosenttia kyselyyn vastanneista ammattikorkeakoululaisista ajattelee kohteen turvallisuutta ennen matkalle lähtemistä. 85 prosenttia vastanneista sanoo levottomuuksien vaikuttavan kohteen valintaan negatiivisesti. 39 prosenttia on sitä mieltä, että mahdolliset luonnonkatastrofit vaikuttavat negatiivisesti kohteen valintaan. Yli puolet vastanneista voivat kuitenkin ottaa riskin, että jotain voi tapahtua oman matkan aikana. Luonnon kuluttaminen matkustaessa oli myös negatiivisena pointtina matkustamisessa, mikä onkin tänä päivänä yksi suuri puheenaihe. Kolme prosenttia vastanneista ei pelkää matkustaessa mitään, vaan valitsevat matkakohteekseen itseään kiinnostavan kohteen huolimatta kohteen turvallisuudesta ja muista riskeistä, mitä matkalla saattaa ilmetä. Heiltä löytyy siis seikkailijan mieltä ja uhat eivät pysäytä heitä kokemasta haluamistaan matkakohteita.



KUVIO 22. Vastaajien negatiivinen vaikutus kohteen valintaan (n=75).

6.2 Johtopäätökset

Kyselyyn vastasi kahdeksankymmentä Savonian ammattikorkeakoulun opiskelijaa, mikä on melko hyvä saavutus. Kuitenkin otanta oli kaikki Savonian ammattikorkeakoulun ensimmäisen vuoden opiskelijat, joita on satoja, joten vastaajamäärä ei välttämättä anna kokonaiskuvaa ihan jokaisesta ammattikorkeakoulun opiskelijasta. Kyselyyn on saattaneet vastata vain matkailusta kiinnostuneet opiskelijat, jolloin tutkimustulokset voivat olla vain suuntaa antavia. Mutta koska kyselyyn kuitenkin vastasi tasaisesti eri opiskelualojen opiskelijoita, on todennäköisempää tutkimustulosten olevan oikeanlaisia.

Yleisesti ottaen opiskelijoiden rahatilanne on melko heikko. Suuri osa opiskelijoista joutuu elämään säästeliäästi, sillä Kelan tuilla ei paljon huvitella. Kuitenkin Suomessa opiskelijoiden rahatilanne on paremmalla mallilla kuin suurimmassa osassa maita Kelan tukien ansiosta. Opiskelijoiden toimeentuloa tukee osa-aikatyöt. Monilla opiskelijoilla työt opintojen ohella voi haitata opiskelua, joten se ei ole aina paras vaihtoehto. Työssä käyvien opiskelijoiden on helpompaa matkustaa, sillä taloutensa on paremmalla mallilla kuin opiskelijoiden, jotka eivät käy töissä. Tämä tuli selkeästi esille kyselyn tuloksissa.

Jopa Opiskelijabarometrin tilastot kertovat, että 30 prosenttia ammattikorkeakouluopiskelijoista kokee taloutensa hyväksi, mikä kertoo, että 70 prosenttia kokee taloudentilansa huonoksi. Niin suuri määrä kuin 40 prosenttia ammattikorkeakouluopiskelijoiden menoista ylittävät tulot kuukausittain. Tästä voi päätellä, kuinka paljon opiskelijoilla on vaikeuksia pysyä taloudellisesti pystyssä. (Luukkonen 2017.) Onneksi Suomessa on mahdollista saada opintolainaa, jonka avulla eläminen voi olla hieman helpompaa. Toiset käyttävät opintolainan elämiseen ja toiset hupeihin, kuten matkustamiseen.

Ammattikorkeakoulun opiskelijat joutuvat miettimään monia vetovoimatekijöitä, ennen kun varaavat matkaansa. He miettivät kohteiden ilmastoja, kulttuuria, sijaintia ja maan kieltä, mihin ovat matkustamassa. Mikä heitä juuri tietyssä kohteessa kiinnostaisi ja mitä tarjottavaa kohteessa heille olisi. Opiskelijoita varmasti kiinnostaa myös majoitus, ravintolat ja muut palvelut mitä kohteesta löytyy. Vetovoimaan vaikuttaa varmasti myös onko turvallista matkustaa kyseiseen maahan juuri silloin, kun opiskelija olisi matkalle lähdössä.

Kyselystä kävi ilmi, että ensimmäisen vuoden ammattikorkeakouluopiskelijat varaavat lähes kaikki matkansa netin kautta. Tämä luultavimmin siksi, koska se on nopeaa ja muista riippumatonta. Varaaja ei ole riippuvainen matkatoimistovirkailijan olemassa olosta ja voi varata matkan mihin kellonaikaan tahansa ja missä tahansa. Netistä matkojen varaaminen onnistuu hyvin sekä paketti- että omatoimimatkoja varatessa. Usein puhelimitse tai matkatoimistossa käymällä ja varaamalla matkan, matkat ovat pakettimatkoja, joihin kuuluu vähintään kaksi matkan osaa. Yleensä nämä ovat lennot ja majoitus, sillä matkatoimistoilla on valmiita paketteja saatavilla, ja ne ovat helpoin vaihtoehto heidän asiakkailleen.

Matkoja on mahdollista varata menemällä suoraan matkatoimistoon ja neuvottelemalla matkailuvirkailijan kanssa, millaiselle matkalle haluaa lähteä. Tällöin matkailuvirkailija osaa neuvoa ja antaa vinkkejä matkakohteesta ja kaikkien matkan eri komponenttien järjestämisestä. Lennot, laivamatkat, junamatkat tai linja-automatkat sekä majoittuminen kohteessa onnistuu suunnitella ammattilaisen kanssa. Usein matkatoimistoissa asiakkaille tarjotaan pakettimatkoja, jolloin matkailijan ei tarvitse itse huolehtia juuri mistään. Matkatoimistoihin voi tietenkin myös soittaa ja ratkoa itselleen sopivan matkakohteen puhelimen välityksellä matkailuvirkailijan kanssa. Näitä kahta tapaa ammattikorkeakoululaiset toteuttavat hyvin vähän, koska netistä matkan varaaminen on nykypäivänä niin helppoa ja vaivatonta.

Useimmiten ammattikorkeakoululaiset matkustavat lomien aikana, koska opiskelut kuitenkin vievät suurimman osan vuodesta. Johtopäätöksenä kuinka usein matkustat, suurin osavastaajista ovat vastanneet matkustavansa kerran vuodessa, mutta todella harva matkustaa enemmän kuin kolme kertaa vuodessa. Vastauksiin vaikuttaa suuresti varmasti rahatilanne, sillä se voi olla huono usein matkustamiselle. Opiskelijoilla ei välttämättä ole hyvä taloudellinen tilanne, jolloin heillä olisi ylimääräistä rahaa matkustamiseen.

Nykypäivänä internet on tuonut matkojen varaamisesta yhä helpompaa. Erilaiset matkayhtiöt kuten TUI ja Aurinkomatkat suunnittelevat pakettimatkoja ja myyvät paketteja netin kautta. Tällöin matkailijat pystyvät itse netistä katsomaan, millaisia kohteita on tarjolla ja

niistä päättää lopullisen matkakohteensa. Matkayhtiöt myyvät suurimmaksi osaksi pakettimatkoja.

Internetin kautta pystyy itse rakentamaan omanlaisensa matkan. Nettisivustot kuten Booking.com tai Trivago ovat sivustoja, joiden kautta matkailija pystyy valitsemaan erikseen esimerkiksi lennot ja hotellin. Tämä onkin nykypäivänä yksi käytetyimmistä matkanvaraus-tavoista.

Suomi on melko eristyksissä kaikista muista maista, joten lentäminen on usein helpoin ja nopein vaihtoehto siirtyä maasta toiseen. Tämän takia kyselyssä tuli ilmi, että opiskeilijat käyttävät eniten lentokonetta ulkomaille matkustamisessa. Suomesta kuitenkin pääsee junalla esimerkiksi Venäjälle ja autolla Ruotsiin ja Norjaan, sillä matkat ovat kohtuullisen mit-taisia. Autolla pääsee myös Keski-Eurooppaan kiertelemään Suomesta, mutta ensin on esi-merkiksi ylitettävä laivalla Suomenlahti Helsingistä Tallinnaan. Laivoilla pääsee Helsingin lisäksi helposti Turusta Viroon ja Ruotsiin ja se on melko edullista.

Kyselyyn vastanneiden kulkuneuvon valintaan on voinut vaikuttaa myös luonnon kuluttami-nen. Lentäminen on yksi kuluttavimmista matkustustavoista, jolloin monet matkailijat voi-vat valita esimerkiksi mieluummin junan. Junalla liikkuminen on luonnolle parempi valinta, mutta tällöin matkan kesto on paljon suurempi. Toisaalta jos matkakohteita on omalla ulko-maan matkallaan useita voi ensimmäiseen kohteeseen lentää ja vaihtaa kohdetta matkalla junalla tai linja-autolla liikkuen, jolloin ympäristö ei rasitu yhtä paljon kuin lentämisellä. Myös pitkän yksittäisen matkan suosiminen on parempi valinta ympäristön kannalta kuin monen lyhyen matkan, sillä tällöin vähentää kohteeseen liikkumiseen kuluva matkusta-mista.

Yleisesti ottaen, kun ulkomaille lähdetään, matka on pidempi kuin yhden päivän. Suomesta on suurimmaksi osaksi pitkä matka suosittuihin turistikohteisiin ja niihin täytyy varata pi-dempi oleskeluaika kohteessa. Lyhyemmät matkat tehdään usein naapurimaihin esimerkiksi Ruotsiin ja Tallinnaan. Laivayhtiöillä on tarjouksia juuri päivärasteilyille tai viikonlopun mit-taisille matkoille.

Viikonloppureissuja voi tehdä lähimaihin ja maihin, joihin lentomatka ei ole kovin pitkä. Esimerkiksi Lontoo ja muiden maiden suuret pääkaupungit ovat usein myös kaupunkeja, joista kuulee opiskelijoiden puhuvan, että viettävät siellä viikonlopun. Hyvällä tuurilla vii-ikonloppureissut eivät maksa paljon. Kun taas viikon tai kahden mittaisiin lomiin kuluu huo-mattavasti enemmän rahaa. Reissut eivät myöskään haittaa koulunkäyntiä, jos ne tehdään

omalla ajalla viikonloppuna. Matkalle voi lähteä heti koulun jälkeen perjantaina ja palata takaisin sunnuntai iltana, jolloin maanantaina kerkeää takaisin kouluun.

Viikon tai kahden matkoja tehdään kaukokohteisiin, jonne matkustaminen vie enemmän aikaa. Viikon tai kahden lomamatkoja tehdään myös lähempänä oleviin maihin, mutta tällöin kohteessa halutaan viettää pidempi aika kuin vaikka viikonloppu. Pidemmällä matkoilla ehtii nähdä ja tutustua kohteeseen paremmin ja samalla itsekkin rentoutua. Kaukokohteet ovat suosittuja rantalomakohteita, joita tutkimuksen perusteella myös opiskelijat suosivat. Pidempiä lomiammattikorkeakouluopiskelijat tekevät esimerkiksi syys- tai talviloman aikana. Tällöin se ei haittaa koulunkäyntiä ja lomasta voi ottaa kaiken irti.

Opiskelijat haluavat jakaa matkustamisen kokemuksen perheen ja ystävien kanssa. Perheeseen osa vastaajista varmasti laski myös tyttö- ja poikaystävät sekä puoliset. He haluavat läheistensä kanssa luoda yhteisiä muistoja, mitä muistella vielä pitkään. Samalla matkakustannuksia voi pienentää sillä, että jaetaan laskuja toisten kanssa, jottei kaikkea tarvitse itse maksaa. Samalla he saavat irti arjesta ja yhdessä rentoutua arjen kiireistä. Kun läheisten kanssa lähtee matkalle, he voivat tehdä juuri niitä aktiviteetteja, joista ovat yhdessä kiinnostuneet ja samalla kokeilla aivan uusia aktiviteetteja erilaisissa maisemissa.

Yksin matkustamisessa on paljon hyviä puolia. Silloin saa päättää koko matkastaan ihan itse. Aikatauluttaa itsensä ja kokee kaiken sen matkallaan, mitä haluaakin kokea. Samalla yksin matkatessa voit tutustua uusiin ihmisiin ja heistä voi tulla itselleen hyvinkin tärkeitä matkan aikana. Tällöin voi saada elinikäisiä kansainvälisiä ystäviä ja se voi johtaa matkustamisen lisääntymiseen omalla kohdalla. Ystäviä kun on kiva mennä tapaamaan heidän kotimaihinsa. Kulttuuriin tutustuminen myös onnistuu hyvin yksinkin. Se saattaa jopa olla helpompaa, koska samalla voi tutustua myös paikallisiin, jotka voivat sinulle näyttää ja tutustuttaa uutta kulttuuria.

Opiskeluaikoina loman sattuessa kohdalle, halutaan usein lähteä rentoutumaan. Mikäpä parempi keino siihen olisi, kuin olla viikko tai pari auringossa. Rantalomalla rentoutumisen ohessa voi kuitenkin tehdä jotain aktiviteettia tai lähteä käymään shoppailemassa. Tällöin pääsee pois arjen keskeltä ja miettimään ihan muita asioita kuin mitä arkisessa ympäristössä miettisi.

Lomalle voi lähteä myös oppimaan toisen maan kulttuurista ja historiasta. Tällöin useimmiten matkustetaan kaupunkikohteisiin, joista löytyy paljon erilaista kulttuuria ja mielenkiintoista historiaa. Kulttuuri ja historia matkoille opiskelijat voivat lähteä myös silloin, kun

heillä on mielenkiintoa oman alan historiaan. Sitä kautta voi oppia alastaan jotain uutta ja miten toisessa maassa toimitaan.

Aktiviteetit lomalla ovat usein retkiä lomakohteen suosituimpiin paikkoihin. Paikkoja voivat olla esimerkiksi huvi- ja vesipuistot, erilaiset tutustumisretket matkakohteen kyliin tai saariin tai vaikka pyöräretki pitkin kohdetta. Aktiviteetit tuovat lomaan mukavaa tekemistä ja usein niistä jää myös mahtava muisto.

Osa matkustaa myös sukulaisten ja ystävien takia. Heillä voi asua sukulaisia ja ystäviä pitkin maailmaa, joita haluavat käydä tervehtimässä. Samalla pääsee matkustamaan ja näkemään maailmaa. Kun sukulaiset ja ystävät asuvat kauempana, he myös voivat tutustuttaa opiskelijat uusiin paikkoihin uudessa ympäristössä. Siellä he saavat uutta näkökulmaa siihen, minkälaista on asua ulkomailla. Samalla he voivat nauttia läheistensä seurasta.

Shoppailemisen takia vastaajat matkustivat vähiten. Yleisesti se sisältyy usein matkaan kuin matkaan. Jos matka ei keskity ostokseen, saattavat matkailijat kuitenkin ostavat matkalta jotain. Tällaiset ostokset painottuvat yleensä tuliaisten ostamiseen. Shoppailemisen takia matkustetaan paljon isoihin kaupunkeihin, mistä löytyy isoja kauppakeskuksia. Osalle shoppailu on taas se matkan pääasia. Ulkomailta löytyy usein paljon uusia liikkeitä, joita ei Suomessa ole, ja tällöin tuotteita halutaan ostaa, sillä sitä ei ole kotiin palattua jokaisella vastaantulevalla ihmisellä.

Avoimista vastauksista löytyy muutamia hyviä pointteja, miksi juuri rantaloma on heille pääpointti miksi matkustavat. Rantalomalle lähdetään, jotta päästään rentoutumaan, nauttimaan auringosta ja rannalta haetaan myös rusketusta. Kaupunkilomalle he halusivat taas lähteä, jotta pääsivät näkemään kaupungin kulttuuria, sen nähtävyyksiä ja kaupunkilomailussa mainittiin myös ostoteleminen. Aktiviteettilomalle lähdetään, jotta kokee sellaisia asioita, joita Suomessa ei ole. Snorklaus on esimerkiksi aktiviteetti, jota harrastetaan ulkomailla ja se avoimisissa vastauksissakin tuli esille. Aktiviteettejä harrastetaan myös sen takia, että lomalle tulisi uusia kokemuksia ja opittaisiin uutta. Muita syitä, miksi matkalle lähdetään, on esimerkiksi omat harrastukset. Harrastuksiin voi kuulua, vaikka koiranäyttelyt, joiden takia kierretään maailmaa tai sitten matkustetaan sen takia, että halutaan auttaa ihmisiä ja tehdä siinä samalla vapaaehtoistyötä.

Suurempi osa opiskelijoista valitsee mieluummin omatoimimatkan ja tämä voi johtua siitä, että omatoimimatkat tulevat usein halvemmiksi, sillä ei tarvitse maksaa mistään turhasta, vain sellaisesta palvelusta mitä oikeasti käyttää ja tarvitsee. Omatoimimatkoja on myös helppo soveltaa omaan aikatauluun sopivaksi ja suunnitella juuri itselleen sopivan matkan.

Monet nuoret ovat rohkeita ja kiinnostuneita kohteen kulttuurista ja tavasta elää, jolloin hotellin ulkopuolinen elämä kiinnostaa. Tällöin kätevintä on lähteä omatoimimatkalta. Pakettimatkoilla tulee taas rentouduttua usein paremmin, sillä kohteesta toiseen liikkumisesta tai majoituksesta ei tarvitse stressata. Monet lähtevät siis pakettimatkalta arkea pakoon ja laittavat aivot narikkaan. Tällöin ei paina huolet ja murheet tai opiskeluiden hektisyys ja stressi. Pakettimatkojen hotellit saattavat sijaita muiden hotellialueiden lähetyillä, ja sieltä voi olla pitkäkin matka paikallisten ihmisten keskuuteen. Tällöin matkailija ei koe paikallista elämää samoin tavoin kuin omatoimimatkailija.

Nykypäivänä teknologia kehittyy ja se onkin mahdollistanut opiskelun etänä, jolloin kesken opintojenkin pystyy lähtemään ulkomaille lomalle. Toki voi joutua tekemään annettuja tehtäviä, vaikka sitten auringon alla, mutta sillä ei välttämättä ole väliä. Siellä missä internet toimii, opinnot sujuvat myös. Pakettimatkoilla eli usein rantalomilla, joilla ei paljon aktiviteetteja ehkä harrasteta, voi keskittyä myös opiskeluun. Silloin vain ympäristö on eri kuin tavallisessa arjessa. Omatoimimatkojakin voi tuki soveltaa opiskelun kanssa ja tehdä koulu-tehtäviä esimerkiksi ihanissa kahviloissa. Opintoja tehdessä ja matkustaessa maailmakuva laajenee ja oppii uutta. Myös opiskelumotivaatio voi kasvaa, kun arkinen ympäristö vaihtuu erilaiseen ja jännittävään.

Opaspalveluiden melko vähäinen käyttäminen näkyy kyselyn tuloksissa ja johtaa varmasti juurensa siitä, että ammattikorkeakoululaiset tekevät enemmän omatoimimatkoja kuin pakettimatkoja. Nuoret opiskelijat ovat rohkeita ja haluavat kokea kohteen omalla tavallaan ja ehkä kokevat, että matkaoppaan olo mukana ei ole välttämätöntä. Usein nuoret opiskelijat osaavat ottaa selvää matkakohteesta internetin kautta, jolloin nähtävyydet ja muut näkemisen ja kokemisen arvoiset kohteet osataan käydä tutkimassa ilman opasta.

Pakettimatkoilla taas on helppoa lähteä matkanjärjestäjän järjestämille retkille oppaan kanssa. Usein matkanjärjestäjällä on suomalainen opas, joka helpottaa myös kielitaidottoman matkailijan kokemusta. Kohteissa on usein tarjolla myös paikallisoppaita, joiden kanssa yleensä käytetään englannin kieltä, sillä matkaporukassa saattaa olla myös muita kansalaisuuksia omaavia matkailijoita. Tällöin tulee löytää yhteinen kieli ja Englanti on usein sellainen, mitä maailmanväestöstä suuri osa osaa.

Instagram on nuorten keskuudessa yksi käytetyimpiä sosiaalisen median kanavia ja tämän takia se sai kyselyssä eniten kannatusta. Instagramissa julkaisut ovat kuvapainotteisia ja kuvia voi tukea kuvatekstiin kirjoitetuilla teksteillä. Se on maailmanlaajuinen sosiaalisen median kanava, josta pääsee seuraamaan ystävien, tuttujen ja julkisuuden henkilöiden elämää. Julkaisut tapahtuvat usein reaaliajassa ja tällöin toisten ihmisten toimintaa voi seurata

helposti. Instagramiin julkaistaan paljon kuvia matkoilta, jolloin muut käyttäjät voivat saada ideoita jonnekin matkakohteeseen matkustamisesta. Tiedetyt nähtävyydet tai kahvilat ja ravintolat kohteessa voivat saada Instagramin ansiosta lisää kävijöitä, sillä julkaisuihin pystyy merkitä paikan sijainnin, jolloin muiden ihmisten on myös helppo löytää paikanpäälle. Useimmiten Instagramiin julkaistaan mahdollisimman hienoja kuvia, joten sieltä löytyvillä kuvilla kohteista on suuri osa ajasta positiivinen vaikutus kohteen valintaan.

Blogeja on paljon matka-aiheisia, joista saa pienen kurkistuksen, millainen kyseinen kohde on. Blogeissa pääsääntöisesti kuvataan asioita sanojen ja tuetaan kuvilla. Tällöin lukija saa kokonaisvaltaisemman kuvan kohteesta, jolloin se voi vaikuttaa kyseiseen kohteeseen matkustamisessa joko positiivisesti tai negatiivisesti, riippuen kertomuksen sävystä.

Monet ihmiset julkaisevat Facebookiin matkakertomuksiaan tai kuvia. Niistä Facebook-kaverit pystyvät ottamaan inspiraatiota matkakohteen valintaan. Voi olla, että oman tulevan matkakohteen valinta on saanut alkunsa jonkun kaverin yhdestä kuvasta kyseisestä kohteesta. Usein uusia matkakohteita tulee esille sosiaalisen median kautta, mistä ei ole aikaisemmin kuullutkaan.

YouTubesta löytyy runsain määrin matka-aiheisia videoita sekä ihmisten kokemuksia että kohteiden esittelyvideoita. Näistä voi löytää uusia matkakohteita, minne haluaa itse matkustaa. Tämän takia kyselyyn vastanneet opiskelijat varmasti katsovat matkustamiseen liittyviä videoita.

Sosiaalinen media syrjäyttää nykypäivänä muuta mediaa. Ennen mainoksia nähtiin pelkästään lehdissä ja televisiossa, kun nykyään samanlaisia mainoksia tulee esille eri sosiaalisen median kanavissa. Mainokset vaikuttavat tunteisiin ja ne saavat lisättyä ostokäyttäytymistä asiakkaiden keskuudessa. Televisio on mediana suuri vaikuttaja, missä tulee paljon mainoksia eri ohjelmien välissä ja sieltä löytyy myös paljon mainoksia juuri matkustamiseen liittyen. Television ohjelmatarjonta on myös pullollaan matkailuaiheisia ohjelmia, joista opiskelijat varmasti saavat ideoita omien matkakohteidensa valintaan. Televisiosta voi löytää jonkin uuden matkakohteen, mistä ei ole koskaan aiemmin kuullut. Matkailuohjelmat saattavat siis vaikuttaa paljon matkustamisen lisääntymiseen tietyissä matkakohteissa. Se miten kohdetta on kuvattu, vaikuttaa matkailijan ostopäätökseen vahvasti.

Suomalaisten kielitaito on erään tutkimusten mukaan suppeutumassa. Suomalaiset eivät enää opiskele pakollisten englannin ja ruotsin lisäksi muita kieliä yhtä paljon kuin aikaisemmin. Ylioppilaskirjoituksissakin vieraita kieliä kirjoitetaan huomattavasti vähemmän. Englannin kielen taito on kuitenkin suomalaisten keskuudessa todella hyvää. Englannin opetus

aloitetaan jo alakoulussa ja englannin kieltä kuulee muun muassa televisiosta ja musiikista, kaikkialta. Kieltä on myös luettavassa muodossa esimerkiksi ympäri internetiä. (Kuonanoja 2017.)

Kuitenkin Tilastokeskuksen Aikuiskoulutustutkimuksen 2017 mukaan 93 prosenttia 18-64 vuotiaista suomalaisista osaa vähintään yhtä vierasta kieltä. Kahden osatun kielen yhdistelmä on yleensä englanti ja ruotsi, joita osaa noin kaksi kolmesta suomalaisesta aikuisesta. Korkeakoulun suorittaneista lähes jokainen osaa vähintään yhtä vierasta kieltä. (Karnerva 2018.) Tästä voidaan päätellä, että suomalaisten kielitaito yleisesti ottaen on melko hyvä. Tämän takia myös kyselyyn vastanneet ammattikorkeakoululaiset eivät pääasiassa tunne kielitaidollaan olevan estettä ulkomaille matkustettaessa. Ammattikorkeakoululaisten englannin kielentaito on vähintäänkin hyvän tasolla suurimmalla osalla, jolloin lähes missä vaan maassa tulee toimeen, jos omaa itseluottamuksen vierasta kieltä puhuessa. Lähes jokaisessa maassa ihmiset osaavat edes muutamia sanoja englannin kieltä, joten yhteisymmärrys on usein melko helppo lopulta löytää. Muiden vieraiden kielen osaaminen on tietysti plussaa, sillä ne voivat auttaa kommunikoidessa paikallisten ihmisten kanssa.

Ulkomaille matkustaessa tulee ottaa huomioon erilaisia riskitekijöitä. Yleisesti ottaen ulkomaille matkustaessa tulee olla kaikki rokotukset kunnossa. Joihinkin kohteisiin matkustaessa kannattaa ottaa esimerkiksi A- ja B-hepatiitti rokotukset, sillä ne suojaavat tautien tarttumiselta. Joiltakin bakteereilta tai viruksilta ei kuitenkaan pystytä välttymään, sillä kohtaan tutusta ympäristöstä poistuessa bakteerikanta muuttuu, jolloin on suurempi riski sairastua. Hygieniasta huolehditaan joissakin maissa paljon huonommin, jolloin esimerkiksi ravintolassa on mahdollista saada ruokamyrkytys. Ulkomaille matkustaessa tulee huomioida, että rokotukset ovat kunnossa ja matkavakuutus voimassa. Pahimmassa tapauksessa matkavakuutus voi pelastaa ihmisen hengen. Sairaanhoidokulut ovat aivan eri luokkaa ulkomailta kuin mitä ne ovat verrattuna Suomen terveydenhuoltopalveluihin. Euroopan sisällä matkustaessa kannattaa olla mukana ilmainen Kelan Eurooppalainen sairaanhoitokortti, sillä sen avulla matkailijan tulisi saada välittömästi hoitoa kohteessa (Kela 2018).

Terveyden lisäksi matkakohteen valinnassa voi olla syytä ottaa huomioon kohteen turvallisuus. Turvallisuuden puuttuminen voi olla suuri syy, miksi matkailija ei valitse jotain tiettyä kohdetta matkakohteekseen. Turvallisuus on yksi matkailun megatrendeistä ja päivä päivältä ihmiset tahtovat matkustaa yhä turvallisemmin. Syinä turvallisuushakuisuuden kasvuun on uutisvälityksen globalisoituminen ja nopeus, matkakohteissa tapahtuneet onnettomuudet, terrori-iskut sekä ihmisten henkilökohtainen riskinottohalun vähentyminen. (Iivari 2012, 12-13.) Nykypäivänä terrori-iskujen määrä on kasvanut, joten varsinkin suurissa kaupungeissa voi olla riskinä joutua niiden kohteeksi. Turvallisuus näkyy myös maan kulttuurin

kautta, sillä ihmiset toimivat eri tavoin eri maissa. Monissa maissa ei ole esimerkiksi suotavaa liikkua yksin ei päivällä, eikä yöllä. Maalaisjärjen käyttö on siis suotavaa, ja se auttaa pitkälle.

Luonnonkatastrofeja ilmenee mannerlaattojen yhtymäkohdassa, sillä niiden liikkuminen aiheuttaa muun muassa maanjäristyksiä ja tsunameita. Myös tulivuorien lähellä voi tapahtua luonnonkatastrofeja, sillä ne voivat purkautua lähes, milloin tahansa, mutta yleensä suuri riski purkautumiselle on, kun ne ovat aktiivisia. Suomalaisten turistien suosimista matkakohteista esimerkiksi Indonesia, sijaitsee mannerlaattojen yhtymä alueella. Maanjäristykset, tulivuoren purkaukset ja tulvat ovat todella yleisiä. Tulvat ja maanvyörymät ovat tavallisia sadekaudella. Balilla oleva tulivuori Mount Agung on tällä hetkellä aktiivisessa tilassa ja sen lähellä liikkumista tulee välttää ja ajantasaista tietoa tulee seurata ennen Balin saarelle matkustamista. Myös Peru sijaitsee mannerlaattojen yhtymäkohdassa ja luonnonkatastrofit ovat todennäköisiä. (Ulkoministeriö 2019.)

Ekologinen matkustaminen on suuressa suosiossa, sillä oman hiilijalanjäljen pienentäminen on monille ihmisille tärkeä asia ja näin kuuluukin olla. Ilmastonmuutos hidastuu, kun ihmiset tekevät vastuullisempia valintoja elämässään. Matkustaa pystyy myös ympäristöystävällisemmin ja sitä ei tarvitse kokonaan sulkea pois elämästä. Lentokoneen sijasta kohteeseen siirtymiseen voi valita esimerkiksi junan, jos se vain on mahdollista. Jos ei, suorien lentoyhteyksien suosiminen on myös ekologisempi ratkaisu, sillä välilaskeutumiset saastuttavat luontoa enemmän kuin yksi suora lento. Myös uudempien lentokonemallien suosiminen vähentää hiilijalanjälkeä, sillä ne kuluttavat vähemmän polttoainetta kuin vanhat lentokoneet. Kohteessa voi liikkua paikasta toiseen kävellen, pyörällä tai käyttää julkista liikennettä. (Vegaani.org.)

7 POHDINTA

Tutkimus toteutui odotettua paremmin, koska kyselyyn vastasi enemmän ihmisiä kuin mitä osasimme odottaa. Näin saimme tietoa isommalta ryhmältä ihmisiä, jolloin tutkimustulosten analysointi oli helpompaa ja siitä saatiin paljon tietoa irti. Tutkimukseen liittyvää teoreettista tietoa löysimme tutkimukseemme useista eri kirja- ja nettilähteistä.

Tuloksissa tuli ilmi, että rahalla ja sosiaalisella medially on suuri vaikutus ammattikorkeakoululaisten matkustamiseen. Opiskelijoilla, jotka käyvät töissä on parempi taloudellinen tilanne ja näin ollen matkustamiseen on paremmat mahdollisuudet. Toisaalta heillä vapaa-aikaa jää vähemmän opiskelujen ja työn keskeltä, jolloin matkustusajankohtaa voi olla vaikea löytää. Sosiaalisen median käyttö on lisääntynyt vuosien varrella digitalisaation seurauksena, ja siellä vietetään jopa tunteja päivässä. Silmiin saattaa osua eri matkakohteita joko tarkoituksen mukaisesti tai niin sanotusti vahingossa, jolloin matkakuvat tai -kertomukset voivat vaikuttaa omaan matkustuskäyttäytymiseen. Sosiaalinen media on matkustamisessa mukana koko matkailuprosessin ajan matkan suunnittelussa, matkan odottamisessa, kohteessa olemisen aikana sekä matkan jälkeen. Myös nykypäivänä matkojen varauksen helppous nousi yhdeksi merkittäväksi asiaksi tutkimuksessamme. Matkan voi varata internetin kautta minä kellonaikana tahansa ja missä tahansa. Tämän takia matkojen varvaamiseen on pienempi kynnys.

Tutkimustamme voi pitää luotettavana, sillä kyselyyn vastanneita oli suuri määrä ja eri aloilta. Näin saimme laajasti vastauksia erilaisilta ihmisiltä. Kyselyssä oli paljon erilaisia kysymyksiä, jolloin vastauksista sai kokonaisvaltaisemman kuvan ammattikorkeakoululaisten matkustustottumuksista. Koska olemme itse opiskelijoita ja kuulumme kohderyhmään, voimme todeta tutkimustulosten olevan oikeansuuntaisia.

Luotettavuus saattaa horjua siinä, että kyselyyn on saattanut vastata vain matkailusta kiinnostuneet ihmiset. Emme siis ole saaneet ihan kaiken tyyppisiltä ihmisiltä kohderyhmästämme vastauksia. Tutkimus ei pysty kattamaan kaikkia Suomen ammattikorkeakoululaisia, koska Kuopion sijainti ei ole verrattavissa esimerkiksi Helsingin sijaintiin. Kuopiosta matkalle lähtemiseen menee enemmän rahaa ja aikaa, kuin että lähtisi suoraan Helsingistä. Helsingistä kulkuyhteydet ovat paremmat kuin Kuopiosta, jolloin myös matkustuskäyttäytyminen voi olla hieman erilaista.

Onnistuimme tutkimuksessamme mielestämme hyvin. Saimme kyselytutkimukseemme enemmän vastauksia, mitä olimme odottaneet. Yllättävän moni oli valmis vastaamaan ky-

selyimme. Saimme kyselyn vastauksista hyvin tietoa irti, jolloin tutkimuksestamme tuli kokonaisvaltainen ja käsitteli matkustamiseen liittyviä asioita monelta eri kantilta. Koemme, että opimme paljon uutta tätä opinnäytetyötä tehdessä. Tämä koko prosessi oli merkittävä osa opiskeluidemme loppuvaiheessa. Pystymme jatkossa hyödyntämään oppimiamme asioita sekä vapaalla, että työelämässä.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

APOLLO. Apollomatkojen rantaloma on huoleton valita! [verkkajulkaisu.] [Viitattu 2019-11-07.] Saatavissa: <https://www.apollomatkat.fi/lomavalikoima/rantalomat>

APU. Matkailun trendit 2019. [verkkajulkaisu.] [Viitattu 2019-10-15.] Saatavissa: <https://www.apu.fi/artikkelit/matkailun-trendit-2019>

AURINKOMATKAT. Rantalomat. [verkkajulkaisu] [Viitattu 2019-11-07.] Saatavissa: <https://www.aurinkomatkat.fi/rantalomat>

BUSINESSFINLAND. Kestävä kehitys ja tulevaisuuden trendit. [verkkajulkaisu.] [Viitattu 2019-10-15.] Saatavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/kulttuurimatkailu/culture-creators/kestava-kehitys-ja-tulevaisuuden-trendit/>

FINNOY TRAVEL 2017. Turvallinen ensimmäinen omatoimimatka. [verkkajulkaisu.] [Viitattu 2019-10-09.] Saatavissa: <https://finnoytravel.com/fi/matkakokemukset/2017/07/14/turvallinen-omatoimimatka/>

GRANT, Mitchell, 2019. Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT) Analysis. [verkkajulkaisu.] [Viitattu 2019-11-14.] Saatavissa: <https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp>

HALLER, Inga, STYBEL, Nardine, SCUMACHER, Susanne, MOSSBAUER, Matthias 2011, 'Will Beaches be enough? Future Changes for Coastal Tourism at the German Baltic Sea', Journal of Coastal Research, pp. 70–80. [verkkajulkaisu.] [Viitattu 2019-11-14.] Saatavissa: <http://search.ebscohost.com.ezproxy.savonia.fi/login.aspx?d-rect=true&Auth-Type=ip,shib&db=afh&AN=94433149&lang=fi&site=ehost-live>

HEIKKILÄ, Tarja 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. [verkkajulkaisu.] [Viitattu 2019-09-16.] Saatavissa: <http://tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

IIVARI, Pekka 2012. Matkailun turvallisuus. Globaalit muutokset – paikalliset vaikutukset. Rovaniemi: Kopijyvä Oy.

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO. Leena 2019. Validiteetti ja reliabiliteetti [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-05.] Saatavissa: http://www.mit.jyu.fi/OPE/kurssit/Graduryhma/PDFt/validus_ja_reliabiliteetti.pdf

KAKE142 2016. Pallontallaajat. Halpamatkat: 7 vinkkiä budjettimatkailijoille. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-09-17.] Saatavissa: <http://halpamatkat.pallontallaajat.net/author/kake142/>

KALMARI, Heidi, KELOLA, Kati 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

KANERVA, Anne 2018. 25 prosenttia suomalaisista naisista puhuu neljää kieltä – kielitaito kohentunut koko väestössä. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-09-16.] Saatavissa: <https://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/728411-25-prosenttia-suomalaisista-naisista-puhuu-neljaa-kielta-kielitaito-kohentunut-koko>

KARUSAARI, Riitta, NYLUND, Anu 2010. Matkailu on cool. Helsinki: WSOYpro Oy.

KELA 2018. Eurooppalainen sairaanhoitokortti. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-09-16.] Saatavissa: <https://www.kela.fi/eurooppalainen-sairaanhoitokortti>

KILROY. Budjettimatka. Kuinka matkustaa pienellä budjetilla? [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-09-17.] Saatavissa: <https://www.kilroy.fi/blogi/nain-matkustat-tiukalla-budjetilla>

KOPPA. Laadullinen tutkimus [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-05.] Saatavissa <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>

KUONANOJA, Hanna 2017. Suomalaisten hyvä kielitaito - onko se pian pelkkää legenda? [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-09-16.] Saatavissa: <https://www.satakunnan-kansa.fi/a/14152277>

KVALIMOTV. Validiteetti [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-05.] Saatavissa: https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3_3_1.html

LAGROUP & INTERARTS 2005. City tourism & culture. The European experience. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-15.] Saatavissa: <http://81.47.175.201/stodomingo/attachments/article/122/CityTourismCulture.pdf>

LEHTO, Anna 2013. Oppaalla vai ilman – pakettimatkojen hyödyt ja haitat. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-10-09.] Saatavissa: <https://www.rantapallo.fi/matkovinkit/oppaalla-vai-ilman-pakettimatkojen-hyodyt-ja-haitat/>

LESJAK, Miha, JUVAN, Emil, INESON, Elizabeth M., YAP, Matthew H., PODOVSOVNIK AXELSSON, Eva 2015. Erasmus Student Motivation: Why and Where to Go? Higher Education: The International Journal of Higher Education Research. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-14.] Saatavissa: <http://search.ebscohost.com.ezproxy.savonia.fi/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,shib&db=eric&AN=EJ1078910&lang=fi&site=ehost-live>.

LUUKKONEN, Riikka 2017. Tutkimus: Valtaosa opiskelijoista kokee taloutensa heikoksi – "Päivässä saa kulua maksimissaan 15 euroa". [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-09-12.] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9425352>

MEDIALIITTO 2018. Media-ala. Agendalla. Hyvä paha some. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-10-22.] Saatavissa: https://www.medialiitto.fi/media-ala/agendalla/uusi_kasvu/hyva_paha_some.10293.blog

MIELENIHMEET 2017. Psykologia. Miten tunteet vaikuttavat päätöksentekoon. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-09-09.] Saatavissa: <https://mielenihmeet.fi/miten-tunteet-vaikuttavat-paatoksentekoon/>

MIELENIHMEET 2018. Psykologia. Maslow'n tarvehierarkia. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-09-11.] Saatavissa: <https://mielenihmeet.fi/maslown-tarvehierarkia/>

MOMONDO. Rantaloma. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-07.] Saatavissa: <https://www.momondo.fi/discover/kokoelma/rantaloma>

NGUYEN, Thi Khanh Linh 2015. Student and Youth Tourism: A Case from Vietnam. Journal of Developing Areas, 49(5), 293–307. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-14.] Saatavissa: <https://doi-org.ezproxy.savonia.fi/10.1353/jda.2015.0075>

NUOTTIMÄKI, Iina 2015. Tutkimus: sosiaalinen media vahvasti läsnä suomalaisten matkoilla. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-07-11.] Saatavissa: <https://www.rantapallo.fi/matkailu/tutkimus-sosiaalinen-media-vahvasti-lasna-suomalaisten-matkoilla/>

PYHÄLÄ, Merja 2005. The matka omin päin kaukomaille. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

RANTAPALLO. Kaupunkilomat. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-07.] Saatavissa: <https://www.rantapallo.fi/kaupunkilomat/>

SUONTAUSTA, Hannu, TYNI, Markku 2005. Wellness-matkailu – Hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.

TILASTOKESKUS. Ulkomaanmatkailu. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-10-01.] Saatavissa: https://www.stat.fi/til/smat/2018/smat_2018_2019-03-28_kat_001_fi.html

TILASTOKESKUS, a. Tietoa tilastoista. Käsitteet. M. Matkailu. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-07-14.] Saatavissa: <http://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html#tab2>

TILASTOKESKUS, b. Tietoa tilastoista. Käsitteet. M. Matkailu [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-07-14.] Saatavissa: <https://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html>

TILASTOKESKUS, c. Suomalaisten matkailu Etelä-Eurooppaan kasvoi vuonna 2018. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-10-01.] Saatavissa: https://www.stat.fi/til/smat/2018/smat_2018_2019-03-28_tie_001_fi.html

TILASTOKESKUS, d. Tietoa tilastoista. Käsitteet. V. Validiteetti. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-05.] Saatavissa: <https://www.tilastokeskus.fi/meta/kas/validiteetti.html>

TRIPS TO DISCOVER. 10 Best Travel Destinations from Your Favorite TV Shows Oahu, Hawaii: "Lost". [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-15.] Saatavissa: <https://www.tripstodiscover.com/best-travel-destinations-from-your-favorite-tv-shows/5/>

TUI. Kaupunkilomat. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-11-07] Saatavissa: <https://www.tui.fi/lomamatkat/kaupunkilomat/>

ULKOMINISTERIÖ 2019. Indonesia: matkustustiedote. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-10-18.] Saatavissa: <https://um.fi/matkustustiedote/-/c/ID>

ULKOMINISTERIÖ 2019. Peru: matkustustiedote. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-10-18.] Saatavissa: <https://um.fi/matkustustiedote/-/c/PE>

VEGAANI.ORG. Vastuullinen matkailu. [verkkojulkaisu.] [Viitattu 2019-10-18.] Saatavissa:
<http://vegaani.org/vegaanimatkailu/vastuullinen-matkailu/>

VERHELÄ, Pauli 2014. Matkailun perusteet. Kuopio: SH Traveledu Oy.

VERHELÄ, Pauli 2016. Matkailun perusteet. Kuopio: SH Traveledu Oy.

VUORISTO, Kai-Veikko 2003. Matkailun maailma. Porvoo: WS Bookwell Oy.

LIITE 1 KYSELYLOMAKE

1. Sukupuoli *

- Mies
 Nainen
 Muu

2. Ikä *

- 18-21
 22-25
 26-29
 30+

3. Opiskeluala *

- Matkailu- ja ravitsemisala
 Liiketalouden ala
 Luonnonvara-ala
 Kulttuuriala
 Sosiaali- ja terveysala
 Tekniikan ala

4. Oletko töissä opiskeluiden ohella? *

- Kyllä
 En

5. Minne matkustat? (jos vastasit "Vain Suomessa" siirry seuraavalle sivulle kysymykseen 21.) *

- Pohjoismaat
 Baltia
 Eurooppa
 Aasia
 Afrikka
 Amerikka
 Oseania
 Vain Suomessa

6. Kuinka usein matkustat ulkomaille?

- Vähemmän kuin kerran vuodessa
 Noin kerran vuodessa
 2-3 kertaa vuodessa
 4-5 kertaa vuodessa
 6+ kertaa vuodessa

7. Mitä kautta varaat matkasi?

- Netistä
 Matkatoimistosta
 Puhelimella

8. Millä matkustat ulkomaille? (valitse 1-3 vaihtoehtoa)

- Henkilöauto
 Laiva
 Juna
 Linja-auto
 Moottoripyörä
 Lentokone
 Muu, mikä?

9. Kuinka pitkiä matkoja teet?

- Yksi päivä
 Viikonloppu
 Viikko
 Kaksi viikkoa
 Kuukausi
 Pidempi kuin kuukausi

10. Kenen kanssa matkustat?

- Yksin
 Ystävien
 Perheen
 Muiden, kenen?

11. Miksi matkustat? (valitse 1-3 vaihtoehtoa)

- Kulttuuri/historia
 Shoppailu
 Rantaloma/rentoutumisloma
 Aktiviteetit
 Sukulaiset/ystävät
 Jokin muu, mikä?

12. Mitkä ovat lempimatustusmuotojasi, perustele?

- Rantaloma
 Kaupunkiloma
 Aktiviteettiloma
 Jokin muu, mikä ja miksi?

13. Kumman näistä valitsisit mieluiten?

- Omatoimimatka
 Pakettimatka

14. Käytätkö opaspalveluita?

- Kyllä
 En
 Toisinaan

15. Vastaa seuraaviin kysymyksiin (1=ei vaikuta lainkaan, 5=vaikuttaa paljon).

	1	2	3	4	5
Koetko rahatilanteesi vaikuttavan kohteen valintaan?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koetko somen vaikuttavan kohteen valintaan?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koetko median vaikuttavan kohteen valintaan?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rajoittaako kielitaito matkustamistasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rajoittaako kielitaitosi kohteen valinnassa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Mikä sosiaalisen median kanava vaikuttaa matkakohteesi valintaan?

- Facebook
 Instagram
 Twitter
 Snapchat
 Blogit
 Youtube
 Pinterest
 Jokin muu, mikä?

17. Mikä media vaikuttaa kohteesi valintaan?

- TV
 Radio
 Sanomalehti
 Aikakauslehti
 Mainokset

18. Mitä näistä seuraavista matkustusmuodoista toteutat?

- Budjettimatkailu
 Lüksusmatkailu
 All-inclusive -matkailu
 Puolihoito -matkailu
 Liikematkailu

19. Kielitaito (1=huono. 5=erittäin hyvä)

Millainen kielitaito sinulla on?

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Vaikuttaako negatiivisesti kohteesi valintaan? (valitse 1-3 vaihtoehtoa)

- Ei mikään seuraavista
- Mahdolliset luonnonkatastrofit
- Levottomuudet
- Turvallisuuden puuttuminen
- Hygienian puuttuminen
- Muu, mikä?

LIITE 2 AVOIMET VASTAUKSET

**Vastaus-
vaihtoeh-
dot****Teksti**

Rantaloma	Rannalla makoilu on parasta.
Rantaloma	Lämpö, Seura ja mukava kohde
Rantaloma	Saa vain nauttia auringosta
Rantaloma	RUSKETUS
Rantaloma	Meren läheisyydessä haluan nauttia runsas aurinkoisesta ja kiireettömästä lomasta.
Rantaloma	Uiminen ja rannalla löhöily on super rentouttavaa ja matkassa esim. Etelä Euroopan rannoille on suuri ero verrattuna Suomen rantoihin!
Rantaloma	Pääsee mereen uimaan
Rantaloma	Pääsee rentoutumaan.
Rantaloma	Rantalomalla rentoutuu kunnolla
Rantaloma	En osaa perustella
Rantaloma	Rentoa oloa perheen kanssa hotellilla ja rannalla
Rantaloma	Kiva lähteä arjen keskeltä rentoutumaan, ei ole pakko tehdä mitään.
Rantaloma	Rentoutuminen ja lepääminen rantaloman keskiössä
Rantaloma	Rentoutuminen
Rantaloma	Rentoutuminen koulun ja töiden lomassa on tärkeää.
Rantaloma	All inclusive ja saa rentoutua kunnolla perheen kanssa
Rantaloma	Rentoutuminen
Rantaloma	Voi rentoutua ja unohtaa turhan stressin
Rantaloma	.
Rantaloma	Saa vaan makoilla ja rentoutua eikä tarvitse mitään tehdä, kuumuudessa ei jaksakkaan liikkua
Rantaloma	rentoutuminen
Rantaloma	Saa rentoutua ja on lämmin
Rantaloma	Rentoutumista varten
Rantaloma	Meri ja aurinko on tärkeitä
Rantaloma	Rentoutuminen rannalla lämpimässä, koska Suomen kesä on epävarma
Rantaloma	Jos on pitkä työputki takana, niin rantalomat ovat rentouttavimpia
Rantaloma	rentoutuminen
Rantaloma	k
Rantaloma	Lämmintä
Rantaloma	Välillä rannalla makoilua, mutta ei koko ajan.
Rantaloma	voi rentoutua
Rantaloma	Paras tapa rentoutua ja päästä irti arjesta
Rantaloma	Aurinko
Rantaloma	Rentoutuminen, auringonotto
Rantaloma	Sateisen kesän jälkeen on hyvä ottaa sellainen rantaloma lämpimässä maassa, jossa voi nollata rankkaa kesätyötä, lentokoneella kauas pois.
Rantaloma	Rentoutuminen lämpimässä
Rantaloma	Rentoutuminen, lämpö, meri
Rantaloma	Tahdon ottaa lomalla rennosti.
Rantaloma	Mahdollisuus rentoutua
Rantaloma	Tykkään lämpimästä
Rantaloma	Aurinko + lämmin :D
Rantaloma	Rentoutuminen
Rantaloma	Voi vaan löhöillä
Kaupunki- loma	Pääsee shoppailemaan sekä näkemään kaupunkia
Kaupunki- loma	Sillä opin ja koen parhaiten maan kulttuuria kaupungin sykkeessä. Haluan nähdä hienoimmat kaupungit omin silmin.
Kaupunki- loma	Ulkomaisten kaupat ja mahdollisesti halvemmat hinnat innostavat shoppailemaan ja pyörimään nähtävyyksissä mikä voi olla joskus rantalomaakin parempaa
Kaupunki- loma	Saa halutessaan kierrellä nähtävyyksiä, myös paljon muuta nähtävää ja kaupungissa enemmän paikallisia kuin pelkässä rantalomakohteessa.

Kaupunki- loma	Tutustuu eri kaupunkien kulttuuriin ja ihmisiin
Kaupunki- loma	Uudet kaupungit ja muut ympäristöt.
Kaupunki- loma	Näkee erilaisia nähtävyyksiä
Kaupunki- loma	En osaa perustella
Kaupunki- loma	Nähdä kulttuuria ja erilaista näkemystä elämään
Kaupunki- loma	Pääsee tutustumaan kaupungin historiaan ja historiallisiin kohteisiin
Kaupunki- loma	Paljon kulttuurista nähtävää ja on mukava päästä kurkistamaan paikallisten arkea.
Kaupunki- loma	Kulttuuri, kaupungit
Kaupunki- loma	Pääsee käymään erilaisissa kauppakeskuksissa, näkee arkkitehtuuria ja ei ole laiska olo, kun voi vaan pyöriä kaupungilla
Kaupunki- loma	Miehen tai ystävien kanssa pidennetty vki laatu-aikaa
Kaupunki- loma	Haluan nähdä paikkoja ja kulttuureita ja ihmisiä
Kaupunki- loma	Näkee ja kokee uusia asioita
Kaupunki- loma	.
Kaupunki- loma	Nähtävyyksiä ja kaupunkeja
Kaupunki- loma	shoppailu, eurooppaan ei lennä kauaa
Kaupunki- loma	Rakastan kulttuuria, kaupungissa on paljon nähtävää, en osaa vain maata rannalla
Kaupunki- loma	Kulttuuri ja kaupungin syke kiinnostaa
Kaupunki- loma	paljon nähtävää ja koettavaa
Kaupunki- loma	Kulttuuriin tutustuminen
Kaupunki- loma	Tutustuminen eri maiden vanhoihin kaupunkeihin ja ostokset
Kaupunki- loma	Tulee harrastettua vain viikonloppulomina
Kaupunki- loma	nähtävyydet
Kaupunki- loma	k
Kaupunki- loma	Kulttuuri ja historialliset kohteet
Kaupunki- loma	Mielellään näkee kaikkea, nähtävyyksiä ym. Tutustuu paikalliseen ympäristöön ja millainen se on.
Kaupunki- loma	Kulttuurimatkailua
Kaupunki- loma	Nähtävyydet, tiedon kartoitus
Kaupunki- loma	Kulttuuri, nähtävyydet, ostosmahdollisuudet, hyvät ravintolat ym.
Kaupunki- loma	Kaupunkilomat on järkevämpiä kuin rantalomat, kyllähän kotonakin voi vaan makoilla? Kaupunkilomilla pääsee tutustumaan kaupungin/maan tapoihin ja kulttuuriin ja vierailemaan esim. museoissa yms.
Kaupunki- loma	Pääsee käymään esim. monissa eri museoissa ja pienemmällä alueella paljon erilaista nähtävää
Kaupunki- loma	Lyhyet viikonloppu lomat
Kaupunki- loma	Kulttuuri kiinnostaa

Kaupunki- loma	Shoppailu
Kaupunki- loma	Lontoo, paljon kulttuuria ja museoita
Kaupunki- loma	Paljon nähtävää
Kaupunki- loma	Pidän historiallisista nähtävyyksistä ja suuren kaupunkien tunnelmasta
Aktiviteetti- loma	Pääsee kokeilemaan uutta.
Aktiviteetti- loma	Kilpailumatkat
Aktiviteetti- loma	sillä silloin on joku selkeä motiivi reissun tekemiselle
Aktiviteetti- loma	Lomalla pitää saada tehdä asioita mistä pitää ja kokea uusia mielenkiintoisia asioita
Aktiviteetti- loma	Pääsee kokemaan jotain, mitä Suomessa ei ole
Aktiviteetti- loma	Matkoilla pääteemana on luontokohteiden näkeminen, mm. päiväretket patikoiden.
Aktiviteetti- loma	Sellaisia aktiviteetteja mitä ei voi Suomessa tehdä /maisemat
Aktiviteetti- loma	.
Aktiviteetti- loma	Snorklaus, patikointi on hauskaa hienoissa maisemissa
Aktiviteetti- loma	tekemistä
Aktiviteetti- loma	Omien harrastusten tekeminen ulkomailla
Aktiviteetti- loma	Eryteisesti vaeltaminen ja luonnon puistot euroopassa kiinnostavat
Aktiviteetti- loma	Nähtävyydet
Aktiviteetti- loma	k
Aktiviteetti- loma	sportti
Aktiviteetti- loma	Pääsee näkemään ja kokemaan aktiviteetteja loman yhteydessä
Aktiviteetti- loma	Kaikenlainen tekeminen ja kokeminen on kivaa
Aktiviteetti- loma	Pääsee kokeilemaan erilaisia juttuja
Aktiviteetti- loma	Koska aktiviteetit
Aktiviteetti- loma	asuntoautolla pohjois suomi/ruoti/norja
Aktiviteetti- loma	Hauskaa nähdä paikkoja
Aktiviteetti- loma	Pääsee kokeilemaan uusia aktiviteetteja uudessa ympäristössä, olen kiinnostunut eri liikuntamuodoista
Jokin muu, mikä ja miksi?	Kiertomatkat: useiden paikkojen näkeminen samalla matkalla, vain muutama päivä yhdessä paikassa.
Jokin muu, mikä ja miksi?	Vapaaehtoistyö, näkee oikeata kulttuuria
Jokin muu, mikä ja miksi?	Tykkään yhdistellä erilaisia matkustusmuotoja. Esim. Ranta-kaupunki, kaupunki-aktiviteetti, aktiviteetti-ranta. Pidentenytissä viikonlopuissa suosin kaupunkeja
Jokin muu, mikä ja miksi?	Koiranäyttelyt, parhaita ystäviä

Jokin muu,
mikä ja
miksi? näiden yhdistelmä. Pidempi reissu/kiertomatka, jossa voi loikoilla rannalla, kierrellä kaupunkeja ja kokeilla urheilullisia aktiviteettejä

Jokin muu,
mikä ja
miksi? Luonto- ja historialliset kohteet