



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

# Suomalaisten talvilomakohteen valintaa ohjaavia tekijöitä

---

Sjöholm, Mira

2011 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Laurea Leppävaara

## Suomalaisten talvilomakohteen valintaa ohjaavia tekijöitä

Sjöholm, Mira  
Hotelli- ja ravintola-alan  
liikkeenjohdon koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Joulukuu, 2011

Sjöholm, Mira

Suomalaisten talvilomakohteen valintaa ohjaavia tekijöitä

Vuosi 2011 Sivumäärä 36

---

Opinnäytetyön aiheena on suomalaisten ulkomaille suuntautuva talvimatkailu. Työ tehtiin yhteistyössä Rantapallo matkailumedian kanssa. Sen tarkoitus on tutkia suomalaisten talvilomakohteen valintaa ohjaavia tekijöitä ja syitä lomalle lähtöön. Työn tavoitteena on onnistunut ja mielenkiintoinen tutkimus ja siitä saatava uusi tutkimustieto. Tavoitteena on myös tutkimuksen pohjalta kirjoittaa kiinnostavia matkailukirjoituksia Rantapallon internetsivuille kävijöiden luettavaksi. Työssä käsite talvilomakohta tarkoittaa kaikkia mahdollisia lomakohteita, jonne suomalaiset suuntaavat talvilomillaan. Ei siis pelkkiä kylmän sijainnin talvisia lomakohteita.

Opinnäytetyö on luonteeltaan kvantitatiivinen tutkimustyö. Sille muodostuu myös kvalitatiivinen osuus kyselyn tulosten puolesta. Työtä varten on julkaistu matkailukysely rantapallo.fi sivuilla. Tuloksien pohjalta on kirjoitettu matkailukirjoituksia yrityksen käyttöön julkaistavaksi matkailumedian Internetsivuilla.

Työn teoriapohja liittyy kiinteästi matkailijaan ja matkailuun. Työn viitekehukseen kuuluu erilaisia matkailun osatekijöitä. Teoriapohjaan sisältyy myös aineistoa matkustuksen syistä, vetovoimatekijöistä ja kohteen valintaa ohjaavista tekijöistä.

Opinnäytetyön menetelmällisenä ratkaisuna on kysely. Kysely toteutettiin rantapallo.fi Internet sivuilla ja se keräsi riittävän määrän vastauksia. Kyselyn sisältö muokattiin yhdessä rantapallon edustajan kanssa, jotta kysely vastaisi myös heitä kiinnostaviin aiheisiin.

Työssä käytetty kysely oli onnistunut ja tulokset vastasivat tutkittavaan aiheeseen. Kyselystä saatujen tulosten pohjalta suomalaiset suuntaavat lomillaan mieluiten paratiisimaisiin lämpimiin ja kauniisiin lomakohteisiin sekä kaupunkikohteisiin niin Euroopassa kuin Amerikassakin. Rantapallo voi käyttää työn tuloksia hyödykseen markkinoinnin suunnittelussa ja matkailukirjoitukset avaavat uusia näkökulmia matkaa suunnitteleville. Opinnäytetyöstä on hyötyä myös muille aiheesta kiinnostuneille ja aihetta tutkiville.

Sjöholm, Mira

Reasons for Finns' Choices of Winter Holiday Destination.

Year	2011	Pages	36
------	------	-------	----

---

The thesis investigates how Finns' travel to foreign countries during wintertime. This thesis was commissioned by the travel media Rantapallo and the purpose of it was to observe Finns' reasons for travelling and choosing a destination. The objective of this thesis was to create a research and get new information about the subject. The second objective was to conduct a survey. Rantapallo can use the obtained results on their website.

This thesis was conducted as a quantitative research and it also has a qualitative section because of the survey that contained open questions. A travel questionnaire was published on the Rantapallo.fi website. The results consist of pieces of writing which the travel media can publish on their own website. The theoretical section of the thesis relates to travelling and travellers. Reasons for travelling, fascination factors of destinations and reasons which affect Finns' choice of winter holiday destinations are also included. In this thesis the word winter holiday destination comprises destinations at wintertime from beach holidays to city destinations.

The obtained results were useful for the thesis. The objective was achieved and the survey created new information. According to the results of the survey, Finns prefer to head off on their holidays to warm and beautiful paradise destinations as well as to cities in both Europe and America. Rantapallo can use the results in planning their marketing and those who are planning a trip can get new aspects on travelling from the created pieces of writing.

Key words    travelling, traveller, free time

## Sisällys

1	Johdanto .....	6
2	Matkailun osatekijöitä.....	6
2.1	Matkailu, matkailija ja turismi .....	8
2.2	Vapaa-ajan matkustaja.....	9
2.3	Matkailun ohjelmapalvelut .....	10
2.4	Kestävä matkailu .....	11
3	Syitä matkalle lähtöön .....	12
3.1	Ensisijaiset ja toissijaiset motiivit matkustamiseen .....	14
3.2	Kohteen vetovoima .....	15
4	Menetelmälliset ratkaisut ja toteutus.....	15
4.1	Kysely aineistonkeruumenetelmänä .....	17
4.2	Tutkimustulosten analysointi .....	18
4.3	Toteutuskuvaukset.....	19
5	Tulokset.....	19
5.1	Kyselyn tulokset .....	20
5.2	Matkailukirjoitukset .....	26
5.2.1	Suomalaisten talvimatkailututkimus - yhteenveto.....	26
5.2.2	Kotimaan talvimatkailukohteet vertailussa ulkomaalaisten kohteiden kanssa .....	27
5.2.3	Talvilomien unelmakohteet.....	29
5.3	Tutkimuksen luotettavuus .....	30
6	Johtopäätökset .....	31
	Lähteet .....	33
	Kuviot .....	34
	Taulukot .....	34
	Liitteet.....	34

## 1 Johdanto

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia suomalaisten talvilomakohteen valintaa ohjaavia tekijöitä. Työssä paneudutaan lomakohteen valintaan vaikuttaviin tekijöihin ja syihin lomalle lähtöön. Syitä matkakohteen valintaan on monia ja matkailijoita ohjaavat erilaiset tekijät. Työ keskittyy kuitenkin vapaa-ajan matkailijoihin ja heidän motiiveihinsa matkustaa. Työssä käsite talvilomakohta tarkoittaa kaikkia mahdollisia lomakohteita, jonne suomalaiset suuntaavat talvilomillaan. Ei pelkkiä kylmän sijainnin talvisia lomakohteita. Yhteistyössä matkailumedia Rantapallon kanssa tehty opinnäytetyö on tutkimuksellinen työ suomalaisten talvimatkailusta. Aihe on ajankohtainen ja yhteistyöyritys voi hyödyntää tuloksia markkinoinnin suunnittelussa.

Opinnäytetyöhön liittyvän tutkimuksen pohjalta on tavoitteena kirjoittaa mielenkiintoisia matkailukirjoituksia Rantapallo.fi sivujen kävijöiden luettavaksi. Tutkimukseen perustuvat matkailukirjoitukset julkaistaan rantapallo.fi sivuilla. Kirjoitukset on myös nähtävissä työn lopussa olevassa tutkimus-osiossa. Yhteistyö matkailumedian kanssa oli hyödyllistä, sillä heillä oli työkalut kyselyn toteuttamiseen ja tekijällä mahdollisuus luoda sisältöä yrityksen sivuille. Yhteistyöstä hyötyivät molemmat osapuolet.

Rantapallo.fi nettisivusto on Internetissä toimiva matkailumedia. Sivut tarjoaa laadukasta sisältöä matkailijan tarpeisiin. Rantapallosta löytyy matkailuartikkeleja, kohdevinkkejä, alan uutisia, äkkilähtö-, lento-, hotelli- ja autohaku sekä keskustelualue. Sivulla on myös mahdollisuus oman blogin pitämiseen. Yksittäisiä kävijöitä on kuukausittain noin 200 000. Vuonna 2007 perustetun sivuston omistaa ja sitä ylläpitää Rantapallo Oy. Opinnäytetyön kysely toteutettiin Rantapallon sivuilla toukokuun 2011 aikana. Yhteistyöyritys on ollut kiinteästi mukana opinnäytetyön edetessä ja yhteistyö on ollut toimivaa. (Rantapallo 2011.)

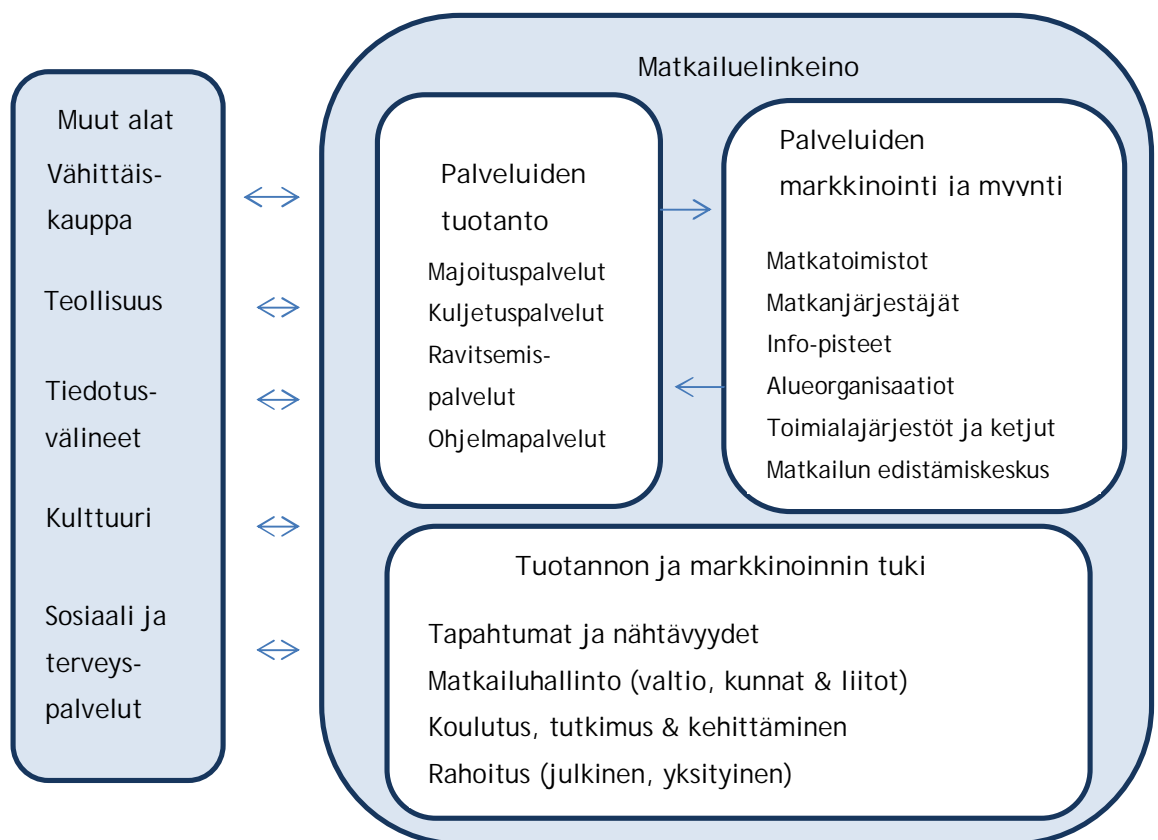
Opinnäytetyö alkaa matkailun osatekijöiden tarkastelulla. Osiossa on avattu aiheeseen ja työn tutkimukseen kiinteästi liittyviä tekijöitä. Tämän jälkeen kuvataan työn menetelmällisiä ratkaisuja ja työn toteutusta. Seuraavassa osiossa käsitellään työhön liittyvää tutkimusta ja sen tuloksia. Yhteistyöyritykselle kirjoitetut matkailukirjoitukset löytyvät työn loppupuolelta. Työ päättyy työn luotettavuuden arviointiin ja johtopäätöksiin.

## 2 Matkailun osatekijöitä

Työn kannalta oleellisia matkailun osatekijöitä on käsitelty seuraavassa kappaleessa. Matkailu käsitteinä jakautuu moniin osiin ja yhtä ainoaa määritelmää on vaikeaa saada. Matkailun määrittämisen vaikeuden vuoksi siitä on olemassa monia eri tulkintoja. Matkailu voidaan karkeasti määritellä siten, että se tarkoittaa ihmisen liikkumista oman asuinympäristönsä

ulkopuolelle, sekä viettävänsä siellä aikaa joko virkistys ja vapaa-ajan toiminnassa, työasioissa tai opiskellessa. Yksinkertaisesti matkailu on niiden ilmiöiden kokonaisuus, mikä syntyy ihmisen liikkumisesta ja vieraalla paikkakunnalla viipymisestä. (Raikisto 2005, 7-8.)

Matkailuelinkeino voidaan karkeasti jakaa kolmeen eri osa-alueeseen. Näitä ovat palveluiden tuotanto, palveluiden markkinointi ja myynti sekä näitä tukevat elinkeinoalat. Matkailuun liittyvät kiinteästi kaikki ne palvelut, joita matkailija matkoillaan käyttää. Varsinaisesti mitään elinkeinon tai palvelun haaraa ei voida luokitella matkailun ulkopuolelle jääväksi. Alla oleva taulukko havainnollistaa matkailun monesta toimialasta muodostuvaa kokonaisuutta. (Verhelä & Lackman 2003, 11.)



Kuvio 1: Matkailuelinkeino (Verhelä & Lackman 2003, 11.)

Opinnäytetyössä käsiteltäviä tärkeitä matkailun käsitteitä ovat matkailu ja matkailija. Matkailu voidaan jakaa vapaa-ajan matkailuun ja liikematkailuun. Työn kannalta oleellista on keskittyä vapaa-ajan matkailuun ja vapaa-ajan matkustajaan. Keskeinen käsite on myös matkailun ohjelmapalvelut, joka kiinteästi liittyy lomakohteisiin.

## 2.1 Matkailu, matkailija ja turismi

Matkailu (travel) on yleiskäsite matkustamiselle kaikkina aikoina ja kaikissa paikoissa. Se liitetään usein vapaa- ajan käyttöön. Matkailun taustalla voi olla myös monia muita tekijöitä, kuten työn teko ja elannon hankkiminen, opiskelu, erilaisten mullistusten alta pakeneminen, sota ja katastrofit. (Verhelä & Lackman 2003, 15.) ” WTO: n mukaan matkailu on toimintaa, jossa ihmiset matkustavat ja oleskelevat tavanomaisen kotipaikkansa tai elinpiirinsä ulkopuolella olevassa paikassa korkeintaan yhden vuoden ajan vapaa- ajan vietossa, työmatkalla tai muussa tarkoituksessa. Matkailija puolestaan on henkilö, joka tämän määritelmän mukaista toimintaa harjoittaa” (Verhelä & Lackman 2003, 15.)

Sanalla matkailu tarkoitetaan ihmisen liikkumista, toimimista ja ajan viettoa oman asuinympäristönsä ulkopuolella. Matkailu on lähtö- ja kohdealueen välistä vuorovaikutusta, jossa matkailijaa palvelevien yritysten ja organisaatioiden rooli on suuri. Matkailukäsitteen voi tulkita myös taloudellisesti, teknisesti tai kokonaisvaltaisesti. Kokonaisvaltainen määritelmä pyrkii luomaan matkailusta yleiskuvan ja ottamaan haltuunsa koko ilmiön. Teknisen määritelmän tavoitteena on mahdollistaa matkailun tilastointi. Taloudellinen määritelmä taas tulkitsee matkailua elinkeinona ja liiketoimintana. (Vuoristo 2002, 20-21.)

Matkailu voidaan myös jaotella vapaa- ajan matkailuun ja työmatkailuun. Se voidaan sen ulottuvuuksien perusteella jakaa maan sisäiseen, kansainväliseen ja kansalliseen matkailuun. Vapaa ajan matkailulla tarkoitetaan usein turismi matkailua oman asuinalueen ulkopuolelle. Työmatkailulla tarkoitetaan työnantajan määräämää tai muusta syystä toteutettavaa matkailua oman työmatkan ulkopuolelle. (Vuoristo 2002, 22-23.)

Turismi alkaa 1800 luvun puolivälin tienoilla Englannista ja se on vuorovaikutteinen ilmiö teollistumisen kanssa. Turismin matkailumuodot ovat teknologian ja palveluiden osalta teollistuneita. Massaturismilla tarkoitetaan suurien ihmismassojen matkailua. Sitä varten on luotu standardisoituja matkapaketteja ja se pyrkii edullisiin hintoihin. Matkat suuntautuvat usein etelän lomakohteisiin. Massaturismi sai alkunsa toisen maailmansodan jälkeen. (Ahtola, Kostiainen, Koivunen, Korpela & Syrjänmaa 2004, 15.)

Talvimatkailulla tarkoitetaan matkailua, joka tapahtuu talvisesonkina. Monet matkatoimistot määrittävät talvimatkailusesongin lokakuusta huhtikuun loppuun kestäväksi. Talvimatkailukohteita voi olla esimerkiksi erilaiset rantalomakohteet, kaupunkikohteet tai laskettelu ja aktiviteettikohteet.



## 2.2 Vapaa-ajan matkustaja

Kaikki matkailijat käyttävät samoja matkailun peruspalveluja, joita ovat majoitus- ja ravitsemispalvelut, kuljetuspalvelut, opaspalvelut ja ohjelmapalvelut. Eroja esimerkiksi liikematkkaan ja vapaa-ajan matkaan välillä toki löytyy ja he eivät ehkä käytä samoja palveluita yhtä paljon, mutta varsinaista eroa ei juuri ole. Parhaiten liikematkkaan ja vapaa-ajan matkaan ero löytyy vertailemalla profiiliin keskeisesti liittyviä seikkoja. Eroja löytyy esimerkiksi siinä kuka matkan maksaa, matkustusajankohdassa, matkakohteessa, varausten tekemisessä ja matkustuspäätöksen tekijässä. Vapaa-ajan matkaja varaa itse matkan ja valitsee sopivan matkustusajankohdan. Hän voi myös vaikuttaa kohteen valintaan ja valita sellaisen kohteen, joka häntä itseään kiinnostaa. (Verhelä & Lackman 2003, 28.)

Alla olevassa taulukossa on esitetty keskeisiä eroja vapaa-ajan ja liikematkailijamatkojen suunnitteluun ja toteuttamiseen vaikuttavissa tekijöissä, sekä matkojen sisällössä ja kohteissa. Selkeää rajanvetoa näiden kahden eri matkustusmuodon välille on välillä vaikeaa tehdä. Liikematkailija viettää matkoillaan myös vapaa-aikaa ja vierailee esimerkiksi turistikohteissa. Tällöin hän käyttää samoja matkailun ohjelmapalveluita kuin vapaa-ajan matkailija. Tässä työssä olennaista on huomata vapaa-ajan matkaan ja liikematkkaan erot, sillä työn tutkimus käsittelee ainoastaan vapaa-ajan matkailijoiden toimintaan. (Verhelä & Lackman 2003, 28.)

	Vapaa-ajan matkustus	Liikematkustus	Poikkeuksia
Kuka maksaa?	Matkustaja	Matkustajan työnantaja	Yksityisyrittäjät
Kuka päättää kohteen?	Matkustaja	Työnantaja, tilaisuuden tai messujen järjestäjä	Esim. kongresseissa otetaan huomioon asiakkaiden toiveet
Reagointiaika (aika varuksesta matkan toteutumiseen)	Useita kuukausia	Useimmiten päiviä enemminkin kuin viikkoja	Kongressit ja incentive- matkat varataan ja suunnitellaan hyvissä ajoin ennen matkaa

Kuka matkustaa?	Kuka tahansa, jolla on aikaa, halua ja tarve	Ne, joiden työ sitä vaatii	Nykyään liikematkustus ei enää ole vain johtajien huvi vaan työtehtävät määräävät matkustamisen
Minkälaisia kohteita?	Rantakohteet, kaupungit, nähtävyydet	Teollisuusmaiden tärkeät kaupungit, Euroopan metropolit Kokouskohteet Messut	Incentive- matkat matkan luonteen ja sisällön mukaisesti melkein mihin tahansa
Millaisia ohjelmapalveluita käytetään?	Luontomatkailupalvelut Liikuntamatkailupalvelut Kulttuuripalvelut Terveysmatkailupalvelut Huvipuistot Teemamatkat Elämyspalvelut	Kokousten ja kongressien palvelut Kulttuuripalvelut Ohjelmapalvelut Elämyspalvelut Teemaopastukset Retriitit	
Milloin matkustetaan?	Lomakausina, viikonloppuina	Arkena (ma- pe), vuoden ympäri	

Taulukko 1: Vapaa-ajan matkustajan ja liikematkustajan erot (Verhelä & Lackman 2003, 29.)

Taulukko auttaa havainnollistamaan vapaa-ajan matkailijan ja liikematkailijan eroja. Kaikkia matkailijoita ei aina voi luokitella yhteen kategoriaan kuuluviksi ja mukaan mahtuu myös poikkeuksia. Taulukko kuvaa hyvin vapaa-ajan matkailijan profiilin.

### 2.3 Matkailun ohjelmapalvelut

Hienot puitteet lomakohteessa ja ympäristö eivät yksinomaisina riitä tyydyttämään lomailijoiden lomakohteelle asettamia vaatimuksia. Vapaa-ajan lisääntyessä on syntynyt tarve vapaa-ajan aktiviteeteille. Lomalla halutaan tehdä muutakin kuin ottaa aurinkoa. Matkatoimistot, yritykset ja järjestöt ovat kehittäneet matkailijoille erilaisia ohjelmapalveluita, jotta matkailijat viihtyisivät lomakohteessa paremmin. Suurissa matkailukeskuksissa toimii pelkästään ohjelmapalveluun keskittyneitä yrityksiä. Maailman matkailujärjestö WTO on luokitellut ohjelmapalvelut viiteen eri kategoriaan. Näitä kategorioita ovat vesi- ja ranta aktiviteetit, talviaktiviteetit, luontomatkailu, sosiaalinen

elämä ja kilpailut sekä kulttuuri, taiteet ja käsityö. Matkailun ohjelmapalveluihin kuuluvat esimerkiksi erilaiset retket, opastuskierrokset ja elämymatkat. Nykyajan matkailija vaatii matkoiltaan yhä enemmän kokemuksia ja niitä juuri ohjelmapalvelut tarjoavat. Ohjelmapalveluiden tarjoajalta löytyy erilaisia retkiä esimerkiksi viinitiloille, luontoon tai kulttuurikohteisiin. Mikäli matkailija on lähtenyt niin sanotulle liikuntamatkalle, voi ohjelmapalveluiden tarjoaja tarjota kiipeilyä, vaellusta tai laskettelua. Vaihtoehtoja on monia. (Hemmi & Vuoristo 1993, 227-230.)

Matkailun ohjelmapalvelut ovat voimakkaasti kasvava matkailun osa-alue. Kasvua on ollut niin Suomessa kuin kansainvälisestikin. Nykyajan matkailija haluaa matkoillaan kokea mieleenpainuvia tuntemuksia ja jännitystä, oppia uutta ja nauttia kulttuurista ja luonnosta. Jokainen matkailija kokee asiat eri tavalla omista lähtökohdistaan ja omista tarpeistaan riippuen. Ohjelmapalveluiden haasteena on vastata matkailijoiden tarpeisiin monipuolisesti, sillä kilpailu on kovaa. (Verhelä & Lackman 2003, 5-9.)

Koko prosessin lähtökohdana on tietenkin asiakas ja hänen tarpeensa, joiden tyydyttämiseksi ohjelmapalvelu ostetaan ja kulutetaan. Tuotesuunnittelussa otetaan huomioon nämä lähtökohdat ja niiden pohjalta pyritään luomaan onnistuneita ohjelmapalveluita. Ohjelmapalveluyritykset ovat usein verkostoituneet muiden alueen toimijoiden kanssa ja pystyvät näin tarjoamaan suuremmalle lomailijamäärälle palveluita. (Verhelä & Lackman 2003, 5-9.)

Ohjelmapalveluiden kysyntä on kasvanut merkittävästi viime vuosien aikana ja ala työllistääkin nykyään huomattavan määrän työntekijöitä. Tämä on seurausta siitä, että matkailijoiden määrä on jatkuvasti kasvanut ja näyttää edelleenkin kasvavan. Matkailun ohjelmapalvelut ovat yleisesti samoja liikematkustajille ja vapaa-ajan matkustajille. Matkaajien perustarpeet ovat kuitenkin samat. Ohjelmapalveluiden tarjonta voi olla yksi tekijä, joka vaikuttaa kohteen valintaan. Monet matkailijat lähtevät mielellään kohteeseen, jossa on tekemistä ja aktiviteetteja. Varsinkin lapsiperheille ja eläkeläisille ohjelmapalvelut voivat olla suuri osa lomaa. (Verhelä & Lackman 2003, 5-9.)

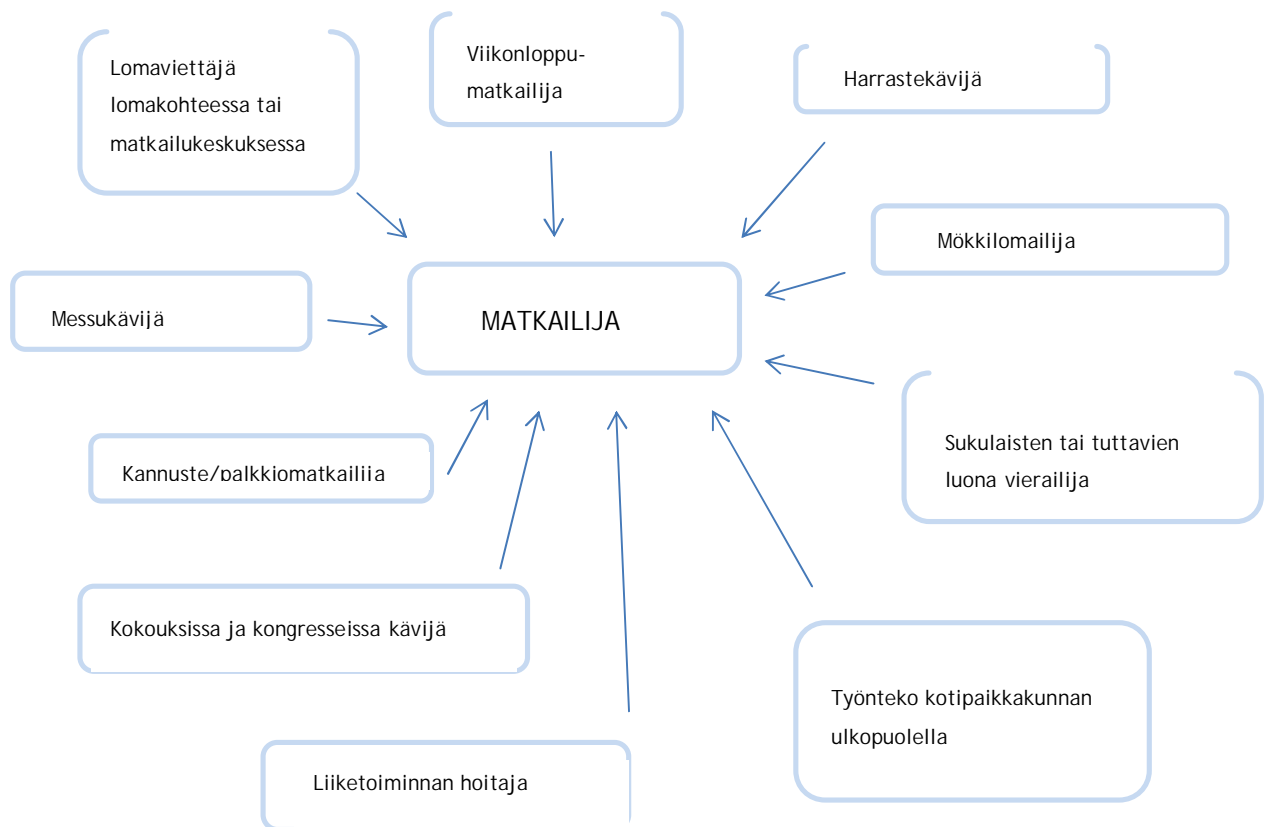
## 2.4 Kestävä matkailu

Matkailu ja kestävä kehitys eivät aina kulje käsi kädessä. Matkailuun liittyy monia ympäristölle haitallisia tekijöitä, joita ovat esimerkiksi lentoliikenne, rakentaminen ja jätekertymät. Matkailijat haluavat nähdä erityisesti kuluma-altiita alueita, koskematonta luontoa ja harvinaisia lajeja. Matkailu voi siksi olla uhkana luonnon monimuotoisuudelle ja haavoittaa herkkiä seutuja. (Staffans & Merikoski 2011, 10-12.)

Kestävällä kehityksellä tarkoitetaan sitä, että ihminen sopeuttaa toimintansa ja kulutuksensa sille tasolle, että jälkipolvillekin turvataan nykyisen tasoiset elinmahdollisuudet. Toiminnalla ei saateta uhanalaiseksi mitään, mikä on luonnosta peräisin. Matkailulla kestävän kehityksen mukaisesti tarkoitetaan esimerkiksi sitä, että matkakohteen ympäristöä ei kuormiteta niin paljon kun yleensä ja että luonnosta ja paikallisväestöstä pidetään huolta. Matkailua kestävän kehityksen mukaisesti tulisi kehittää ja matkailijoiden tietoisuutta lisätä. Valveutunut matkailija voi esimerkiksi muuttaa toimintoja ympäristöystävälliseen suuntaan. Monet matkanjärjestäjät ja matkailijat ovat entistä kiinnostuneempia kestävästä matkailusta ja nykyään kestävän matkailun toteuttaminen on kilpailuvaltti matkanjärjestäjillä. (Staffans & Merikoski 2011, 10-12; Finnmatkat 2011)

### 3 Syitä matkalle lähtöön

Huvimatkailu on muuttunut vain harvojen huvista melkein kansalaisoikeudeksi. Loma nähdään palkintona tehdystä työstä ja lomalle lähdetään pakoon arjen kiireitä. Matkalla ihminen eroaa arjesta ja sen ongelmista. Matkalle lähtö voidaan nähdä eron symbolina. Jotta ihminen lähtisi matkalle, täytyy hänellä kuitenkin olla syy matkalle lähtöön. Syystä matkustaa syntyy halu ja tarve matkustamiseen. Ihmisellä täytyy olla myös aikaa ja rahaa matkustamiseen. Ihmiset matkustavat monista eri syistä. Tärkeimpiä näistä ovat, sosiaaliset syyt, henkilöiden väliset suhteet ja etniset syyt, uskonto, työ, itsensä kehittäminen, kulttuuri ja psykologiset syyt sekä viihde ja mukava ajanviete. Seuraavassa kuviossa on pyritty hahmottelemaan matkailijan erilaisia rooleja ja toimintatapoja matkailijana. (Verhelä & Lackman 2003, 23-24; Dielemans 2010, 12-13; Kurki 2008, 62.)



Kuvio 2: Matkailijan erilaisia rooleja matkailijana (Verhelä & Lackman 2003, 23.)

Matkailijat jaotellaan eri kriteerien mukaan pääjaollisesti vapaa-ajan matkailijoihin ja työmatkailijoihin. Näiden pääryhmien jälkeen matkailijat voidaan jakaa pienempiin ja tarkempiin alaryhmiin. Huomattavaa on kuitenkin se, että yleisesti matkailijat tyydyttävät saman matkan aikana useampia eri tarpeita, yhdistävät esimerkiksi työ ja vapaa-ajan matkustusta tai lomamatkan ja harrasteet. Matkailija voidaan harvoin luokitella vaan yhden ryhmän mukaisesti. (Verhelä & Lackman 2003, 24.)

Matkailija käyttää matkoillaan joko työ- tai vapaa-aikaansa. Vapaa-ajan matkailukin voidaan jakaa lomamatkailuun ja muuhun vapaa-ajan matkailuun, kuten viikonloppuvapaiden tai juhlapyhien aikana tapahtuvaan matkailuun. Matkustamisen syy eli matkustusmotiivi tai motiivit vaikuttavat matkalle lähtemiseen ja matkan sisältöön. (Verhelä & Lackman 2003, 24.)

Matkailupalveluiden käyttäjät ovat matkailupalveluiden tuottajien asiakkaita. Usein liikematkailijat ja vapaa-ajan matkailijat käyttävät samoja matkailupalveluita ja palvelun tuottajalle tärkeää on se, että palvelu tuotetaan kullekin asiakkaalle sopivalla tavalla ja mahdollisia asiakkaan toivomuksia toteuttaen. Matkailupalvelu sellaisenaan on harvoin matkalle lähdön pääasiallinen syy. Matkailupalvelun tuottajan on tärkeää miettiä matkailijan

motiivia käyttää tarjottua palvelua esimerkiksi suunniteltaessa ja tuottaessa palvelutarjontaa. (Verhelä & Lackman 2003, 24-25; Rouhiainen 1994, 11-13.)

Matkalle lähtemiseen ja matkustamiseen on usein jokin syy. Matkalle ei useinkaan lähdetä pelkän hienon hotellin takia, vaan matkustamiseen ja matkailupalveluiden käyttöön on jokin syvempi syy. Syitä matkustamiseen on matkailun kirjallisuudessa tutkittu paljon ja monista eri näkökulmista. Esimerkiksi matkailupalveluiden tuottajana on tärkeää tunnistaa asiakkaiden syitä matkalle lähtöön ja konkretisoida niitä palveluita kehitettäessä. (Verhelä & Lackman 2003, 24-25; Rouhiainen 1994, 11-13.)

### 3.1 Ensisijaiset ja toissijaiset motiivit matkustamiseen

Kun matkailija lähtee matkalle, häntä ohjaavat ensisijaiset ja toissijaiset motiivit. Ensisijaiset motiivit kertovat, miksi matkalle ylipäättensä lähdetään. Toissijaiset motiivit taas, miten matka käytännössä toteutetaan, ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat. Perusajatuksena on, että kun matkailija lähtee matkalle, jokin tai joitakin ensisijaisista motiiveista täytyy. Ensisijaisia motiiveja voivat olla matkustaminen työasioiden takia tai fyysiset tai fysiologiset syyt. Fyysisillä ja fysiologisilla syillä tarkoitetaan esimerkiksi, että matkalla halutaan urheilla, huolehtia terveydestä ja hyvinvoinnista tai rentoutua. Muita ensisijaisia syitä voivat olla kulttuuriset, psykologiset ja itsensä kehittämiseen tai uuden oppimiseen liittyvät syyt tai sosiaaliset ja henkilöiden väliset syyt. Matkailija matkustaa siis käyden erilaisissa kulttuuritapahtumissa, kursseilla tai tavaten perhettään ja sukulaisiaan. Kasvavia matkailun muotoja ovat myös perinnematkailu, jossa tutustutaan toiseen kulttuuriin ja vanhoihin perinteisiin, sekä omien juurien etsimiseen liittyvä matkailu, jossa vierailaan esimerkiksi omilla synnyinseuduilla, jotka on saatettu luovuttaa esimerkiksi sodan seurauksena. Muita ensisijaisia motiiveja saattavat olla viihde ja huvittelu tai uskonnolliset syyt. Uskonnollisiin syihin lukeutuvat esimerkiksi pyhiinvaellusmatkat, sekä hiljentymis- ja retriittimatkat. (Verhelä & Lackman 2003, 24-28.)

Toissijaiset motiivit määrittävät loppuosan matkustamisen motiivista. Kun ensisijainen motiivi määrittää tärkeimmän syyn matkustamiseen, toissijainen motiivi määrittää sen toteuttamisen. Milloin matkalle lähdetään, kuinka paljon se saa maksaa ja minne matka suuntautuu? Toissijaiset syyt jakautuvat kahteen eri ryhmään: ulkoisiin ja sisäisiin syihin. Matkailupalveluiden tuottaja ei voi vaikuttaa matkailijan sisäisiin syihin, joita ovat esimerkiksi käytettävissä oleva rahamäärä tai vapaa-aika, terveydellinen tilanne tai vastaava henkilökohtainen olosuhde. Palvelun tuottaja ei myöskään voi vaikuttaa asenteisiin ja käsityksiin, joita matkailijalla on eri maista esimerkiksi poliittisen tilanteen vuoksi. Matkailijoilla on myös erilaisia kokemuksia matkustamisesta. Vaikka palvelun tuottaja ei suoranaisesti voi vaikuttaa näihin asiakkaan sisäisiin syihin, voi hän pyrkiä markkinoimaan ja

tiedottamaan palveluistaan mahdollisimman hyvin, sekä luomaan onnistuneita kokemuksia asiakkailleen. Tämä osaltaan vahvistaa yrityksen tai yrittäjän mainetta tai yrityskuvaa markkinoilla. Ulkoisilla syillä tarkoitetaan yhteiskunnassa tapahtuvia asioita, jotka vaikuttavat asiakkaan matkustuspäätökseen. Tällaisia syitä voivat olla maailmanlaajuiset poliittiset asiat kuten sodat, terrorismi tai uskonto tai pienemmät syyt kuten muiden asiakkaiden tai lähipiirin mielipiteet. (Verhelä & Lackman 2003, 24-28.)

### 3.2 Kohteen vetovoima

Matkailuun liittyy aina kohteen vetovoima ja lähtöalueen työntövoima. Matkakohteen valintaan vaikuttavat kohteen vetovoima ja se millainen mielikuva matkaajalla on kohdealueesta. Matkaajalla tulee olla myös työntövoimaa pois omalta alueeltaan, jotta hän miettii matkalle lähtöä. Työntövoimatekijöitä voivat olla raha, motivaatio ja aikaa matkustamiseen. Yhteiskunnalliset tekijät luovat pohjan matkakohteen valintaan. Yhteiskunnallisia tekijöitä ovat maailmanpoliittinen tilanne, sodat ja kriisit. Myös viisumivaatimus voi olla monelle poissulkeva tekijä. (Henkilökohtainen tiedonanto Alakoski 2011.)

Vetovoimatekijöitä voi olla useita. Monille esimerkiksi kohdealueen hintataso, palvelut ja saavutettavuus ovat tärkeitä tekijöitä. Matkailija itse asettaa omat vetovoimatekijänsä tärkeysjärjestykseen ja niiden pohjalta miettii, mikä olisi juuri hänelle sopiva matkakohde. Eri ihmisillä on erilaisia vaatimuksia matkakohdealueelleen. Monille lomailijoille saavutettavuus on yksi tärkeimmistä vetovoimatekijöistä. Saavutettavuus merkitsee esimerkiksi sitä, järjestääkö jokin matkanjärjestäjä matkoja alueelle tai onko sinne muuten helppo matkustaa. Vaikeat kulkuyhteydet asettavat haasteita lomamatkalle. Myös hinta on usein tärkeä seikka saavutettavuudessa. (Henkilökohtainen tiedonanto Alakoski 2011.)

## 4 Menetelmälliset ratkaisut ja toteutus

Tämä opinnäytetyö on pääosin kvantitatiivinen tutkimustyö. Työ on tehty noudattaen kvantitatiivisen tutkimuksen sääntöjä. Työn tuloksista, etenkin avointen kysymysten kohdalla, muodostuu työlle kuitenkin myös kvalitatiivinen osio. Avointen kysymysten tuloksia ei voida luontevasti esittää tilastollisia malleja hyödyntäen.

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus sopii tutkittaessa suuria ihmismääriä. Sen avulla saadaan yleistietoa, ei niinkään kattavaa tietoa yksittäistapauksista. Kvantitatiivisen tutkimuksen havaintoaineiston keruumenetelmiä voivat olla esimerkiksi haastattelu tai kirjekysely. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 135-136; Flick 2009, 24-28.)

Kvantitatiivinen tutkimus pyrkii yleistämään. Perusideana on toteuttaa tutkimus kyselemällä tutkimuskysymyksen mukaisia kysymyksiä pieneltä joukolta ihmisiä. Pienen joukon eli otoksen vastaajien edellytetään edustavan koko joukkoa eli perusjoukkoa. Pienellä joukolla tarkoitetaan siis kyselyyn vastanneita ihmisiä ja koko joukolla eli perusjoukolla ihmisryhmää, jota he edustavat. Tutkimustulosten voidaan siis katsoa edustavan koko joukkoa. (Kananen 2008, 10-15.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tehdään enemmän mittauksia kuin kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Mittauksilla tarkoitetaan havaintoyksiköiden määrää. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa vastaajia on siis enemmän. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa vastaajia tulee olla useita kymmeniä, jotta tulokset olisivat luotettavia ja jotta ne luotettavasti edustavat koko perusjoukkoa. (Kananen 2008, 10-15.)

Populaatio tarkoittaa kohderyhmää, jota tutkittava ilmiö koskettaa ja josta tutkimuksessa halutaan tehdä päätelmiä. Populaatio vastaa näin kysymykseen: ketä tutkitaan? Otantatutkimuksessa otanta vastaa perusjoukkoa, jolloin otannan tulokset voidaan yleistää koskemaan koko perusjoukkoa. Opinnäytetyön aineiston keruumenetelmänä toimi kysely. Se oli luontevasti toteutettavissa ja sen avulla saatiin määrällisesti paljon aineistoa. Opinnäytetyön otanta saatiin Rantapallon sivuilla kyselyyn vastanneista henkilöistä. Otanta oli 100 vastausta. (Kananen 2008, 70-71.)

Kvalitatiivisella tutkimuksella tarkoitetaan laadullista tutkimusta. Työssä laadullista osiota edustavat avointen kysymysten tulokset. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimusaineisto hankitaan esimerkiksi haastatteluiden ja havainnoin kautta. Tutkimusotanta voi olla huomattavasti pienempi kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Kvalitatiivinen tutkimus mittaa laatua, kun taas kvantitatiivinen tutkimus määrittää määrää. Tutkimusotteet eivät siis mittaa samoja asioita. Lähtökohtana laadullisessa tutkimuksessa on tosielämän kuvaaminen. Laadullisessa tutkimuksessa kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. (Hirsjärvi ym. 2008, 156-157; Metsämuuronen 2006, 133-135.) Kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusotetta voidaan luontevasti käyttää yhtäaikaaisesti samassa tutkimuksessa. Näin tutkijan ei tarvitse rajata tutkiessaan haluaako hän vain määrällisiä tai vain laadullisia tutkimustuloksia. On kuitenkin järkevää valita jompikumpi otteista pääasialliseksi tutkimusotteeksi. (Metsämuuronen 2006, 133-134.)

Laadullisen tutkimuksen perusanalyysimenetelmä on sisällönanalyysi. Laadullisessa tutkimuksessa aineistoa tutkitaan kokonaisuutena. Laadullisessa tutkimuksessa vaaditaan määrällisestä tutkimuksesta poikkeavaa absoluuttisuutta. Määrällinen tutkimus sallii poikkeukset yleisestä säännöstä, kun taas laadullinen tutkimus ottaa tulokset kokonaisuutena huomioon. Kaikki luotettavina pidetyt seikat tulee selvittää siten, etteivät ne ole ristiriidassa



esitettävän tulkinnan kanssa. Laadullisessa analyysissä pelkät tilastolliset todennäköisyydet eivät riitä johtolangoiksi. Laadulliseen analyysiin kuuluu erilaisia työvaiheita. Ensinäkin on mietittävä tarkkaan mikä tutkittavassa aineistossa kiinnostaa. Tämän työvaiheen jälkeen aineisto käydään läpi ja sieltä poimitaan ne havainnot, jotka liittyvät tutkittavaan aiheeseen. Havainnot luokitellaan, teemoitellaan ja tyypitellään omiksi ryhmikseen. Näiden työvaiheiden jälkeen kirjoitetaan yhteenveto. (Alasuutari 1999, 38-41; Tuomi & Sarajarvi 2006, 93-95. )

#### 4.1 Kysely aineistonkeruumenetelmänä

Kysely valittiin opinnäytetyön aineistonkeruumenetelmäksi, koska sillä pystyttiin kattavasti keräämään aineistoa tutkimusta varten. Kysely toteutettiin standardoidusti siten, että kaikki vastaajat vastasivat samoihin kysymyksiin. Kysely oli työkaluna toimiva ja sillä saatiin kerättyä paljon aineistoa. Kyselyn vastaajat valikoituivat Rantapallon Internet sivuilla vierailevista kävijöistä, sillä kysely julkaistiin vain yrityksen omilla kotisivuilla. (Hirsjärvi ym. 2008, 188-189.)

Opinnäytetyön toteuttamisessa kyselyn avulla saattaa olla myös huonoja puolia. On mahdotonta sanoa miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen ja ovatko he pyrkineet huolelliseen ja rauhalliseen vastaamiseen. Voi myös olla, että vastausvaihtoehdot ovat olleet ristiriidassa vastaajan omien mielipiteiden kanssa ja näin ollen oikeaa vastausta ei ole saatu. Rantapallon Internet sivuilla vierailevat kävijät luultavasti ovat kiinnostuneita matkailusta ja tietävät siitä jonkin verran. Kyselyn kannalta ei kuitenkaan voida varmistua ovatko vastaajat tunteneet kyselyn aihealueen riittävän hyvin, jotta vastaukset ovat täysin realistiset. (Hirsjärvi ym. 2008, 190.)

Kyselyn onnistumisen kannalta on tärkeää, että kyselylomake on laadittu hyvin. Kysymysten laadintaan liittyy monia huomioitavia seikkoja. On tärkeää, että kysymykset on muotoiltu niin, että ne vastaavat sitä aineistoa, mitä kyselyn halutaan tuottavan. Kyselylomakkeen laadinnalla ja kysymysten tarkalla suunnittelulla on suuri merkitys kyselyn onnistumisen kannalta. Opinnäytetyön kysymystenasettelua ja kyselylomaketta laadittiin tarkasti, jotta sillä saataisiin mahdollisimman hyviä vastauksia aikaiseksi ja jotta turhilta väärinymmärryksiltä vältyttäisiin. Opiskelija toteutti lomakkeesta raakaversion itsenäisesti, jota myöhemmin muokattiin yhdessä opinnäytetyön ohjaajan, sekä yrityksen edustajan kanssa. Kyselyn kysymykset valikoituivat aiheen mielenkiintoisuuden mukaan. Kyselyn tuloksien pohjalta tuli kirjoittaa yrityksen sivujen lukijoille kertomuksia ja aihealueiden tuli siksi olla lukijoita kiinnostavia. Yrityksen edustajalla oli hyviä ideoita kyselyn teemoiksi. (Hirsjärvi ym. 2008, 191.)

Kyselyyn alkuun haluttiin muutama profiloiva kysymys, jotta tuloksia analysoitaessa voitaisiin tehdä mahdollista vertailua. Kysyjiltä kysyttiin muun muassa heidän sukupuoltaan ja ikää sekä sitä matkustavatko he alle 15-vuotiaiden lasten kanssa. Kysyjiltä kysyttiin myös kuinka usein he matkustavat ulkomaille lomanviettoon. Profiloivien kysymysten jälkeen vastaajia pyydettiin vastaamaan kahteen monivalintakysymykseen, joiden aihealueena olivat matkakohteelta vaadittavat ominaisuudet ja syyt matkalle lähtöön. Monivalintakysymyksissä vastaajat pystyivät valitsemaan viisi heille tärkeintä vaihtoehtoa. Myös seuraava kestävä matkailua koskeva kysymys oli monivalintakysymys, jossa oli viisi vaihtoehtoa, joista vastaajat valitsivat mielipidettään vastaavan vastauksen. Loput kolme kysymystä jätettiin avoimesti vastattaviksi, jotta vastauksiin saataisiin värikkyttä ja tutkimustuloksista mielenkiintoisempia. Avoimissa kysymyksissä vastaajat saivat kuvailla unelmiensa lomakohtetta ja sitä miksi he valitsevat mieluummin ulkomaan kuin kotimaan lomakohteen. Vastaajilta kysyttiin myös miksi talvilomakohteeksi valikoituu talvinen, kylmän sijainnin kohde ennemmin kuin rantalomakohde. Kysely löytyy kokonaisuudessaan vastausvaihtoehtoineen opinnäytetyön liitteistä. Kyselyyn vastanneilla oli mahdollisuus kommentoida kyselyä jätettyään vastauksensa. Arvostelut olivat pääosin myönteisiä. Kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin myös matkalahjakortti.

#### 4.2 Tutkimustulosten analysointi

Analyysimenetelmän valintaan vaikuttaa tutkimusongelma ja teoreettiset taustaoletukset. Työssä on pyritty esittämään tuloksia prosentiosuuksien avulla ja auki kirjoittamalla avoimien kysymysten tuloksia. Saadut tulokset voidaan yleistää edustamaan perusjoukkoa, josta havaintoyksiköt on poimittu. (Kananen 2008, 51-53.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käsitellään mittauksen tuloksena saatua aineistoa tilastollisin menetelmin eli aineisto saatetaan tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Se esitetään usein tilastollisesti esimerkiksi kuvailemalla tulokset prosenttitaulukon avulla. Tutkimuksen päätelmät tehdään tilastolliseen analysointiin perustuen. Opinnäytetyön kyselyn tulokset saatiin raakaversiona excel- muodossa ja niiden pohjalta luotiin tilastollisia kuvia helpottamaan analysointia. Aineiston suuruuden kannalta tämä toimi hyvin ja tulokset tulivat helpommin tulkittaviksi. (Hirsjärvi ym. 2008, 135-136.)

Avointen kysymysten tuloksia ei voitu saattaa tilastollisesti käsiteltävään muotoon ja ne muodostavat työn kvalitatiivisen osion. Avointen kysymysten tuloksia käsiteltiin laadullisen analyysin menetelmien mukaisesti, ensin luokittelemalla ja teemoittelemalla aineisto ja sen jälkeen kirjoittamalla yhteenveto saaduista tuloksista.

#### 4.3 Toteutuskuvaus

Kvantitatiivinen tutkimus voidaan nähdä prosessina, joka viedään läpi vaihe vaiheelta. Lähtökohtana on tutkimusongelma, johon ratkaisua tai vastausta lähdetään hakemaan. Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä oli: mitkä tekijät ohjaavat suomalaisten talvilomakohteen valintaa? Tutkimuskysymyksen muotouduttua opinnäytetyölle alettiin hankkia teoreettista viitekehystä ja mietittiin miten tutkimuskysymykseen saataisiin vastaus. Eri matkatoimistot vaikuttivat potentiaalisilta yhteistyökumppaneilta, sillä heiltä luultavasti löytyisi tietoa suomalaisten matkustuskäyttäytymisestä ja esimerkiksi tilastoja suosituista lomakohteista. Monet matkatoimistot ilmoittivat olevansa kiireisiä lähtemään mukaan opinnäytetyöntekoon, mutta olivat muuten kiinnostuneita aiheesta. Rantapallo Oy kuitenkin kiinnostui opinnäytetyön aiheesta ja lähti yhteistyökumppaniksi työlle. (Kananen 2008, 10-15.)

Opinnäytetyön tutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi muotoutui kysely. Valittu tiedonkeruumenetelmä vaikuttaa käytettäviin kysymyksiin, joten tämän päätöksen jälkeen voitiin alkaa muotoilla kyselyssä käytettäviä kysymyksiä. Tutkimuskysymys vaikutti tarvittavaan tietoon ja sen pohjalta muotoiltiin kysymykset. Kysymysten muotoilussa oli mukana koulun opinnäytetyöohjaajat ja yrityksen edustajat, jotta virhetulkinnoilta vältyttäisiin. Kysymykset muotoiltiin mukailien Verhelän ja Lackmanin (2003) esittämiä matkustuksen syitä ja mukaan otettiin myös muutamia avoimia kysymyksiä, jotka liittyvät kestävään matkailuun ja talvilomakohteisiin. Tutkimukseen otettiin mukaan ne kysymykset, jotka olivat oleellisia tutkimuskysymyksen kannalta. Kysely pyrittiin pitämään vastaajaystävällisenä, jotta kyselyyn olisi helppo vastata ja jotta vastaaja ei turhautuisi kyselyn aikana. (Kananen 2008, 10-15.)

Kysely toteutettiin toukokuussa 2011 Rantapallon Internet- sivuilla ja se oli vastaajille auki reilun kaksi viikkoa. Tarkoituksena oli toteuttaa kysely niin, että se keräisi sata analysoitavaa vastausta ja poistettaisiin sitten sivuilta. Vastaajien määrä yllätti kuitenkin suuruudellaan ja loppujen lopuksi vastauksia kertyi 503 kappaletta. Päädyimme kuitenkin pysyä alkuperäisessä suunnitelmassa 100 analysoitavassa vastauksessa. Karsimme 503 vastauksesta 100 analysoitavaksi. Näin ollen joka viides vastaus valikoitui analysoitavien vastausten joukkoon eli otantaan.

## 5 Tulokset

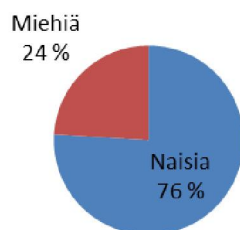
Saaduista vastauksista analysoitiin sata vastausta, joiden tulokset löytyvät seuraavan otsikon alta. Tulokset on avattu vastaavassa järjestyksessä kuin mitä ne ovat olleet kyselyssä. Kysely löytyy vastausvaihtoehtoineen liitteistä.

Yhteensä 503 vastauksesta joka viides analysoitiin. Vastauksia kertyi odotettua enemmän lyhyessä ajassa, ja vastausmäärä ylitti sille asetetun tavoitteen. Vastauksia oli alun suunnitelmien mukaan tarkoitus kerätä vain 100 kappaletta ja tutkimuksessa on analysoitu nämä 100 vastausta pitäytyen alun suunnitelmissa. Monivalintakysymysten vastaukset jaoteltiin prosenttiosuuksien mukaan ja ne on esitetty prosentuaalisesti tuloksissa. Avoimissa kysymyksissä tulokset luokiteltiin ja teemoiteltiin omiksi ryhmikseen. Teemoitellun aineiston pohjalta kirjoitettiin tuloksien yhteenveto ja sen pohjalta matkailukirjoituksia. Kirjoitukset on kirjoitettu julkaistavaksi Rantapallon Internetsivuilla. Kirjoitukset tulevat sivuilla vieraillevien kävijöiden luettavaksi talven 2011-2012 aikana.

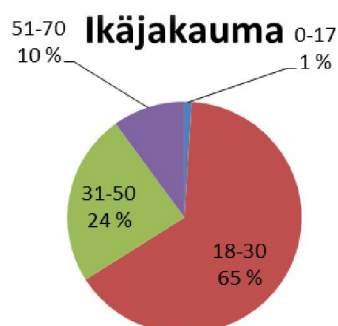
### 5.1 Kyselyn tulokset

Kyselyyn vastanneista 76 % oli naisia ja 24 % miehiä. Suurin osa, 65 % vastaajista oli iältään 18-30. Seuraavaksi suurin vastaajaryhmä oli 31-50 -vuotiaat, joita oli 24 % vastaajista. 51-70 -vuotiaita vastaajia oli 10 %. Nuoria vastaajia eli ikäluokkaan 0-17 kuuluvia oli 1 %, yli 70 -vuotiaita kysely ei tavoittanut ollenkaan. Seuraavissa kuvioissa on kuvattu sukupuoli- ja ikäjakaumaa ympyrädiagrammia apuna käyttäen.

#### Sukupuolijakauma



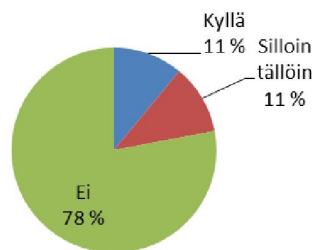
Kuvio 3: Vastaajien sukupuolijakauma (n=100)



Kuvio 4: Vastaajien ikäjakauma (n=100)

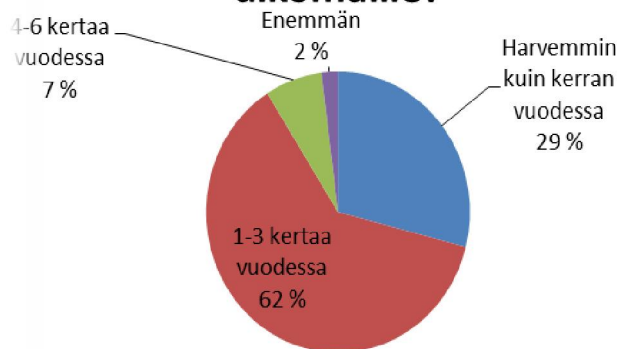
Vastaajilta kysyttiin matkustavatko he alle 15 -vuotiaiden lasten kanssa. Vastaajista 78 % matkustaa ilma lapsia ja loput 11 % silloin tällöin ja 11 % aina. Ulkomaanmatkoja suurimmalle osalle kertyi 1-3 vuodessa (62 %). Toiseksi suurin joukko matkustaa ulkomaille harvemmin kuin kerran vuodessa (29 %). Vastaajista seitsemän prosenttia matkustaa ulkomaille 4-6 kertaa vuodessa ja kaksi prosenttia useammin kuin kuusi kertaa vuodessa. Seuraavassa kuviossa kuvataan ympyrädiagrammia hyödyntäen ilman lapsia ja lapsien kanssa matkustavien vastaajien määrää. Siitä seuraava diagrammi havainnollistaa suomalaisten ulkomaanmatkojen määrää.

### Matkustaako alle 15-vuotiaiden lasten kanssa?



Kuvio 5: Matkustaako alle 15- vuotiaiden lasten kanssa? (n=100)

### Kuinka usein matkustaa ulkomaille?

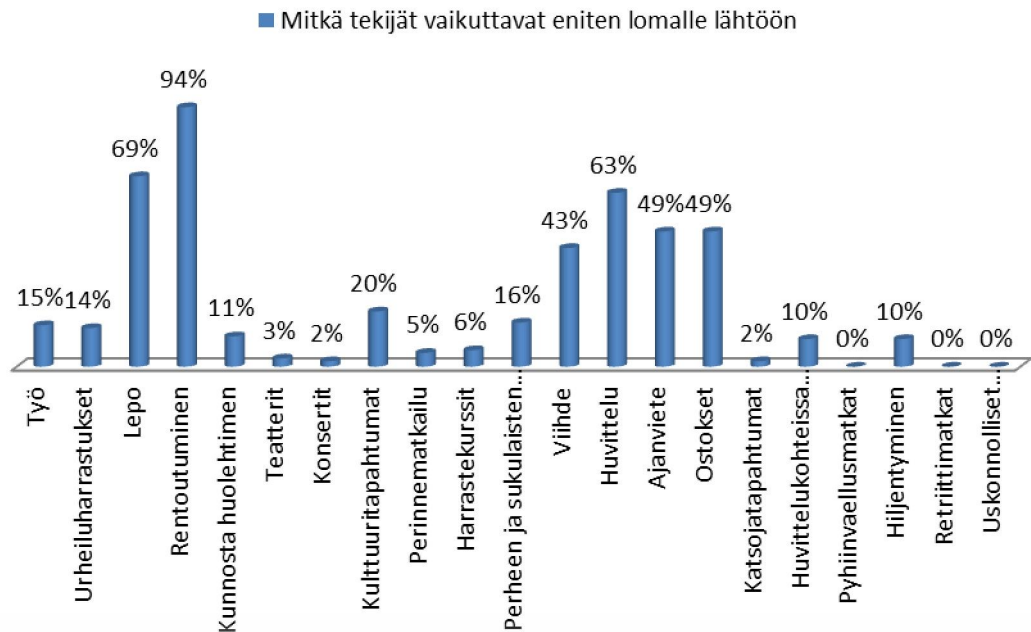


Kuvio 6: Kuinka usein matkustaa ulkomaille? (n=100)

Vastaajat saivat valita viisi tärkeintä syytä lomalle lähtöön 21 vaihtoehdosta. Viisi tärkeintä syytä lomalle lähtöön olivat: rentoutuminen (94 %), lepo (69 %), huvittelu (63 %), ajanviette (49 %) ja ostokset (49 %). Seuraavaksi tärkeimpiä olivat: viihde (43 %), kulttuuritapahtumat (20 %), perheen ja sukulaisten tapaaminen (16 %), työ (15 %) ja urheiluharrastukset (14 %). Suosituimpien kymmenen vaihtoehdon jälkeen jäljelle jäivät: kunnosta huolehtiminen (11 %), huvittelukohteissa vierailu (10 %), hiljentyminen (10 %), harrastekurssit (6 %) perinnematkailu (5 %), teatterit (3 %), konsertit (2 %) ja katsojatapahtumat (2 %). Vaihtoehdoista kolme

seuraavaa jäi kokonaan ilman valintaa: pyhiinvaellusmatkat, retriittimatkat ja uskonnolliset opintomatkat. Seuraava pylväsdiagrammi havainnollistaa lukijalle suomalaisten matkailijoiden syitä lomalle lähtöön.

## Mitkä tekijät vaikuttavat eniten lomalle lähtöön



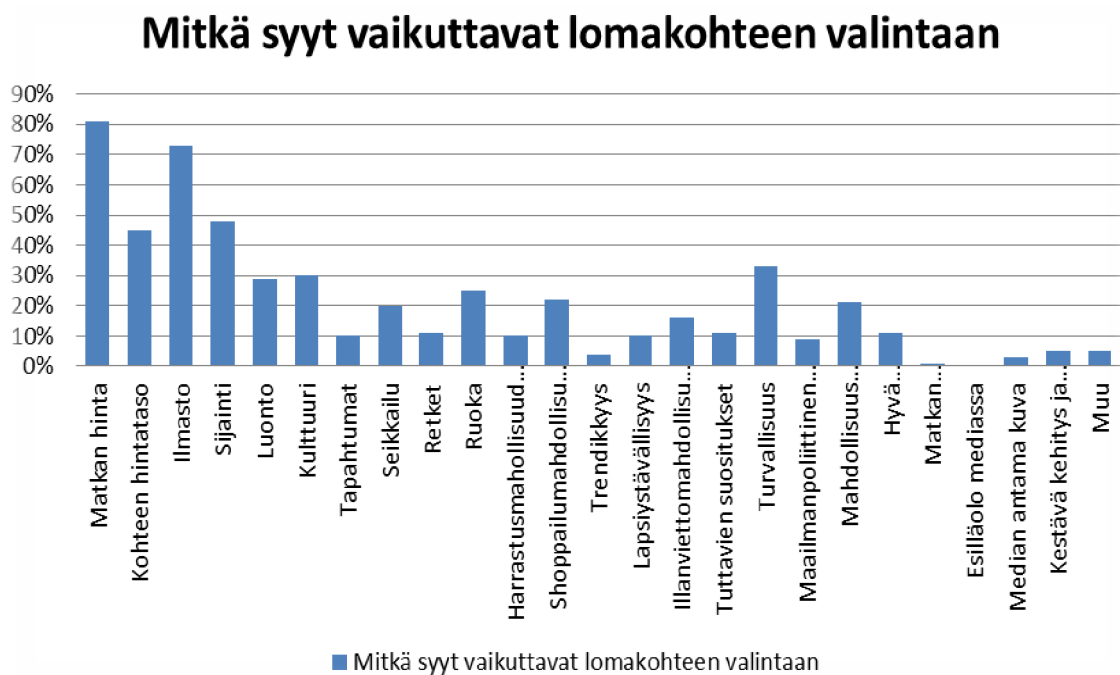
Kuvio 7: Mitkä tekijät vaikuttavat eniten lomalle lähtöön? (n=100)

Vastauksista ilmenee, että rentoutuminen ja lepo ovat eniten vaikuttavat tekijät lomalle lähtöön. Lomalle lähdetään siis pois arjen kiireistä ja viettämään vapaa-aikaa levon ja huvittelun merkeissä.

Edellisen kysymyksen tavoin, kuudennessakin kysymyksessä vastaajat saivat valita viisi tärkeintä syytä, jotka vaikuttavat lomakohteen valintaan. Viisi tärkeintä syytä, jotka vaikuttavat kohteen valintaan, olivat vastaajien mielestä: matkan hinta (81 %), ilmasto (73 %), sijainti (48 %), kohteen hintataso (45 %) ja matkakohteen turvallisuus (33 %). Seuraavaksi tärkeimpiä syitä olivat: kulttuuri (30 %), luonto (29 %), ruoka (25 %), ostosmahdollisuudet (22 %) ja hyvät mahdollisuudet omatoimimatkailuun (21 %). Muita tärkeitä syitä olivat: mahdollisuus seikkailulla (20 %), illanviettomahdollisuudet (16 %), retket (11 %), tuttavien suosituksia (11 %) ja hyvä valmismatkapaketti (11 %). Kolme 10 % kannatukseen yltänyttä olivat: tapahtumat, harrastusmahdollisuudet ja lapsiystävällisyys. Loput seuraavista keräsivät alle 10 % kannatuksen: maailman poliittinen tilanne (9 %), kestävä kehitys ja ekologisuus (5

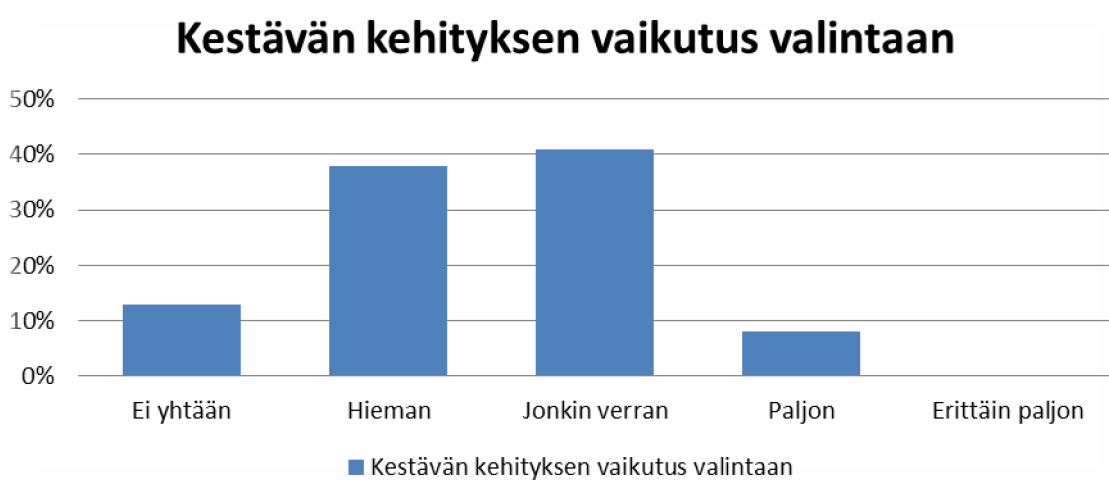
%), trendikkyys (4 %), median antama kuva matkakohteesta (3 %), matkan myyntiajankohta matkatoimiston puolesta (1 %), ja matkakohteen esilläolo mediassa (0 %).

Vastaajat saivat myös kertoa omin sanoin syitä jotka vaikuttavat lomakohteen valintaan. Kaksi vastaajista valitsi kohteen, jossa eivät ole aikaisemmin käyneet. Yksi vastaajista valitsee kohteen kiinnostavuuden perusteella ja toinen kuunteli ystäviensä vinkkejä. Kohteen vetovoimatekijöistä suurimpia olivat siis matkan hinta, ilmasto ja sijainti. Helposti saavutettava matkakohde sopivalla hintatasolla on tärkeä vetovoimatekijä monille matkailijoille. Seuraava diagrammi kuvaa suomalaisten matkailijoiden lomakohteen valintaa ohjaavia tekijöitä.



Kuvio 8: Mitkä syyt vaikuttavat lomakohteen valintaan? (n=100)

Kestävällä matkailulla tarkoitetaan vastuullista, ympäristön ja ilmaston huomioivaa matkailua. Lomakohteen valintaan kestävä matkailu vaikutti jonkin verran 41 %:lla vastaajista. 38 %:lle vastaajista se vaikutti hieman. 13 % ei ajatellut kestävä matkailua yhtään ja 8 %:lle vastaajista se oli tärkeää. Kuitenkaan kenellekään vastaajista kestävä matkailu ei osoittautunut erittäin tärkeäksi (0 %). Viimeisessä kuviossa on kuvattu kestävä matkailun vaikutusta matkakohteen valintaan.



Kuvio 9: Kestävän kehityksen vaikutus valintaan (n=100)

Yhden kysymyksen ja sen vastausten perusteella ei voida kuitenkaan kattavasti kuvailla kestävän matkailu tärkeyttä lomakohteen valinnassa.

Kysyttäessä miksi vastaajat valitsevat ulkomaan talvilomakohteen mieluummin kuin kotimaan vastaavan vastaajista suuri osa mainitsi syyksi Suomen kylmän ja pimeän talven, jota he lähtevät pakoon ulkomaille. Ulkomaille lämpö ja aurinko olivat houkuttelevimmat kohteen valintaa ohjaavat tekijät. Moni vastaaja lähti ulkomaille, jotta pääsisi paremmin irti arjesta ja jotta loma tuntuisi enemmän lomalta. Ulkomaille monia kiehtoo uusi kulttuuri, kokemukset ja hyvä ruoka.

Ulkomaille matkailu on monen mielestä huokeampaa: Samalla hinnalla jolla matkustaisi kotimaassa, pääsee monesti pidemmälle. Kotimaanmatkailu koetaan kalliiksi ja matkakohteet moneen kertaan nähdyiksi. Moni haluaa talvilomallaan lähteä ulkomaille aurinkoon, sillä Suomen talvi on niin pitkä, että talvesta on aikaa nauttia muutenkin. Suomessa matkailumaana olisi joidenkin mielestä paljonkin kehitettävää. Suomi ei heidän mielestään tarjoa matkailijoille kuin metsiä ja järviä.

Ulkomaille lähdetään myös laskettelemaan suurempiin laskettelukeskuksiin ja toteuttamaan matkakohdeunelmia. Suomen Lappi ei vastaa Australian lomaunelmaa tai maailmanympärimatkaa. Moni kokee ulkomaanmatkailun mielenkiintoisemmaksi kuin kotimaan ja haluaa nähdä maailmaa. Ulkomaille lähdetään myös tapaamaan perhettä ja ystäviä. Liikuntarajoitteisille ulkomaan matkailu ilman lunta ja liukkautta on helpompaa. Vastaajien joukosta löytyi kuitenkin kotimaanmatkailun kannattajia ja vastaajia, jotka eivät itse vaikuta lomakohteen valintaan.



Seuraavana kysymyksenä vastaajilta kysyttiin mikä saa valitsemaan viileämmän sijainnin talvimatkailukohteeksi rantaloman sijasta? Kysymyksellä haettiin vastausta esimerkiksi siihen houkutteleeko vastaajia kaupunkiloma rantaloman sijaan. Moni vastaajista mainitsi harkitsevansa usein kaupunkilomakohdetta rantakohteen sijaan, sillä kaupunkikohteissa on enemmän nähtävää ja tehtävää. Kaupunkikohteissa kiehtoo erilaiset tapahtumat, konsertit, nähtävyydet ja ostosmahdollisuudet. Moni vastaajista lähtee tapaamaan tuttaviaan Euroopan kaupunkikohteisiin. Kaupunkikohteiden yöelämä ja saavutettavuus koettiin myös paremmiksi kuin rantalomakohteissa.

Kaupunkikohteissa kulttuuri koettiin kiinnostavammaksi. Rantalomakohteet ovat rakentuneet usein suureksi osaksi turismin ympärille ja paikallista kulttuuria on vaikeaa löytää. Kaupunkikohteissa paikallinen kulttuuri on koettavissa helpommin ja se on mielenkiintoisempaa. Kaupunkikohteissa omatoimimatkailu on vastaajien mielestä helpompaa ja matkoilta saa enemmän elämyksiä. Matkailu kaupunkikohteisiin koettiin myös halvemmaksi.

Moni vastaajista valitsisi viileämmän lomakohteen talviharrastusten takia. Lomalle lähdetään laskettelemaan ja ulkoilemaan. Talvisempien kotimaan kohteiden hyvänä puolena nähtiin lyhyempi matka. Esimerkiksi Lappiin matkustaminen taittuu helposti myös autolla, jolloin ei tarvitse lentää. Matka koettiin näin myös ympäristöystävällisemmäksi.

Moni vastaajista ei kuitenkaan vaihtaisi talvilomaansa auringossa mistään hinnasta. Lomalle lähdetään rentoutumaan, löhöilemään ja nauttimaan lämmöstä, jota Suomessa ei talviaikaan ole. Noin 1/3 vastaajista ei harkitsisi viileää lomakohdetta. Kuitenkin pienien lasten kanssa matkustavat välttävät turhan helteisiä lomakohteita.

Viimeisenä kysymyksenä vastaajilta kysyttiin heidän unelmalomakohdettaan. Unelmalomakohteita löytyi yhtä paljon kuin vastaajiakin. Monissa vastauksissa toistui kuitenkin paratiisinomainen lomailu lämpimässä ja eksoottisessa kohteessa ilma huolen häivää. Suosittuja kohteita olivat Aasian lomakohteet niiden edullisuuden, sopivan ilmaston ja kiehtovan kulttuurin takia. Aasian lomakohteista useimmiten mainittiin Thaimaa ja Intia. Myös Intian valtameren saaret kuten Malediivit ja Mauritius olivat suosittuja. Aasiaan lähtijöitä oli kuitenkin muuallekin päin. Nepalilaiset vuoret olivat suosittuja elämyskohteita.

Suosittuja kohteita löytyi myös Amerikan mantereelta. Mainittuja lomakohteita olivat esimerkiksi Havaiji, Miami beach ja New York. Etelä ja Väli-Amerikasta kiinnostavia olivat Dominikaaninen tasavalta, Brasilia, Karibia ja Meksiko.

Suuren suosion saivat myös Euroopan lomakohteet. Euroopan lomakohteissa vastaajia kiinnostivat niin kaupunkikohteet kuin rantalomakohteetkin. Suosituin rantalomakohde oli Kreikka ja sen saaristo. Eurooppalaisista maista maininnan saivat myös esimerkiksi Irlanti, Islanti, Norja, Saksa ja Sveitsi. Euroopassa Alpit olivat myös monien lomakohdeunelma hyvien laskettelumahdollisuuksien ansiosta. Euroopan matkojen hyväksi puoliksi vastaajat mainitsivat lyhyet lennot, siisteyden ja turvallisuuden.

Kotimaan lomakohteista mainittiin Lappi ja Kemin lumilinna. Lappiin oltiin kiinnostuneita lähtemään erityisesti kelomökkeilemään.

## 5.2 Matkailukirjoitukset

Tutkimuksen pohjalta kirjoitetut matkailukirjoitukset löytyvät seuraavasta kappaleesta. Kirjoitukset julkaistaan Rantapallon Internet sivuilla kävijöiden luettavaksi. Ensimmäinen matkailukirjoitus käsittelee tutkimusta yleisesti ja siitä saatuja tutkimustuloksia. Kirjoitus on samalla yhteenveto tutkimustuloksista. Seuraavassa kirjoituksessa pohditaan miten kotimaan talvimatkailukohteet voisivat paremmin kilpailla ulkomaalaisten vastaavien kanssa. Kolmas kirjoitus käsittelee vastaajien unelmien lomakohdetta ja sen pohjalta hieman matkailun trendejä.

### 5.2.1 Suomalaisen talvimatkailututkimus - yhteenveto

Rantapallon Internetsivuilla toteutettiin keväällä 2011 suomalaisten talvimatkailua koskeva kysely. Kyselyssä pyrittiin saamaan tietoa suomalaisten lomakohteen valintaa ohjaavista tekijöistä sekä syistä lomalle lähtöön. Vastaajilta kysyttiin myös miksi he valitsevat talvisemmän lomakohteen talvilomakohteeseen ja mikä olisi vastaajien unelmien täyttymys lomakohteenä. Kyselyssä sivuttiin hieman myös kestävän matkailun teemaa ja sen vaikutusta lomakohteen valintaan.

Tutkimukseen vastanneista valtaosa eli 76 prosenttia oli naisia ja loput 24 prosenttia miehiä. Vastaajia oli kaikkiaan noin viisisataa 17- vuotiaista aina 70 -vuotiaisiin saakka. Suurin osa vastaajista matkustaa ulkomaille noin 1-3 kertaa vuodessa, noin kolmasosalle matkoja kertyy vähemmän kuin yksi vuodessa.

Suomalaiset matkailijat lähtevät lomalle rentoutumaan, lepäämään ja huvittelemaan. Lomalle lähdetään keräämään voimia ja pakoan arjen kiireitä. Tärkeitä tekijöitä lomailijoiden mielestä oli myös ajanviete ja ostosmahdollisuudet lomakohteessa. Kohteessa tulee olla erilaisia aktiviteetteja ja retkiä lomapäivien ratoksi. Vähiten kiinnostavia

lomaviettomahdollisuuksia olivat pyhiinvaellusmatkat, erilaiset retriittimatkat, katsojatapahtumat ja konsertit.

Tärkeimpänä tekijänä lomakohteen valinnassa vastaajat pitivät matkan hintaa. Lomakohteen ilmastolla, sijainnilla ja hintatasolla oli myös suuri merkitys. Useat halusivat lähteä lomallaan lämpimään, mutta vierastivat pitkiä lentomatkoja. Näin ollen Euroopan lomakohteet ovat suosittuja vaihtoehtoja esimerkiksi Aasian lomakohteiden rinnalla. Tärkeäksi tekijäksi edellisten rinnalle nousi myös matkakohteen turvallisuus. Vähiten vaikuttavia tekijöitä lomakohteen valinnassa oli yllättäen median antama kuva matkakohteesta ja kohteen trendikkyys. Kestävä matkailu miellettiin jokseenkin tärkeäksi tekijäksi lomakohteen valinnassa, mutta ainakaan vielä sen suosio ei ollut kovin suurta.

Lomallaan suomalaiset haluavat aurinkoon ja lämpimään pakoon Suomen pitkää ja pimeää talvea. Etelän rantalomakohteissa mieli lepää ja arjesta pääsee helpommin irrottautumaan. Etelän lämpöön lähdetään nauttimaan eksoottisesta ja erilaisesta kulttuurista ja herkuttelemaan hyvällä ruoalla. Rantalomakohteen auringon ja lämmön vastaajat voisivat kuitenkin vaihtaa joko kaupunkikohteeseen tai ulkomaiden suureen laskettelukeskukseen. Kaupunkikohteissa vastaajia kiinnostivat ostosmahdollisuudet, tapahtumat ja illanviettomahdollisuudet.

Kotimaan matkailu koettiin kalliiksi ja matkailukeskukset moneen kertaan nähdyksi. Samalla hinnalla kuin matkustaa kotimaassa, pääsee ulkomaille jo paljon pidemmälle uusiin lomakohteisiin. Kotimaan matkailussa koettiin olevan myös paljon parantamisen varaa. Ulkomaalaisen matkailijan silmin Suomi on edelleen metsien ja järvien maa. Matkailua kotimaassa ei koettu niin antoisaksi kuin ulkomailla.

Unelmien lomakohteeksi monille valikoitui paratiisisaari lämpimässä, kauniissa kohteessa. Thaimaa, sekä muut Aasian lomakohteet olivat vastaajien suurimpia suosikkeja. Myös Amerikasta löytyi monia kiinnostavia lomakohteita rantalomista suuriin kaupunkeihin. Euroopassa vastaajia kiinnostivat niin ikään kaupungit ja Alppien laskettelumahdollisuudet. Euroopan lomilla vastaajat nauttivat lyhyistä lennoista, siisteydestä ja turvallisuudesta.

#### 5.2.2 Kotimaan talvimatkailukohteet vertailussa ulkomaalaisten kohteiden kanssa

Rantapallon Internet sivuilla julkaistiin viime keväänä suomalaisten talvimatkailua käsittelevä kysely. Kyselyn yhtenä teemana olivat kotimaisten ja ulkomaalaisten talvimatkailukohteiden keskinäinen kilpailu ja se miksi suomalaiset lomailijat valitsevat ulkomaalaisen lomakohteen enemmän kuin kotimaan vastaavan. Tulosten perusteella voi sanoa, että kotimaisilla talvimatkailukohteilla ei ole kovin suurta kannatusta verrattaessa ulkomaiden

matkailukohteisiin. Ainoa kilpailukykyinen lomakohteiden kotimaassa oli kyselyn perusteella Suomen Lappi.

Suomen talvi koetaan pitkäksi, kylmäksi ja pimeäksi. Lomalle halutaan talvea pakoon etelän lämpimiin lomakohteisiin. Moni vastaajista mielsi loman enemmän lomaksi ulkomailla ja auringossa. Etelässä työkiireet unohtuvat ja arjesta irrottautuminen on helpompaa. Etelässä on lupa vain löhöillä ja rentoutua. Ulkomaiden lomakohteissa houkutteli myös hyvä ruoka ja uusi, kiinnostavampi ja kansainvälisempi kulttuuri. Vastaajien mielestä on rentouttavaa kun suomen kieltä ei kuule ympärillä. Ulkomaan matkailu koettiin myös edullisemmaksi ja kiinnostavammaksi. Miten kotimaan matkailukohteet voisivat kilpailla ulkomaiden lomakohteiden kanssa?

Vastaajien joukossa oli myös matkailijoita, jotka suuntaavat talvilomallaan Euroopan kaupunkikohteisiin tai laskettelemaan Alpeille tai Kanadaan. Laskettelua haluttaisiin harrastaa kotimaassa, mutta vuoria ei ole tehty siirrettäväksi. Suomen laskettelukeskukset eivät tarjoile laskettelua puuterilumessa, eikä hulppeita laskettelurinteitä. Kotimaan laskettelukeskukset koettiin tylsiksi ulkomaiden vastaavien kanssa ja moni kotimaanmatkaaja oli kiertänyt keskukset jo useaan otteeseen. Niistä ei enää löydy samaa kiinnostavuutta kuin ulkomaiden uusista ja ennennäkemättömistä keskuksista. Suomi ei myöskään pysty kilpailemaan etelän rantalomakohteiden kanssa, sillä matkustaminen kotimaassa talvisaikaan ei tarjoa aurinkoa, lämpöä tai sangriaa. Suomi on matkailumaana varsin yksipuolinen talviaikaan, sillä tarjolla on oikeastaan vain talvisia aktiviteetteja: laskettelua, murtomaahiihtoa ja after-skitä. Vertailu kotimaan ja ulkomaiden lomavaihtoehtojen välillä on hankalaa, sillä Suomessa talvi asettaa matkailulle rajoitteita.

Jotta suomalaiset talvimatkailukohteet voisivat kilpailla ulkomaiden matkakohteiden kanssa, tulisi niitä vastaajien mielestä kehittää mielenkiintoisimmiksi. Kotimaan talvimatkailutarjonta on rajattua, eikä kohteita löydy kaikkien mieleen. Toisaalta suomalaiset eivät ehkä tunne kotimaansa matkailumahdollisuuksia ja niistä voisi tietoisuuden lisäämisellä saada tunnetumpia ja kiinnostavampia. Kotimaan matkailukeskukset voivat kilpailla turvallisuudella, siisteydellä ja tasokkuudella. Kotimaan matkailussa tulisi kuitenkin kiinnittää enemmän huomioita suomalaisiin matkailijoihin ulkomaalaisten matkailijoiden rinnalla.

Seuraava tutkimus voisikin olla teemaltaan kotimaanmatkailumahdollisuuksia kartoittava. Mitä suomalaiset matkailijat kotimaan matkailulta toivovat ja miten suomalaisia talvimatkailukohteita voisi kehittää? Kotimaanmatkailun tilaa voitaisiin tulosten perusteella ehkä kohentaa.

### 5.2.3 Talvilomien unelmakohteet

#### Aasia ykkösenä

Aasia jyrää unelmakohteiden listalla ykkössijalle. Eksoottinen Thaimaa on monien vastaajien unelmakohde paratiisirantoinen ja maisemineen. Aasiassa matkailijoita houkuttelevat edulliset hinnat ja ilmasto. Aasian unelmalomakohteita olivat myös esimerkiksi Bali ja Nepalin vuoristo. Tyynen meren saaret houkuttelivat myös monia vastaajia.

#### Etelä- ja Väli-Amerikka

Selkeää kakkossijaa ei löytynyt, mutta Etelä- ja Väli-Amerikka saivat suuren suosion. Vastaajia kiinnostivat erityisesti Brasilia, Karibia ja Dominikaaninen tasavalta. Tännekin matkailijat lähtisivät etsimään kulttuurin eksotiikkaa, lämpöä ja paratiisirantoja. Matkustaminen Etelä- ja Väli-Amerikkaan koettiin hankalaksi sen korkean hinnan vuoksi.

#### Pohjois-Amerikka kaupunkikohteineen

Matkailu Pohjois-Amerikan kaupunkikohteisiin oli monen matkailijan toiveena. Alueen kiinnostavimpia paikkoja olivat Los Angeles, New York ja Miami.

#### Euroopan monipuolisuus ja läheisyys

Euroopan useat lomakohteet lukeutuivat monen vastaajan unelmakohteisiin. Euroopassa matkailijat matkustaisivat esimerkiksi Saksaan joulumarkkinoille, Irlantiin juomaan olutta tai Islantiin ihaillemaan luontoa. Euroopan kohteista suosituimmiksi nousivat kuitenkin Kreikan saaristo ja Alpit laskettelumahdollisuuksineen. Eurooppa oli monille vastaajille mieleinen lomakohde sen läheisen sijainnin ansiosta.

Kyselyssä ääniä saivat myös Australia ja Uusi Seelanti. Uuden Seelannin monipuolinen ja kaunis luonto houkuttelee matkailijoita. Muutamien vastaajien unelmana olisi myös maailmanympärystmatka, joka koostuisi monipuolisesti erilaisista lomakohteista rantalomista kaupunkikohteisiin.

Suomalaisten unelmamatkakohteita tutkittiin suomalaisten talvimatkailututkimuksessa keväällä 2011. Vastauksensa kyselyyn antoi noin viisisataa 17-70 -vuotiasta suomalaista.

### 5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen reliabelius tarkoittaa tutkimuksen kykyä antaa oikeaa tietoa tutkittavasta aiheesta. Tarkasteltaessa tutkimuksen luotettavuutta, tutkimus voitaisiin toistaa samanlaisena kuin ensimmäisellä kerralla ja verrata tutkimuksien tuloksia keskenään. Tutkimuksen reliabiliteetti mittaa toisin sanoen tulosten pysyvyyttä mittauksesta toiseen. Mikäli tulokset olisivat yhtenäisiä keskenään, voitaisiin arvioida, että tutkimus on luotettava ja tarkka. Tutkimustulokset ovat kuitenkin luotettavia ainoastaan tietyssä ajassa ja paikassa. (Vilkkä 2007, 149-150; Kananen 2008, 79-80.)

Tutkimuksen reliabiliteetissa tutkitaan ennen kaikkea tutkimuksen mittaukseen liittyviä asioita ja tarkkuutta. Tässä tapauksessa tarkkuudella tarkoitetaan, että tutkimukseen ei sisälly satunnaisvirheitä. Tutkimuksesta voidaan arvioida miten hyvin otos vastaa perusjoukkoa esimerkiksi otoskoon ja laadun perusteella tai millaisia mittausvirheitä tutkimukseen saattaa sisältyä. Mittausvirheitä saattaa aiheuttaa esimerkiksi lomakkeen kysymykset ja vastausvaihtoehdot ja se miten hyvin tutkimuksen avulla saadaan tietoa tutkittavasta aiheesta. (Vilkkä 2007, 149-150; Kananen 2008, 79-80.)

Suomalaisten talvimatkailututkimuksen kysymykset ja mahdolliset vastausvaihtoehdot oli tarkkaan mietitty, mutta niistä ei silti välttämättä löytynyt kaikille vastaajille mieleisiä vastausvaihtoehtoja. Vastaajilla on myös saattanut olla kiire vastauksia antaessaan ja he eivät ehkä ole miettineet kaikkia kysymyksiä ja vastauksia loppuun saakka. Nämä seikat saattavat heikentää tutkimuksen tuloksien luotettavuutta.

Tutkimuksen validiudella tarkoitetaan sitä, miten hyvin tutkimus vastaa tutkittavaan ongelmaan. Toisin sanoen, miten hyvin tutkija on saanut kyselyn kysymykset esitettyä, jotta vastaajat ymmärtävät mitä niillä tarkoitetaan. Tärkeää on saada tutkimukseen liittyvä teoria käsitteineen siirrettyä lomakkeeseen eli mittariin siten, että ajatusmallit pysyvät samoina. Tutkijan ja vastaajan tulee ymmärtää kysymykset ja vastausvaihtoehdot samalla tavalla. Tutkimuksen validiutta tulee tarkastella koko tutkimusprosessin aikana, erityisesti silloin kun luodaan tutkimuksen mittareita. Tutkijan tulisi myös pitää päiväkirjaa tutkimuksen edetessä, jotta tehtyjen päätösten ja niiden perustelujen pohjalta voitaisiin tarvittaessa tehdä joitain johtopäätöksiä. (Vilkkä 2007, 149-150; Kananen 2008, 81-83.)

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen kysymykset ja vastausvaihtoehdot olivat yksinkertaiset ja selkeät. Kysymyksiä muotoiltaessa selkeyteen kiinnitettiin erityistä huomiota ja lomaketta oli arvioimassa useita arvioijia ennen sen julkaisemista Internetissä. Lomakkeessa ja koko tutkimuksessa on kuitenkin oleellinen kohta "talvimatkailu" joka saatetaan mieltää eri tavalla vastaajasta tai lukijasta riippuen. Talvimatkailulla voidaan tarkoittaa matkailua talvisissa

lomakohteissa tai matkailua matkanjärjestäjien talvisesonkina esimerkiksi etelän lomakohteisiin. Väärinymmärryksen rajaa on kuitenkin koko tutkimuksen ajan pyritty painottamaan, jotta väärinymmärryksiltä vältyttäisiin. Tutkimuksen tulokset olivat pitkälti sitä, mitä tutkimuksella oli lähdetty hakemaan. Tutkimuksen teoria, kysymystenasettelu ja tulokset ovat linjassa keskenään.

Kokonaisluotettavuuden kannalta tutkimus onnistui hyvin ja vastasi tutkittavaan ongelmaan. Otosta ei täysin voida rinnastaa vastaamaan koko perusjoukkoa eli suomalaisia, sillä sukupuolijakauma vastaajien kesken oli epätasainen. Naisia oli vastaajista huomattavasti enemmän 76 prosenttia vastaajista. Myös tutkimukseen vastanneiden ikäjakauma oli epätasainen ja ei sellaisenaan vastaa suomalaisten ikäjakaumaa. Nämä näkökulmat hieman vääristävät tulosta.

Tutkimus loi uutta tutkimustietoa ja mittaa sitä mitä oli tarkoitus mitata. Kyselyssä vastaajille annettiin riittävä informaatio koskien kysymyksiä ja kyselyä yleensä. Tutkija ei ole vääristänyt tuloksia ja tulokset on saatu puolueettomasti. Tutkimuksesta on hyötyä muille aiheen tutkijoille ja tuloksia voidaan soveltaa seuraavissa aiheita käsittelevissä töissä. Tutkimus tuottaa ajankohtaista tietoa suomalaisten tämän hetken matkailutottumuksista. Tutkittavien yksityisyys on suojattu. Tutkimuksen tulosten luotettavuutta voitaisiin täsmentää uudelleen mittaamisella.

## 6 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia suomalaisten matkailijoiden lomakohteen valintaa ohjaavia tekijöitä ja syitä lomalle lähtöön. Tavoitteena oli kirjoittaa tulosten perusteella mielenkiintoisia matkailukirjoituksia Rantapallo matkailumedian käyttöön ja sivuilla vierailevien kävijöiden luettavaksi. Tavoitteena oli myös luoda uutta tutkimustietoa esimerkiksi seuraavien tutkimusten taustatiedoksi tai vastaavaksi. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisten tutkimusmetodeiden mukaisesti ja aineistonkeruumenetelmäksi valittiin kysely. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa oleellista on määrällisesti suuri tutkimusaineisto, joka saatiin parhaiten toteutettua kyselyn avulla. Kysely toteutettiin Rantapallon sivuilla Internetissä ja se keräsi 503 vastausta. Enemmän kuin odotettiin. Tuloksia käsiteltiin kvantitatiivisesti tilastollisia menetelmiä hyödyntäen luoden tulosten perusteella esimerkiksi taulukoita ja kuvioita ilmentämään vastauksia. Avoimien kysymysten käsittelyssä käytettiin auki kirjoittamista ja näin ollen tulokset ovat kvalitatiivisessa muodossa.

Kysely aineistonkeruumenetelmänä osoittautui toimivaksi työkaluksi ja sen tulokset vastasivat tutkittavaan aiheeseen. Kyselyn läpivienti oli onnistunut ja tulokset ovat käyttökelpoisia. Tavoitteeseen päästiin ainakin tältä osin, sillä tutkimuksen pohjalta luotiin uutta

tutkimustietoa. Tuloksien pohjalta saatiin myös kirjoitettua matkailumedialelle tarkoitettua matkailukirjoitukset, joka myös oli yksi työn tavoitteista. Kirjoituksista tuli tekijän mielestä hyviä ja toiveena on tietysti, että ne kiinnostaisivat lukijakohderyhmää eli Rantapallon Internet sivuilla vierailevia kävijöitä. Työn tavoitteet on saavutettu näiltä osin.

Rantapallo oli työn tuloksiin eli heille toimitettaviin matkailukirjoituksiin tyytyväinen. Kirjoitukset kiteyttivät heidän mielestään hyvin tutkimuksen tulokset. He uskovat ajankohtaisten kirjoitusten kiinnostavan lukijoita ja muita matkailualalla toimivia yrityksiä. Tämän osoitti myös kyselyn saama suuri suosio. Yhteistyöyritys koki opinnäytetyöprosessin ja yhteistyön kokonaisuutena toimivaksi.

Työn kannalta olisi ollut toimivampaa, jos työn tekoprosessi olisi ollut lyhyempi. Työn aloitus pitkien taukojen jälkeen muodostui haasteelliseksi, sillä työ täytyi taukojen jälkeen aloittaa aina alusta. Systemaattinen prosessin työstäminen oli kuitenkin ajoittain erittäin hankalaa. Työ teolle oman haasteensa asetti muutenkin tiivis opiskeluaikataulu ja säännöllinen työnteko tekoprosessin aikana. Aikataulujen sovittaminen tasapainoiseksi kokonaisuudeksi oli yksi työn teon kulmakivistä.

Työn tekijänä työtä on hankalaa arvioida puolueettomasti, mutta olen työhön tyytyväinen ja olen tehnyt parhaani, jotta työstä tulee onnistunut ja kiinnostava. Aihe oli minusta kiinnostava ja sitä oli mielekästä tutkia. Yhteistyöyritys Rantapallon kanssa työskentely on ollut toimivaa ja yritys ja sen yhteyshenkilö on erinomaisesti auttanut pääsemään toivottuun lopputulokseen. Toivon, että matkailukirjoitukset kiinnostavat lukijoita ja minusta on mielenkiintoista saada omia kirjoituksiani muiden luettavaksi. Olen työhön kokonaisuutena tyytyväinen ja uskon siitä olevan hyötyä seuraaville aiheita tutkiville ja aiheesta kiinnostuneille.



## Lähteet

### Kirjalliset lähteet

Ahtola, J., Kostiainen, A., Koivunen, L., Korpela, K. & Syrjänmaa, T. 2004. Matkailijan ihmeellinen maailma. Saarijärvi; SKS.

Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. Jyväskylä; Gummerus kirjapaino.

Dielemans, J. 2010. Tervetuloa paratiisiin. Keuruu; LIKE.

Flick, U. 2009. Qualitative research- edition 4. Lontoo; SAGE.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. Keuruu; Tammi.

Hemmi, J. & Vuoristo, K. 1993. Matkailu. Porvoo; WSOY.

Kananen, J. 2008. KVANTTI- Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä; Jyväskylän yliopistopaino.

Kurki, L. 2008. Innostava matkailu. Helsinki; Finn Lectura.

Lackman, P. & Verhelä, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo; WSOY.

Metsämuuronen, J. 2006. Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Jyväskylä; Gummerus kirjapaino.

Rouhiainen, M. 1994. Satumaa. Tampere; Tammer-Paino.

Staffans, A. & Merikoski, T. 2011. Miten kestävä matkailualue tehdään? Espoo; Painotalo Casper.

Teirilä, M. & Jyväsjärvi, E. 2001. Tutkielman tekijän työkirja. Vantaa; Finn Lectura.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä; Gummerus kirjapaino.

Vilkkä, H. 2007. Tutki ja mittaa. Jyväskylä; Tammi.

Vuoristo, K. 2002. Matkailun muodot. Porvoo; WSOY.

### Sähköiset lähteet

Finmatkat 2011. Viitattu 12.9.2011.  
<http://www.finmatkat.fi/35940/Kestava-matkailu/>

Matkailun edistämiskeskus 2011. Viitattu 7.9.2011.  
[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/MEK\\_Incentive-matkailustrategia\\_2004-2007?opendocument&ind=w5/mekfi/index.nsf&np=F-30](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/(pages)/MEK_Incentive-matkailustrategia_2004-2007?opendocument&ind=w5/mekfi/index.nsf&np=F-30)

Raikisto, H. 2011. Kehitysmaat ja kestävä matkailu- myönteisellä asenteella kohti muutosta? Joensuun yliopisto. Maantieteen laitos. Pro gradu- tutkielma. Viitattu 12.9.2011.  
[http://epublications.uef.fi/pub/URN\\_NBN\\_fi\\_joy-20070116/URN\\_NBN\\_fi\\_joy-20070116.pdf](http://epublications.uef.fi/pub/URN_NBN_fi_joy-20070116/URN_NBN_fi_joy-20070116.pdf)

Rantapallo 2011. Viitattu 10.10.2011.  
<http://www.rantapallo.fi/>

Painamaton lähde

Leena Alakoski 2011

Kuviot

Kuvio 1: Matkailuelinkeino .....	7
Kuvio 2: Matkailijan erilaisia rooleja matkailijana .....	13
Kuvio 3: Vastaajien sukupuolijakauma (n=100) .....	20
Kuvio 4: Vastaajien ikäjakauma (n=100) .....	20
Kuvio 5: Matkustaako alle 15- vuotiaiden lasten kanssa? (n=100) .....	21
Kuvio 6: Kuinka usein matkustaa ulkomaille? (n=100) .....	21
Kuvio 7: Mitkä tekijät vaikuttavat eniten lomalle lähtöön? (n=100) .....	22
Kuvio 8: Mitkä syyt vaikuttavat lomakohteen valintaan? (n=100) .....	23
Kuvio 9: Kestävän kehityksen vaikutus valintaan (n=100) .....	24

Taulukot

Taulukko 1: Vapaa-ajan matkustajan ja liikematkustajan erot .....	10
---	----

Liitteet

Liite 1: Kysely - Mitkä tekijät ohjaavat talvilomakohteen valinnassa?	
---	--

## Kysely - Mitkä tekijät ohjaavat talvilomakohteen valinnassa?

1. Oletko

Mies

Nainen

2. Ikäsi

0-17

18-30

31-50

51-70

yli 70 vuotta

3. Matkustatko alle 15- vuotiaiden lasten kanssa?

Kyllä

Silloin tällöin

En

4. Kuinka usein matkustat ulkomaille?

Harvemmin kuin kerran vuodessa

1-3 kertaa vuodessa

4-6 kertaa vuodessa

Enemmän

5. Mitkä syyt vaikuttavat eniten lomalle lähtösi? Valitse viisi (5) tärkeintä

Työ

Urheiluharrastukset

Lepo

Rentoutuminen

Kunnosta huolehtiminen

Teatterit

Konsertit

Kulttuuritapahtumat

Perinnematkailu

Harrastekurssit

Perheen ja sukulaisten tapaaminen

Viihde

Huvittelu

Ajanviete

Ostokset

Katsojatapahtumat

Huvittelukohteissa vierailu

Pyhiinvaellusmatkat

Hiljentymisen

Retriittimatkat

Uskonnolliset opintomatkat

6. Mitkä syyt vaikuttavat kohteen valintaan? Valitse viisi (5) tärkeintä

Matkan hinta

Kohteen hintataso

Ilmasto

Sijainti

Luonto

Kulttuuri

Tapahtumat

Seikkailu

Retket

Ruoka

Harrastusmahdollisuudet

Shoppaalamahdollisuudet

Trendikkyys

Lapsiystävällisyys

Illanviettomahdollisuudet

Tuttavien suositukset

Turvallisuus

Maailmanpoliittinen tilanne

Hyvät mahdollisuudet omatoimimatkailuun

Hyvä valmismatkapaketti

Matkan myyntiajankohta matkatoimiston puolesta

Matkakohteen esilläolo mediassa

Median antama kuva matkakohteesta

Kestävä kehitys ja ekologisuus

Muu mikä?

7. Kestävällä matkailulla tarkoitetaan vastuullista, ympäristön ja ilmaston huomioivaa matkailua. Kuinka paljon kestävä matkailu vaikuttaa talvilomakohteen valintaan?

Ei yhtään      Hieman      Jonkin verran      Paljon      Erittäin paljon

8. Miksi valitset ulkomaan talvilomakohteen mieluummin kuin kotimaan vastaavan?

9. Mikä saa valitsemaan viileämmän sijainnin talvimatkailukohteeksi rantaloman sijasta?

10. Mikä on unelmien talvilomakohteesi? Miksi?