

BUSSIMATKAILU ON HUOLETONTA MATKAILUA

Bussimatkalle osallistumisen syyt ja matkoihin
liitetyt arvostukset

Anssi Manninen

Opinnäytetyö
Helmikuu 2013

Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma, ylempi amk
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala



| | | |
|---|--------------------------------|---|
| Tekijä(t) MANNINEN, Anssi | Julkaisun laji Opinnäytetyö | Päivämäärä 4.2.2013 |
| | Sivumäärä 85 | Julkaisun kieli Suomi |
| | | Verkojulkaisulupa myönnetty (X) |
| Työn nimi BUSSIMATKAILU ON HUOLETONTA MATKAILUA Bussimatkoille osallistumisen syyt ja matkoihin liitetyt arvostukset | | |
| Koulutusohjelma Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma (ylempi amk) | | |
| Työn ohjaaja(t) TÖRN, Anne | | |
| Toimeksiantaja(t) Bussi-Manninen Oy | | |
| <p>Tiivistelmä</p> <p>Matkailijoiden matkustusmotivaatioita on tutkittu vuosikymmenien ajan eri näkökulmista, bussilla toteutettaville pakettimatkoille osallistuvien matkustajien näkökulmasta kuitenkin hyvin vähän. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää bussimatkoille osallistuvien matkustajien syitä matkoille osallistumiseen ja heidän bussimatkan eri osa-alueisiin liittämäään arvostuksia.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kyselylomaketutkimuksena. Lomakkeet jaettiin 395:lle kevään ja kesän 2012 aikana erityyppisille bussimatkoille osallistuneelle matkustajalle. Lomakkeita palautettiin yhteensä 355 kappaletta eli 90 % jaetuista. Kyselyssä kysyttiin matkailijoiden bussimatkailun määrää nykyisin ja tulevaisuudessa, tekijöitä, jotka vaikuttavat bussimatkan valintaan, bussimatkalle lähtemisen syitä ja esteitä sekä bussimatkan eri osa-alueisiin (kuljetus, opastus, käyntikohteet, ruokailut, majoitus) liitettyjä arvostuksia.</p> <p>Tutkimuksen tuloksissa nousivat esille bussimatkailun huolettomuus ja helppous, jotka olivat kaikissa eri osa-alueissa selkeästi tärkeimpiä tekijöitä kaikille vastaajaryhmille. Myös nauttimiseen liittyvät tekijät olivat vastaajille tärkeitä; mm. matkustusmukavuus, maisemista nauttimisen mahdollisuus ja palvelualltius arvostettiin korkealle. Bussimatkalle lähdeettäessä matkan kohde on tärkein valintaperuste noin 80 %:lle vastaajista. Tämä vahvistaa aiemmissa tutkimuksissa esiin nousutta tulosta siitä, että bussimatkailu on enemmän kohteista riippuvaa kuin moni muu matkailumuoto. Noin kolmannes vastaajista arvioi bussimatkailunsa lisääntyvän lähitulevaisuudessa, ja vain 4 % arvioi sen vähenvän.</p> <p>Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää bussimatkailua kehitettäessä. Kun tiedetään mitkä asiat ovat matkoille osallistuville tärkeitä, voidaan kohdistaa voimavaroja niihin ja saada matkustajat entistä tyytyväisemmiksi. Tyytyväinen asiakas todennäköisesti matkustaa uudelleen ja suosittelee tätä matkailumuotoa muillekin. Tuloksia voivat hyödyntää myös muut matkailutoimialan toimijat, esimerkiksi hotellit, ravintolat ja käyntikohteet kehittääkseen palveluitaan paremmin bussimatkoille osallistuvien tarpeita ja toiveita vastaaviksi.</p> | | |
| Avainsanat (asiasanat) bussimatka, linja-auto, matkailu, matkailumotivaatio, ryhmämatka, pakettimatka, kyselytutkimus | | |
| Muut tiedot | | |

| | | |
|---|--|---|
| Author(s) MANNINEN, Anssi | Type of publication Master's Thesis | Date 04022013 |
| | Pages 85 | Language Finnish |
| | | Permission for web publication (X) |
| Title A COACH TOUR IS A CAREFREE WAY TO TRAVEL Reasons for participating in a coach tour and values related to coach tours | | |
| Degree Programme Master's Degree Programme in Hospitality Management | | |
| Tutor(s) TÖRN, Anne | | |
| Assigned by Bussi-Manninen Oy | | |
| <p>Abstract</p> <p>The factors that motivate people to travel have been researched for decades, but motivators related to coach tours have attracted few researchers. The aim of the thesis was to find out the reasons why tourists participate in coach tours, and how they value the various items included in coach tours.</p> <p>The method of the research was a survey. The questionnaires were given to 395 passengers of 12 different coach tours in the spring and summer of 2012. As many as 355 (90 %) questionnaires were returned. The questions dealt with the frequency of the passengers' participation in coach tours now and in the future, factors that are important when choosing a coach tour, reasons why and why not to participate in a coach tour and the importance of factors concerning coach tours (transportation, guiding, accommodation, restaurants, destinations).</p> <p>The main findings of the research were that the coach tours are an easy and carefree way of traveling. Also the possibility to enjoy sceneries, services etc. was one of the main reasons to participate in a coach tour. The destination was the main factor when choosing a coach tour for 80 % of the respondents. About one third of the respondents thought that they would increase their frequency of participating in coach tours in the near future with only 4 % stating that they would decrease it.</p> <p>The results of the thesis can be used for developing both coach tours and the whole business of coach tourism. When the reasons for participating in coach tours and the factors that are important for the passengers are clear for everyone in the business, it will be easier to develop the products to meet the needs of the customers. A satisfied customer is more likely to also be a loyal customer. The results can also be used by other actors in the tourism industry, e.g. hotels, restaurants and destinations (museums etc.). They can also develop their services to better satisfy the coach tour participants they are serving.</p> | | |
| Keywords coach tour, bus, tourism, motivation, package tour, group tour, survey | | |
| Miscellaneous | | |

SISÄLTÖ

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | MISTÄ KAIKKI ALKOI? | 5 |
| 2 | MITÄ JO TIEDETTIIN? | 6 |
| 2.1 | Jo muinaiset kreikkalaiset..... | 6 |
| 2.2 | Osasivathan ne suomalaisetkin..... | 8 |
| 2.3 | Ryhmässä on mukavampaa | 10 |
| 2.4 | Mennään bussilla | 11 |
| 2.5 | Minne sitten mentäisiin? | 14 |
| 2.6 | Matkalle uutta oppimaan vai rentoutumaan? | 15 |
| 3 | MITÄ HALUTTIIN TIETÄÄ? | 19 |
| 4 | MIKSI TIETOA TARVITAAN? | 22 |
| 5 | MITEN TUTKITTIIN? | 23 |
| 5.1 | Menetelmän valinta | 23 |
| 5.2 | Kyselylomakkeen laadinta | 25 |
| 5.3 | Tutkimuksen otos..... | 27 |
| 5.4 | Lomakkeiden jakelu ja palautus..... | 28 |
| 5.5 | Tulosten käsittely | 29 |
| 6 | MITÄ SAATIIN SELVILLE? | 31 |
| 6.1 | Taustatiedot..... | 31 |
| 6.2 | Bussimatkoille osallistuminen | 32 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 6.2.1 | Kaikille bussimatkoille osallistuminen..... | 32 |
| 6.2.2 | Erytyypisille bussimatkoille osallistuminen | 34 |
| 6.2.3 | Matkaseura bussimatalla | 36 |
| 6.3 | Tekijät bussimatkaa valittaessa | 37 |
| 6.4 | Bussimatkailun määrä tulevaisuudessa..... | 38 |
| 6.5 | Bussimatkan eri osa-alueisiin liitetyt arvostukset..... | 39 |
| 6.5.1 | Kuljetus..... | 39 |
| 6.5.2 | Opastus bussimatkan aikana ja matkanjohtajan toiminta..... | 41 |
| 6.5.3 | Ruokailu- ja kahvipaikat | 42 |
| 6.5.4 | Käyntikohteet | 43 |
| 6.5.5 | Majoituspaikat..... | 45 |
| 6.6 | Bussimatkalle osallistumisen syitä | 47 |
| 6.7 | Bussimatkalle lähtemisen esteitä..... | 50 |
| 6.8 | Avoimen kysymyksen vastaukset..... | 51 |
| 7 | MITÄ OPIMME TÄSTÄ? | 53 |
| 7.1 | Vastaajien taustatekijät..... | 53 |
| 7.2 | Bussimatkoille osallistuminen | 54 |
| 7.3 | Bussimatkan valinta | 56 |
| 7.4 | Bussimatkailun määrä tulevaisuudessa..... | 57 |
| 7.5 | Bussikuljetukseen liittyvät tekijät | 58 |

| | | |
|------|--|----|
| 7.6 | Matkanjohtajan toiminta ja opastus bussimatkan aikana..... | 58 |
| 7.7 | Ruokailu- ja kahvipaikkoihin liittyvät ominaisuudet | 59 |
| 7.8 | Käyntikohteiden ominaisuudet..... | 60 |
| 7.9 | Majoituspaikan ominaisuudet | 61 |
| 7.10 | Bussimatkalle osallistumisen syytä..... | 63 |
| 7.11 | Bussimatkalle lähdön esteitä..... | 64 |
| 7.12 | Yhteenvetoa eri tekijöistä | 65 |
| 7.13 | Motivaatioteorioiden soveltuvuus bussimatkailuun | 67 |
| 8 | MITÄ VOIMME TEHDÄ? | 68 |
| 8.1 | Bussimatkailun vahvuuksien hyödyntäminen..... | 68 |
| 8.2 | Matkustajat ovat erilaisia | 70 |
| 8.3 | Matkan kohde tärkeintä | 71 |
| 9 | TUTKIMUKSESTA | 72 |
| 9.1 | Validiteetti ja reliabiliteetti..... | 72 |
| 9.2 | Tutkimuksen hyödynnettävyys | 74 |
| 9.3 | Jatkotutkimuksen aiheita | 75 |
| | LÄHTEET | 77 |
| | Liite 1. Saatekirje..... | 81 |
| | Liite 2. Kyselylomake..... | 82 |

KUVIOT

| | |
|---|----|
| KUVIO 1. Pearcen TCP-malli (travel career pattern) | 18 |
| KUVIO 2. Bussimatkan tuotantoprosessi | 21 |
| KUVIO 3. Bussimatkoille osallistuminen | 33 |
| KUVIO 4. Taustatekijöiden vaikutus bussimatkalle osallistumiseen | 34 |
| KUVIO 5. Erityyppisille bussimatkoille osallistuminen | 35 |
| KUVIO 6. Matkaseura/seurue bussimatkalla | 36 |
| KUVIO 7. Bussimatkaa valittaessa vaikuttavat asiat | 37 |
| KUVIO 8. Vastaajien arvio bussimatkailunsa määrästä lähitulevaisuudessa | 39 |
| KUVIO 9. Bussikuljetuksen eri ominaisuuksien tärkeys | 40 |
| KUVIO 10. Matkanjohtajan toimintaan liittyvien tekijöiden tärkeys | 41 |
| KUVIO 11. Ruokailu- ja kahvipaikkojen ominaisuuksien tärkeys | 43 |
| KUVIO 12. Käyntikohteiden ominaisuuksien tärkeys | 45 |
| KUVIO 13. Majoituspaikan ominaisuuksien tärkeys | 47 |
| KUVIO 14. Bussimatkan ominaisuuksien tärkeys | 49 |
| KUVIO 15. Bussimatkalle osallistumisen esteiden merkittävyys | 51 |

TAULUKOT

| | |
|--|----|
| TAULUKKO 1. Eri matkustusmuotojen piirteitä | 11 |
| TAULUKKO 2. Lomakkeiden jakelumäärät eri matkoilla | 29 |
| TAULUKKO 3. Vastaajien taustatiedot | 32 |

1 MISTÄ KAIKKI ALKOI?

Miksi joku ahtautuu vapaa-ajallaan vapaaehtoisesti jopa 40 – 50 itselleen ennestään täysin tuntemattoman ihmisen kanssa pienen kerrostalokaksion kokoiseen tilaan useaksi päiväksi, pisimmillään jopa kahdeksi viikoksi? Toisin sanoen lähtee bussimat- kalle.

Miksi jollakin bussimatalla matkalta palattaessa toisen ryhmän jäsenet ovat erittäin tyytyväisiä ja kiittelevät matkanjärjestäjää hyvästä kohteiden ja matkaohjelman va- linnasta, mutta seuraavana päivänä täysin samanlaiselta matkalta palattaessa toisen ryhmän jäsenet saattavat antaa huomattavasti kriittisempää palautetta, vaikka mat- kaohjelma ja olosuhteet olivat molemmille ryhmille samat?

Kolmannen polven linja-autoyrittäjänä nämä kysymykset ovat askarruttaneet minua pitkään, osittain jo lapsuudestani asti. Samat matkustajat, jotka olivat isäni kyydissä kun minä olin hänen mukanaan pikkupoikana, kulkevat yhä edelleen 30 vuotta myö- hemmin minun kyydissäni. Joku vetovoima bussimatkailussa täytyy olla. Osin tietoi- sesti ja osin tiedostamattani olen kerännyt pohjaa tälle tutkimukselle jo vuosien ajan havainnoiden asiakkaitteni käyttäytymistä bussimatkojen aikana. Kiinnostukseni eri tekijöiden vaikutuksesta bussimatkoille osallistuvien ihmisten matkaan kohdistamiin odotuksiin ja saatuihin kokemuksiin on lisääntynyt kokemuksen ja havainnoinnin myötä. Tämän opinnäytetyön tekemisen kautta sain mahdollisuuden ja resursseja tutkia bussimatkailuun vaikuttavia motivaatiotekijöitä systemaattisemmin ja laaduk- kaammin kuin vain arkipäivän havainnoinnin avulla.

Bussimatkailu on varsin vähän tutkittu matkailun ala, johtuen ainakin osittain siitä että ala on pienyritysvaltainen sekä Suomessa että paljolti myös ulkomailla. Koska bussimatkailun tilastointi on vähäistä ja sen taloudellisista vaikutuksista on rajoite- tusti tietoa, on myös bussimatkailuun liittyvä tutkimustoiminta kiinnostanut tutkijoita vähemmän kuin esimerkiksi massamatkailu etelän rantakohteisiin. Aikaisempien tut- kimusten vähäisyys tältä alalta antoi entistä enemmän innostusta tutkia tässä tutki- muksessa esiin tulevia bussimatkailuun liitettyjä arvostuksia ja motivaatiotekijöitä.

2 MITÄ JO TIEDETTIIN?

Jotta osataan suhtautua nykyaikaiseen matkailuun ja siihen liittyviin tekijöihin, on tunnettava hieman matkailun historiaa. Tämän luvun alussa on hyvin tiiviisti kuvattu matkailun syntyä ja kehitystä sekä Euroopassa että Suomessa. Ryhmä- ja bussimatkailun historia ja nykyaika sekä hieman matkailun tulevaisuuden näkymiä käydään myös läpi. Luvun loppuosassa matkailuun liittyvien motivaatioteorioiden avulla luodaan pohja tämän tutkimuksen varsinaiseen pääasiaan, eli bussimatkoille osallistuvien matkailijoiden odotuksien ja arvostuksien ymmärtämiseen.

2.1 Jo muinaiset kreikkalaiset

Ensimmäiset merkit matkailusta Euroopassa ovat muinaisen Kreikan ajoilta. Matkailu liittyi tuolloin lähes pelkästään uskonnon harjoittamiseen, ihmiset osallistuivat esimerkiksi uskonnollisiin festivaaleihin. Myöhemmin roomalaiset kehittivät matkailusta enemmän mielihyvätuotteen. He rakensivat matkailukohteita Rooman valtakunnan alueelle, sekä merenrannoille että sisämaahan. Kohteet yhdistivät rentoutumisen ja terveyden vaalimisen lämpimien lähteiden kylpylöissä. Näissä paikoissa matkailija pystyi myös irrottautumaan moraalisisista velvoitteistaan ja tuon ajan kirjoituksissa mainitaankin matkakohteissa olevan ”meluisia juhlia, runsasta juomista ja alastonuintia”. Myös tapa kiertää tutustumassa nähtävyyksiin, mm. kuuluisiin rakennuksiin, on roomalaisten kehittämä tapa. Roomalaiset käyttivät matkoillaan hyväksi sotajoukkoja ja kaupankäyntiä varten rakennettua tieverkostoa. (Swarbrooke & Horner 2007, 14–15.)

Pyhiinvaeltajat ovat olleet matkailun historian ajan merkittävä matkailijaryhmä ja huipussaan tämä matkailumuoto oli keskiajalla. Esimerkiksi vuonna 1300 Roomassa vieraili 300 000 matkailijaa, joka on senhetkiseen Euroopan asukaslukuun verrattuna huomattava määrä. Uskonnollisen matkailun rinnalle tuli keskiajan loppupuolella oppimiseen liittyvä matkailu. Euroopan sivistyneistöllä oli tapana lähettää jälkeläisensä jopa useita vuosia kestäneelle ”Grand Tourille”, jonka aikana kierrettiin ympäri

Eurooppaa tutustuen eri kulttuureihin ja samalla mm. uusia kieliä oppien. Romantii-
kan suosio taiteen saralla nosti myös luonnon ja maisemien ihailun yhdeksi matkailun
motivaation lähteeksi ja vielä nykypäivänä tämä on matkailun yksi suurimmista veto-
voimatekijöistä. Teollistumisen ja kaupungistumisen myötä Euroopassa myös terve-
ys- ja kylpylämatkailu koki uuden tulemisen 1500-1600 –lukujen aikana. (Mts. 15–
16.)

Nykyaikaisen matkailun perusta luotiin 1800-luvulla. Tuolloin rakennettiin ensimmäi-
set rautatiet ja teollistumisen myötä ihmisillä oli vapaa-aikaa ja rahaa käytettäväksi
matkailuun. Varsinkin rannikoiden kohteet houkuttelivat liikaisten kaupunkien asuk-
kaita virkistäytymään ja koska matkanteko oli rautateiden ansiosta entistä helpom-
paa, kasvoivat suosittu matkailukohteet vauhdilla. 1800-luvulla aloittivat myös en-
simmäiset matkanjärjestäjät toimintansa, Thomas Cook tunnetuimpana vuonna
1841. Matkanjärjestäjät antoivat apua matkan käytännön järjestelyissä ja tämä teki
matkailun mahdolliseksi myös kielitaidottomille tai muuten epävarmoille matkailijoil-
le ja tämän katsotaankin olevan nykyaikaisen pakettimatkailun perusta. (Mts. 17.)

1900-luvulla matkailijoiden tekemät matkat pidentyivät ja kohteita tuli lisää. Vuosi-
sadan alkupuolella kulkuvälineinä olivat laivat ja junat, joiden reitit olivat kuitenkin
joustamattomia. 1930-luvulta alkaen auton yleistyminen laajensi matkailua uusille
alueille, joihin yleiset kulkuneuvot eivät vieneet. Myös lentokoneen merkitys matkai-
lussa alkoi maailmansotien jälkeen kasvaa ja matkailijoiden tekemät matkat piteni-
vät. Matkailun kehittyminen massamatkailuksi vuosisadan puolivälistä eteenpäin oli
monien tekijöiden summa: ihmisten käytettävissä olevan varallisuuden määrä kasvoi,
kuljetusmuodot kehittyivät, vapaa-aika lisääntyi, koulutus parantui ja matkanjärjestä-
jien palvelut kehittyivät (mm. pakettimatkojen tarjonnan lisääminen). Aluksi massa-
matkailu suuntautui pääasiassa Etelä-Eurooppaan Välimeren alueelle, mutta vuosi-
kymmenien saatossa matkailukohteet ovat levittäytyneet ympäri maapalloa ja Eu-
roopan merkitys matkailukohteena on pienentynyt. (Mts. 17–18.)

Matkailu on nykyisin maailman suurin vientiteollisuuden ala ja yksi maailman tär-
keimpiä sosio-ekonomisia sektoreita. Noin 6–8 % maailman koko työllisyydestä on
matkailusta riippuvaista. Maanosana Eurooppa on edelleen matkailullisesti suurin

maailmassa, mutta nopeinta kasvu on Kaukoidässä. Kotimaan matkailu on globaalisti noin kymmenen kertaa suurempaa kuin kansainvälinen matkailu. Vain noin kolme prosenttia maailman väestöstä tekee kansainvälisiä matkoja. (MEK 2006, 14–15.)

2.2 Osasivathan ne suomalaisetkin

Suomessa matkailu oli keskiajalla lähinnä aatelisten ja muiden etuoikeutettujen yksinoikeus. Myös kauppiaat, oppineet, hallituksen kuriirit ja ulkomaiset diplomaatit matkustivat keskiajan loppupuolella ja uuden ajan alussa. 1200-luvulla sai alkunsa kestikievarilaitos, jolla luotiin, pakkokeinoin kylläkin, perusta maamme ravitsemus- ja majoituselinkeinolle. Kestikievarilaitos oli 1900-luvun alkupuolelle asti tärkeä osa matkailuverkostoa tarjoamalla varsinkin maaseudulla usein ainoan majapaikan ja kyytiapua seuraavaan kievariin asti. (Hemmi & Vuoristo 1993, 23.)

Matkailua Suomessa edisti mm. se, että Suomen maantieteestä, luonnosta ym. alettiin kirjoittaa 1700-luvulla esimerkiksi Suomen ensimmäisessä sanomalehdessä, *Tidningar utgifne af et Sällskap i Åbo*. Etenkin suomalaista sivistyneistöä alkoi kiinnostaa omaan maahan tutustuminen ja mm. Aavasaksan keskiyön auringosta tuli matkailijoille tärkeä kohde jo tuolloin 1700-luvulla. Useat tutkimusmatkailijat tekivät matkoja Lappiin ja kirjoittivat matkakertomuksia, jotka innoittivat yhä uusia matkailijoita tutustumaan Suomen luontoon, varsinkin juuri Lappiin. (Mts. 24–25.)

Kun Suomi liitettiin Venäjään 1809 suuriruhtinaskunnaksi, suomalaisista tuli ensimmäisen kerran Suomen kansalaisia. Kansallisaate voimistui vähitellen ja tähän liittyi maisemien ja luonnonnähtävyyksien ihailu sekä historiallisiin kohteisiin kuten linnoihin tutustuminen. Kirkot, kartanot ja taistelupaikat olivat myös mielenkiinnon kohteina. Kylpylätoiminta vahvistui merkittäväksi matkailijoita houkuttavaksi tekijäksi useilla paikkakunnilla, esimerkiksi Naantalissa ja Lappeenrannassa oli tunnetut kylpylälaitokset. (Mts. 25–28.)

Höyrylaivaliikenne aloitettiin 1830-luvulla, mutta matkailukäyttöön sitä alettiin hyödyntää paremmin vasta 1880-luvulla. Toinen matkailua alueellisesti 1860-luvulta lähtien laajentanut tekijä oli rautatieliikenteen aloitus. (Mts. 29–30.)

Suomen itsenäistymisen ja toisen maailmansodan välisenä aikana matkailu monipuolistui. Suosittua oli järvimatkailu, kylpylälomailu, lohenkalastus ja retkeily Lapissa niin kesällä kuin talvella. Tiestö alkoi kehittyä ensimmäisen ja toisen maailmansodan välisenä aikana ja mm. linja-autoliikenne yleistyi. Lisääntynyt linja-autoliikenne aiheutti järvi liikenteen vähenemisen. (Mts. 32–33.)

Toisen maailmansodan jälkeinen aika oli matkailun kannalta hiljaista aikaa. Suomalaiset keskittivät voimansa jälleenrakennukseen. Vasta 1950-luvulla, lähinnä Helsingissä pidettyjen olympialaisten ansiosta, alkoi matkailuala Suomessa elpyä. Liikennevälineet ja tiet alkoivat kehittyä, vuonna 1965 työaikalaki toi yhden päivän sijasta kaksi vapaapäivää viikkoon, lentokoneet ja laivat kehittyivät isommiksi ja nopeammiksi, matkailukohteet lisääntyivät. Myös suomalaisten ulkomaanmatkailu lisääntyi, aurinkomatkojen suosikkikohteena on tuosta lähtien ollut Espanja. (Mts. 33–38.)

Euroopan 27 maan kansalaisten matkailutapoja tutkittiin keväällä 2011 laajassa tutkimuksessa. Tutkimuksen mukaan suomalaiset ovat nykyisin ahkerimpia matkailijoita koko EU:n alueella, 89 % suomalaisista oli tehnyt yhden yön kestävän matkan vähintään kerran vuoden 2010 aikana kun keskiarvo koko 27 maan joukosta oli 73 %. Puolet suomalaisista oli tehnyt vuonna 2010 sekä alle neljän vuorokauden että yli neljän vuorokauden matkoja, vain norjalaiset yltyivät matkailussa suomalaisten ahkeruuteen. Sekä lyhyissä lomissa (alle 4 vuorokautta) että pitkissä lomissa (yli 4 vuorokautta) suomalaiset olivat kärjessä; 65 % tekee vuodessa vähintään kolme lyhyttä lomamatkaa ja 44 % tekee vuodessa vähintään kolme pitkää lomamatkaa. (Eurobarometer 2011, 9-14.)

2.3 Ryhmässä on mukavampaa

Bussimatkailu on aina myös ryhmämatkailua, vaikka usein matkustajat ovat varanneet matkan yksin. Bussimatkailu on myös lähes poikkeuksetta pakettimatkailua, jossa matka on suunniteltu etukäteen, palvelut on varattu ja maksettu etukäteen ja matkalla on mukana matkanjohtaja tai opas (myös bussinkuljettaja voi toimia matkanjohtajana). Se sisältää yleensä kuljetuksen, majoituksen, ruokailut sekä käyntikohteita. Englanninkielinen nimitys tällaiselle paketoitulle ryhmämatkalle on group package tour (GPT). (Meng 2010, 345.)

Ryhmämatkailua on usein pidetty kulttuurisidonnaisena, esimerkiksi aasialaisissa kollektiivisissa kulttuureissa ryhmämatkailu on ollut näihin päiviin asti erittäin suosittua. Yksilöllisyyden korostuminen on vähentänyt ryhmämatkailun suosiota viime aikoina myös näissä kulttuureissa. Tutkijat ovatkin sitä mieltä että ryhmämatkailua ei pitäisi tutkia niinkään matkailijan kulttuuritaustan mukaan, vaan erilaisten henkilökohtaisten taustatekijöiden, esimerkiksi sosiaalisten tai taloudellisten tekijöiden mukaan. (Meng 2010, 348.)

Ryhmämatkalle osallistumisen motiivit ovat monesti erilaiset kuin yksin matkustamiselle. Ryhmämatkalla on mahdollisuus uusiin ihmissuhteisiin, se on usein edullisempaa kuin samat palvelut itse ostettuna, palvelut on yhdistetty paketiksi (huolettomampaa), matkanjohtaja tai opas auttaa (säästää aikaa ja vaivaa) ja ryhmä tuo turvallisuutta. Ryhmämatkat ovat suosittuja erityisesti tietynlaisten matkailijoiden keskuudessa. Iäkkäämmät, kielitaidoltaan heikommat, ensikertalaiset ja yksinäiset matkailijat osallistuvat mieluummin ryhmämatkoille. (Chang 2007, 161–162.)

Sosiaalisten suhteiden luomisen mahdollisuus on monissa tutkimuksissa havaittu matkailun yhdeksi syyksi, etenkin ryhmämatkailun yhteydessä. Ryhmähenkeä kasvatetaan yhteinen tekeminen bussissa, ryhmäkuvien ottaminen ja yhteiset ruokailut. Ryhmähenki voi muodostua jopa niin vahvaksi, että matkan jälkeen kokoonnutaan yhteen muistelemaan matkaa ja katselemaan valokuvia yhdessä. (Chang 2007, 170.)

2.4 Mennään bussilla

Bussimatkailu alkoi kasvaa merkittävämmäksi matkailumuodoksi useimmissa Euroopan maissa 1930-luvulla. Termit vaihtelevat eri maissa, mutta yleisesti bussimatkailu jaetaan kahteen ryhmään, aikataulunmukaiseen liikenteeseen ja tilausliikenteeseen. Aikataulunmukaisia bussivuoroja ei aina lasketa mukaan matkailutoimialaan, koska ne eivät ole yleensä tarkoitettu pelkästään vapaa-ajan matkailijoille, vaan samoja palveluja käyttävät myös muut kuin matkailijat, esimerkiksi työmatkalaiset ja koululaiset. Tilausliikenne taas voi pitää sisällään useita erilaisia matkatyyppejä; esimerkiksi päivämatkat bussilla, pitkät bussikierrokset jopa useassa eri maassa, ryhmien opinto- tai ottelumatkat ja vaikkapa kaupunkien ”hop-on-hop-off”-kiertoajelut ovat tyyppisiä tilausbusseilla toteutettavia matkailun muotoja. (Page 2009, 184–185.)

Bussimatkailussa on tiettyjä ominaispiirteitä, jotka ovat mahdollisia vain tässä matkailumuodossa. Taulukossa 1 olen vertaillut eri kulkuneuvojen piirteitä matkailun kannalta. Kuten taulukosta havaitaan, ovat kaikki luetellut ominaisuudet mahdollisia vain tilausbussilla tehtävällä matkalla.

TAULUKKO 1. Eri matkustusmuotojen piirteitä.

| | Kävellen | Polkupyörä | Henkilöauto | Tilausbussi | Juna | Laiva | Lentokone |
|--------------------------------------|----------|------------|-------------|-------------|---------|---------|--------------|
| Matkaan lähtö läheltä kotia | kyllä | kyllä | kyllä | useimmiten | harvoin | ei | ei |
| Pääsee lähelle kohdetta | kyllä | kyllä | useimmiten | useimmiten | harvoin | harvoin | ei |
| Voi pysähtyä tarvittaessa | kyllä | kyllä | kyllä | useimmiten | ei | ei | ei |
| Ryhmä (>5hlöä) samalla kulkuneuvolla | kyllä | ei/kyllä | harvoin | kyllä | kyllä | kyllä | kyllä |
| Yli 100km päivämata mahdollinen | ei | harvoin | kyllä | kyllä | kyllä | kyllä | kyllä |
| Matkatavaroiden kuljetus helppoa | harvoin | harvoin | useimmiten | useimmiten | harvoin | harvoin | rajoitetusti |

Bussimatkailua pidetään tehokkaana tapana vieraillla useassa kohteessa samalla matkalla ja turvallisenä matkustusmuotona vieraisiin kulttuureihin. Bussimatkalle osallistuvat ovat usein iäkkäämpiä matkustajia, jotka etsivät viihtyvyyttä, turvallisuutta ja

muiden matkustajien seuraa. Useimmiten matkalla on mukana matkanjohtaja, jonka osuus matkan onnistumisessa on merkittävä. Bussimatkat ovat pakettimatkailun yksi muoto, jossa matkanjärjestäjä yhdistää kuljetuksen, majoituksen ja muut tarvittavat palvelut yhdeksi paketiksi, jonka myy itse tai matkatoimiston kautta kuluttajalle. On tutkittu että bussimatkailu on kohteesta riippuvaisempaa kuin muu ”massamatkailu”, jossa kohteet ovat helpommin korvattavissa ja matkanjärjestäjät keskittyvät enemmän matkailijoiden brändiuskollisuuteen kuin kohdeuskollisuuteen. (Becken 2005, 23–24.) On tutkittu, että bussimatkailussa sen eri elementit ovat riippuvaisia toisistaan ja bussimatkojen kehittämisessä pitäisikin keskittyä koko paketin sisältöön eikä yhteen ominaisuuteen, kuten vaikkapa hintaan (Downward & Lumsdon 1999, 166).

Koska bussimatkailun määrittäminen ja rajaaminen on vaikeaa, myöskään tarkkoja tilastoja sen merkityksestä ja kehityksestä ei ole saatavilla. Bussimatkailualaa pidetään yhtenä matkailun ja kuljetuksen alan vähiten tutkittuna alana (Downward & Lumsdon 1999, 159). Tilausliikenteen toimiala on useissa maissa pienten bussiyritysten hoitamaa ja tämä vaikeuttaa kattavien tilastojen saamista toimialan suoritteista ja vaikutuksista. Karkeidenkin arvioiden perusteella ala on kuitenkin merkittävä matkailun toimiala monessa maassa. Esimerkiksi Iso-Britanniassa bussimatkailualan arvioidaan olevan vuosittain noin 2–4 miljardin punnan suuruinen 11 miljoonalla myydylä lomalla (Page 2009, 185). Matkailun vaikutukset esimerkiksi kohdepaikkakuntien talouteen ovat merkittäviä. Yhdysvalloissa tehdyn tutkimuksen mukaan bussiryhmän yhden yön yöpyminen paikkakunnalla voi tuoda jopa 5 000–13 000 dollarin tulot paikkakunnalle, mm. majoitus, ruokailut, pääsymaksut, ostokset, matkamuistot, muut palvelut ja verot jättävät matkailijoiden rahoja kohteeseen (The 2011–2012 Travel & Tourism Market Research Handbook, 177). Suomessa on tilastoitu lähinnä vain matkustajamääriä ja ajettuja kilometrejä, nämäkin koko tilausliikenteen osalta erittelemättä varsinaista bussimatkailua. Suomessa vuonna 2009 muu kuin säännöllinen tilausliikenne kuljetti 10,6 miljoonaa matkustajaa, joten vaikka tästä vain osa on varsinaista bussimatkailuksi luettavaa matkailua, voidaan sen arvioida olevan Suomessa kymmenien miljoonien euron arvoinen toimiala. (LVM 2011.)

Bussimatkailu on viime vuosina kehittynyt valtavasti Euroopassa, Pohjois-Amerikassa, Uudessa-Seelannissa ja Australiassa. Bussit ovat kehittyneet; matkustusmukavuus on business-luokan tasoa, busseissa on WC, ilmastointi ja muut nykyajan varusteet. Hotellit ovat paremmilla sijainneilla, ruoat monipuolisempia ja aikataulut joustavia. Matkustajista on tullut laatutietoisempia ja hyvää palvelua vaativia. Suurten ikäluokien matkustuksen lisääntyminen tuo bussimatkailualalle uusia asiakkaita, varmasti osa 60 – 70 –luvulla ”reppureissaajina” Eurooppaa kiertäneistä haluaa nähdä samoja paikkoja uudelleen, nyt mukavasti ja laadukkaasti. (Travel Weekly 2007, 20–21.)

Alaa on Euroopassa viime vuosina osittain syöneet halpalentoyhtiöt, mutta varsinkin laadukkaammat bussimatkat ovat potentiaalinen kasvun kohde. Ikääntyvä väestö kasvaa, jolloin esimerkiksi hyvin varustellut bussit ovat merkittävämmässä asemassa. Bussimatkailu on monissa maissa ollut epätasa-arvoisessa asemassa muuhun tuettuun liikenteeseen (lähinnä rautatiehen) nähden, mutta tämä näyttää muuttuvan. Myös Euroopan bussiliikenteen rajoitusten väheneminen, jolloin yritykset pääsevät helpommin toisen maan markkinoille, todennäköisesti tuo uusia palveluinnovaatioita myös bussimatkailuun. (Page 2009, 188.)

Koska bussimatkailuala on pääosin pienyritysvaltainen, myös alan tieteellinen tutkimustoiminta on ollut hyvin vähäistä, varsinkin Suomessa. Linja-autoliitto ja Suomen matkatoimistoalan liitto tekivät syksyllä 2011 tutkimuksen koskien suomalaisten bussimatkailua. Tutkimuksessa kysyttiin bussimatkailuun liittyviä kysymyksiä 1770 kuluttajalta ja 100 matkatoimiston tai matkanjärjestäjän edustajalta. Kysymykset koskivat bussimatkoille osallistumista, mielikuvia bussimatkailusta sekä mm. bussimatkailun markkinoinnin löydettävyyttä. Bussimatkan toteuttamisen eri osa-alueisiin ei ko. tutkimuksessa paneuduttu. (Bussimatkailututkimus 2011.) Myös lehdistössä bussimatkailu on jäänyt varsin vähälle huomiolle. Muutamia artikkeleita on bussimatkailusta kirjoitettu, mm. Yhteishyvässä (Juntunen 2011) käsiteltiin bussimatkailun etuja otsikolla ”Mennään bussilla”. Artikkelissa nousivat esille matkustajien kommentit bussimatkustamisen helppoudesta, edullisuudesta ja ryhmässä muodostuvasta sosiaalisuudesta.

2.5 Minne sitten mentäisiin?

Matkailu on tällä hetkellä maailman suurin vientiteollisuusala. Kansainvälinen matkailu on kasvanut vuodesta 1950 vuoteen 2004 mennessä 25-kertaiseksi ja kasvun odotetaan jatkuvan noin 4 % vuosivauhdilla vuoteen 2020 saakka. (MEK 2006, 14–16.) Matkailu- ja ravintola-ala on yhä tärkeämpi työllistäjä Suomessa teollisuuden työpaikkojen kadotessa. Alalle odotetaan muodostuvan 50 000 uutta työpaikkaa vuoteen 2020 mennessä. (Vartiainen 2012.)

Matkailun tulevaisuuteen vaikuttavia megatrendejä ovat Heinosen (2009) mukaan mm. ilmastonmuutos, globalisaatio ja terrorismi, teknologian nopea kehitys, väestön vanheneminen sekä yksilöllistyminen ja erilaistuvat elämäntyylit:

Ilmastonmuutos

Ilmastonmuutoksen hillitsemien ja siihen sopeutumien ovat globaali haaste, joka koskettaa myös matkailualaa. Hiilidioksidipäästöt on saatava kuriin ja energian kulutus pienemmäksi. Koska ilmastonmuutos ja sen hillitseminen maksavat, tulee myös matkailu kallistumaan ja tämä taas saattaa vähentää matkustamista. Myös kuluttajien tietoisuus ympäristöasioista kasvaa ja tämä saattaa vaikuttaa heidän matkustustapoihin ja -haluihin.

Globalisaatio

Talouden, teknologian, viestinnän, kulttuurin sekä monella muulla alalla jatkuva globalisaatio sisältää hyötyjä ja haittoja. Matkailu laajenee yhä uusille alueille ja samalla myös sen lieveilmiöt leviävät (mm. ympäristön saastuminen). Myös erilaiset mellakat ja terrorismi lisääntyvät, usein ilmastonmuutoksen seurauksena. Lisääntyvä terrorismi vaikuttaa matkailuun vähentäen ainakin hetkellisesti terrorismin kohteeksi joutuneen kohteen houkuttavuutta. Erityisesti lentoliikenne kärsii terrorismista.

Teknologian nopea kehitys

Nopea kehitys erilaisissa teknologisissa järjestelmissä ja laitteissa vaikuttaa matkailuun monella tavalla. Matkanteko ja ajoneuvot kehittyvät entistä nopeammiksi ja

ympäristöystävällisimmiksi. Erilaiset virtuaalimaailmat saattavat korvata matkailukohteita, matkailijan ei tarvitse edes poistua kotoaan kokeakseen erilaisia elämyksiä.

Väestön vanheneminen

Kehittyneissä teollisuusmaissa väestö ikärakenne muuttuu vanhemmaksi lähivuosina. Osa senioriväestöstä on liikkumatonta, mutta osa liikkuu ja matkailee sitäkin enemmän. Suuri osa teollisuusmaiden iäkkäämmästä väestöstä on varakasta ja tämä lisää potentiaalisten matkailijoiden määrää.

Yksilöllistyminen ja erilaistuvat elämäntyyli

Varallisuuden kasvu johtaa myös ihmisten tapojen yksilöllistymiseen ja elämäntyylien erilaistumiseen. Asioista haetaan merkitystä ja omaa identiteettiä ilmaistaan kaikissa toiminnoissa. Matkailussa siirrytään entistä enemmän passiivisesta rantalomailusta aktiiviseen elämysten hakemiseen.

Matkailun heikkoja signaaleja ovat Heinosen (2009) mukaan avaruusmatkailu, eko- ja extremematkailun nousu, matka päämäärää tärkeämpi, kodinvaihto (asumisen ja matkailun fuusio) sekä hitauden nouseva vallankumous. Hänen mukaansa tietoyhteiskuntaa seuraa elämysyhteiskunta, jossa tuotteista, palveluista ja toiminnasta haetaan elämyksiä. Massaelämystuotannosta siirrytään räätälöityyn elämystuotantoon.

2.6 Matkalle uutta oppimaan vai rentoutumaan?

Matkailijoiden matkustamisen syyt ja motivaatiot on monimutkainen tutkimuksen aihe. Jo pelkkä matkailun määrittelemisen on vaikeaa ja matkailun muotoja on paljon. Matkalle lähdetään mm. ammatin takia (liikematkat), vierailemaan sukulaisilla tai ystävillä (engl. VFR = visiting friends and relatives), uskonnollisista syistä (mm. pyhiinvaellus), uutta oppimaan (mm. opintomatkat), tutustumaan eri kulttuureihin, maisemia ihailemaan, nauttimaan (hedonismi), osallistumaan aktiviteetteihin (golf, sukellus), harrastamaan (maalaukset, ruokakulttuuri) tai hakemaan terveyttä (kylpylät, terveyspalvelut). (Swarbrooke & Horner 2007, 12–33.) Matkailumotivaatiot kiinnostavat monia matkailun toimijoita eri syistä; itse matkailijaa itsensä tuntemisen takia,

julkista hallintoa matkailun vaikutusten suunnittelun takia, matkailualan yrittäjiä markkinointi- ym. toimintojen tehostamisen takia ja tutkijoita matkailu-ilmion ymmärtämisen takia (Pearce 2005, 6–7).

Matkailu tuotteena on niin monimutkainen, että myös matkailuun liittyvä kuluttajakäyttäytyminen on monimutkaista. Matkailun tuotteet voidaan myydä erikseen tai useita palveluita paketoituna yhteen. Myyjänä voi olla joko itse tuottaja (esim. hotelli) tai joku välittäjä (matkatoimisto). Ne ovat yleensä aineettomia, varastoimattomia, heterogeenisiä ja matkailutuote on yleensä vain ajallinen oikeus käyttää jotain palvelua (esim. hotellihuone). Tuotteen myyjä ei välttämättä täysin pysty vaikuttamaan myymänsä tuotteen sisältöön, koska itse myyjä ei välttämättä tuota mitään osaa varsinaisesta tuotteesta (kuljetus, hotelli, ravintola, uimaranta..). Kuluttajilla on usein suuria odotuksia matkailutuotteita kohtaan, koska matka voi olla ainutkertainen ostos vuoden mittaan ja siihen voidaan säästää varoja jopa usean vuoden ajan. (Swarbrooke & Horner 2007, 48.)

Matkailumotivaation vaikuttavat tekijät voidaan jakaa kahteen ryhmään; tekijät jotka saavat ihmisen lähtemään matkalle ja tekijät jotka saavat ihmisen matkalle lähtiesään valitsemaan tietyn matkustustyyppin, kohteen ja ajankohdan. Useat motivaation lähteet kuuluvat molempiin ryhmiin ja eri ihmisillä eri asiat vaikuttavat eri tavalla. Joitain päätyyppejä voidaan tekijöistä erotella (Swarbrooke & Horner 2007, 54):

Fyysiset tekijät: lepo, terveys, kunnon kohottaminen, rusketus, seksi

Tunteisiin vaikuttavat tekijät: nostalgia, seikkailu, pako, fantasia, henkinen täyttymys, romanttisuus

Kulttuuriset tekijät: uusien kulttuurien näkeminen, sightseeing

Status-tekijät: yksilöllisyys, muodikkaus, kulutusmahdollisuus

Itsensä kehittäminen: uuden oppiminen, tiedon lisääminen

Henkilökohtaiset tekijät: sukulaisten/ystävien tapaaminen, uusien ystävyssuhteiden luominen, muiden miellyttämisen tarve

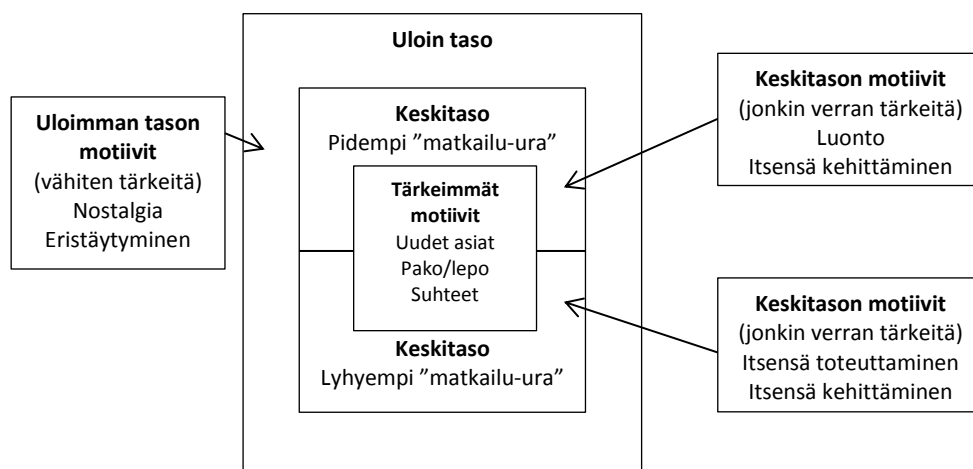
Aikaisimmat matkailun motivaatioita tulkinneet teoriat pohjautuivat Maslow:n 1950-luvulla esittämään tarpeiden hierarkiaan. Tästä kehittyi teoria työntö- ja veto voimista

(push/pull factors), jotka vaikuttavat matkailijaan. Matkailijaa työntää matkalle esimerkiksi levon, jännityksen tai oppimisen tarve. Vetovoimatekijöitä ovat taas esimerkiksi kohteen imago, tapahtumat, matkan hinnoittelu tai vaikkapa aurinko. Näistä teorioista kehitettiin edelleen mm. Plogin toimesta 1970-luvulla teoria, joka perustuu matkailijoiden lajitteluun psyykkisten ominaisuuksien mukaan. Toisessa ääripäässä ovat psykosentrikot, jotka ovat epävarmoja matkustajia, valitsevat kohteen joka muistuttaa kotioloja ja käyvät usein samassa kohteessa. Toinen ääripää ovat allosentrikot, jotka taas matkailevat omin päin ja etsivät seikkailuja. Ääripäiden välillä on suurin osa matkailijoista. Heille käyvät tutut kohteet, mutta he saattavat myös käydä samoissa, ei niin tunnetuissa, kohteissa kuin allosentrikot. (Page 2009, 96–97.)

Matkailumotivaatioiden tutkimus on kehittynyt viime aikoina ja on huomattu että matkailijoiden motivaation lähde voi olla samalla henkilöllä eri matkoilla erilainen. Decropin (2000, 229) mukaan muille kuin liikematkustajille jo itse matkustaminen on osa lomaa, ei pelkkä kohteessa olo. Hänen mukaansa paras tapa matkailijoiden lajittelussa on elämänvaiheeseen perustuva lajittelu (life-cycle/domestic age). Matkailun syyt vaihtelevat sen mukaan missä vaiheessa elämänsä matkailija on (lapsi-nuori-nuori aikuinen-perheellinen aikuinen-aikuinen, jonka lapset ”lentäneet pesästä”-eläkeläinen). (Decrop 2000, 231, Cooper 2004, 117.) Decropin (2000, 242) mukaan päätöksentekoprosessiin vaikuttavat elämänvaiheen lisäksi myös sukupuoli ja ammatti, ikä, tunteet ja järki sekä onko brändiuskollinen vai hakeeko vaihtelua.

Pearce (2005, 52–53) kehitti 1980-luvulla Maslow:n tarvehierarkiaan perustuen viisiportaisen matkailijan ”matkailu-uraan” perustuvan teorian (TCL = travel career ladder), jossa matkailumotivaatio muodostui viidestä portaasta: levon tarve, turvallisuuden tarve, ihmissuhteiden tarve, itsensä kunnioittamisen/kehittämisen tarve ja omatoimisuuden tarve. Mallissa ajateltiin matkailijan nousevan portaissa ylöspäin sitä mukaa kun kokemukset matkailusta kasvavat ja usean tarpeen olevan samanlaisia, mutta yhden niistä olevan voimakkain. Porras-malli oli ensimmäinen joka otti huomioon matkailumotivaation dynaamisuuden, eli motivaation muuttumisen ajan kuluessa. Malli sai kritiikkiä hierarkkisuudestaan ja tämän johdosta Pearce (2005, 55–80) kehitti malliaan ja päätyi matkailu-ura –malliin (TCP = travel career pattern), jossa

motivaatioon liittyvät tekijät on eroteltu kolmeen kerrokseen hieman erilalla. Matkailukokemuksista riippumatta hänen mukaansa tietyt ja tärkeimmät päämotivaation lähteet (ylin kerros) ovat kaikilla samat (uutuus, pako, lepo, suhteet), samoin kuin vähiten vaikuttavat, eli alimman tason tekijät (nostalgia, eristäytyminen). Sen sijaan keskimmäisen tason tekijät, eli tekijät joilla on kohtuullisen suuri vaikutus, vaihtelevat matkailukokemuksen mukaan siten että matkailukokemuksen karttuessa mm. uuden oppimisen halu vaihtuu usein esimerkiksi maisemien ja luonnon ihailuun.



KUVIO 1. Pearcen TCP-malli (travel career pattern) (2005, 79)

Viimeaikoina TCP-malli on ollut suosittu matkailumotivaatioita tutkittaessa. Kiinnostusta on herättänyt "matkailu-uran" määrittely. Tutkijoiden mielestä pelkkä ikä ei riitä uran määrittelyssä, koska eri-ikäisillä voi olla hyvin paljon eroa matkailukokemusten määrässä. Tutkimuksissa uran määrittelyssä on iän lisäksi otettu mukaan mm. ulkomaille tehtyjen matkojen määrä, matkoilla vietetty aika ja käytyjen kohteiden määrä. (Paris & Teye 2010, 250.)

Cooperin (2004, 766) mukaan muutokset ympäröivässä maailmassa ovat luomassa uudenlaisen matkailijan. Tämä uudenlainen matkailija on tiedostavampi, arvostelukykyisempi, laatuhaikuisempi ja ainakin kehittyneissä maissa iäkkäämpään väestöön kuuluva. Matkailun motivaatio muuttuu passiivisesta rannalla löhöilystä uuden oppimiseen ja uteliaisuuteen. Muutoksen taustalla on osittain aiemmilta matkoilta ker-

tynyt kokemus; matkailijoista on tullut entistä kokeneempia, kielitaitoisempia ja parempia pärjäämään vaativissakin oloissa vieraisissa kulttuureissa. Matkailutuotteet sulautuvat uudenlaisen matkailijan tarpeiden mukaan opettamisen ja viihdyttämisen kanssa (engl. education, entertainment -> info-tainment, edu-tainment).

Matkailumotivaatioiden tutkintaa vaikeuttaa vielä yksi matkailun erityispiirre; matkalle lähdetään hyvin usein yhdessä jonkun tai joidenkin kanssa. Tällöin matkalle lähtöön vaikuttaa vielä useampi seikka ja kaikkien matkalle lähtijöiden on kenties tehtävä myönnytyksiä omien tarpeidensa ja halujensa suhteen ja otettava huomioon matkakumppanin mielipiteet. (Hanefors & Mossberg 2000, 200.)

Matkalle lähtemisen esteitä on myös tutkittu. On löydetty useita asioita, jotka estävät tai rajoittavat matkailua yksilön näkökulmasta. Esteitä voivat olla mm. se, että matkailu vaatii tietyn määrän varallisuutta, ajanpuute, fyysiset esteet (sairaus, vamma), perhetilanne, kiinnostuksen puute ja pelko. Monesti nämä esteet vieläpä kasautuvat samalle henkilölle, eli jollakin voi useampi edellä mainituista syistä estää matkailun. (Cooper 2004, 120.)

3 MITÄ HALUTTIIN TIETÄÄ?

Matkailumotivaatiota tutkittaessa motivaatiotekijät jaetaan yleensä kahteen ryhmään (Swarbrooke & Horner 2007, 53):

1. tekijät, jotka saavat ihmisen lähtemään matkalle sen sijaan että tekisi jotain muuta
2. tekijät, jotka vaikuttavat siihen miksi ihminen matkalle lähtiessään valitsee tietyn kohteen, ajankohdan tai matkustustavan

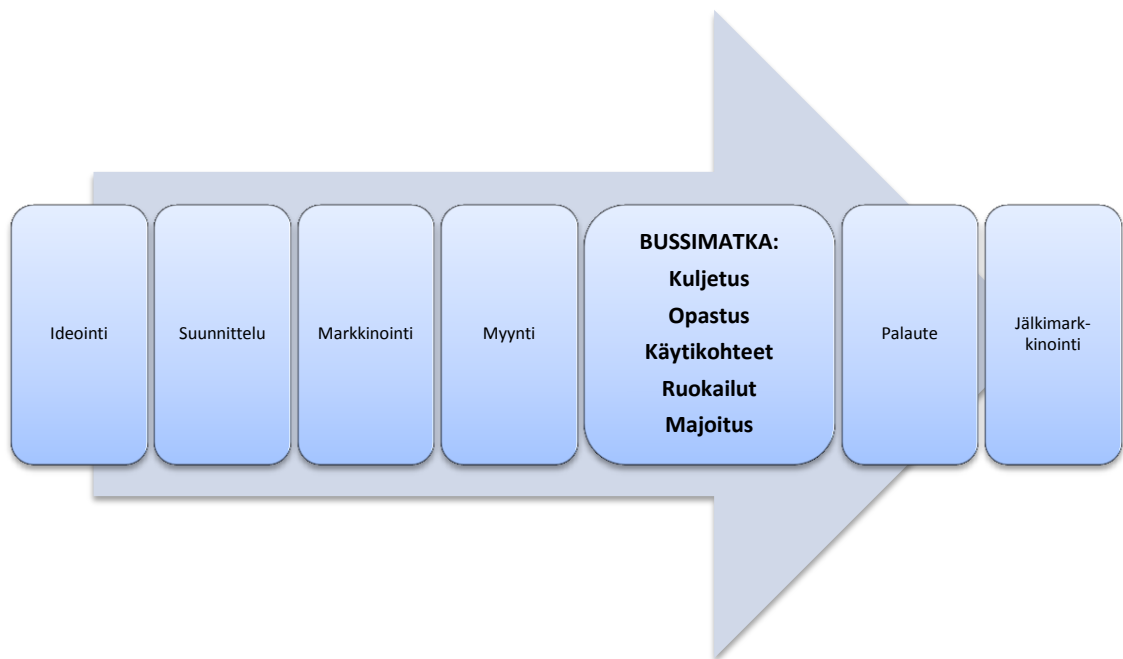
Tässä opinnäytetyössä käsitellään bussimatkailua molemmista näkökulmista, mutta keskitytään lähinnä jälkimmäiseen kysymykseen, eli ei haluta niinkään tietää miksi

jonkun muun vapaa-ajantoiminnon sijaan ihmiset lähtevät matkalle, vaan miksi matkalle lähtiessään he valitsevat juuri bussimatkan.

Tutkimusongelmana tässä tutkimuksessa on selvittää bussimatkoille osallistuvien matkustajien bussimatkalle osallistumiseen vaikuttavia tekijöitä sekä bussimatkan eri osa-alueisiin kohdistettuja arvostuksia ja odotuksia. Tutkimuskysymyksiksi voidaan tiivistää kaksi kysymystä:

1. Mitkä tekijät ovat matkustajalle tärkeitä hänen tehdessään päätöstä bussimatkalle lähdöstä ja mitkä tekijät bussimatkailussa ovat niitä, jotka saavat matkustajan valitsemaan juuri tämän matkailumuodon?
2. Mitkä bussimatkan eri osiin liittyvät tekijät ovat matkustajalle tärkeitä bussimatkalla ollessa?

Tutkimus on rajattu koskemaan bussimatkan tuotantoprosessista vain varsinaista bussimatkan toteutusosaa (ks. kuvio 2), eli ajanjaksoa siitä kun matkustaja astuu bussiin, siihen kun hän matkan lopuksi jää kotipysäkille. Bussimatkan prosessin muiden osien, eli ideointi-, suunnittelu-, markkinointi-, myynti-, palaute- ja jälkimarkkinointitoimenpiteiden rajaamisella tutkimuksen ulkopuolelle voidaan keskittyä paremmin itse bussimatkatuotteen sisältöön. Kuten myöhemmin selviää, itse bussimatkakakin on varsin monimutkainen tuote, joten siinä on riittävästi tutkittavaa tähän opinnäyte-työhön käytettävissä oleviin resursseihin nähden.



KUVIO 2. Bussimatkan tuotantoprosessi.

Tutkimus on rajattu koskemaan bussimatkoja, joissa itse kulkuneuvo on yksi tärkeä osa matkaa, eli matkaa ei voisi toteuttaa samanlaisena millään muulla kulkuvälineellä ja tämän lisäksi matka sisältää käyntikohteita, ruokailupaikkoja ja mahdollisesti useampia majoituspaikkoja. Tämä rajaa tutkimuksen ulkopuolelle esimerkiksi laivaristeilymatkat, joissa bussi vain vie matkustajat satamaan ja hakee pois ja suurin osa ajasta vietetään laivalla. Myös bussilla toteutettavat hiihtomatkat ja konsertti- tai teatterimatkat on rajattu tämän tutkimuksen ulkopuolelle, koska niissä bussi on pääasiassa vain keino päästä itse kohteeseen (konsertti, teatteri, Lapin hanget jne.). Tutkimuksen tulokset ovat kuitenkin hyvin sovellettavissa ja hyödynnettävissä myös tutkimuksen ulkopuolelle rajattujen bussimatkojen kehittämisessä.

4 MIKSI TIETOA TARVITAAN?

Oma yritykseni Bussi-Manninen Oy on toiminut Ruovedellä vuodesta 1926 alkaen. Jo yrityksen toiminnan ensimmäisestä päivästä lähtien toimialaan on kuulunut säännöllisen aikataulun mukaisen linjavuoroliikenteen lisäksi matkustajien kuljettaminen valmiina ryhminä tilausajojen muodossa eri kohteisiin Suomessa ja ulkomailla. Nämä kaksi toimialaa, säännöllinen linjavuoroliikenne ja tilausajot, olivat yrityksen ainoat toiminnan muodot 1990-luvulle asti. Tällöin, yrityksen kolmannen sukupolven tullessa mukaan yrityksen toimintaan, alkoi bussilla toteutettavien valmismatkojen järjestäminen.

Toimintaympäristön muutos on ollut linja-autoliikenteelle viimeisen 20 vuoden aikana merkittävä. Euroopan Unioniin liittymisen myötä linja-autoliikenteen sääntely purettiin Suomessa 1990-luvun puolivälissä ja alalle on tämän jälkeen tullut satoja uusia yrityksiä. Tämä on lisännyt kilpailua lähinnä tilausajosiakkaista, koska linjavuoroliikenteen sääntely on suurelta osin säilynyt viime vuosiin asti. Maaseudun autioituminen ja henkilöautojen lisääntyminen on aiheuttanut säännöllisen joukkoliikenteen, pääosin linja-autoliikenteen, vähenemisen yhä kiihtyvällä vauhdilla suurten kaupunkiseutujen ulkopuolella. Maaseudun linja-autoyritysten on ollut pakko etsiä uusia toiminnan muotoja pitääkseen toimintansa kannattavana. Moni yritys onkin perustanut joko oman erillisen yrityksen bussimatkojen järjestämistä varten tai aloittaneet bussimatkojen järjestämisen oman toimintansa ohella.

Omassa yrityksessäni bussilla tehtävien valmismatkojen järjestämistä varten perustettiin vuonna 1995 oma yritys, joka vuonna 2002 yhdistettiin toiminnan järkevöittämiseksi vanhaan bussiyhtiöömme. Kahden viimeisen vuosikymmenen aikana on bussilla toteutettavien valmismatkojen järjestämisestä tullut yhä merkittävämpi osa yrityksemme toimintaa. Vuonna 2011 yhtiömme järjestämille bussimatkoille osallistui noin 8 200 matkustajaa ja matkojen myynti oli arvoltaan noin 1,1 miljoonaa euroa. Bussimatkojen myynnin osuus on noin 60 % koko yrityksemme liikevaihdosta (n. 1,8 milj. EUR v. 2011), joten bussimatkojen järjestämisen voidaankin katsoa olevan nykyisin päätoimialamme. Pääosa matkojemme asiakkaista tulee Pirkanmaan

maakunnan alueelta, jonkun verran myös pääkaupunkiseudulta ja muualta Etelä-Suomesta. Yrityksemme järjestää bussimatkoja sekä yksittäisille matkustajille että valmiille ryhmille, jotka voivat varata koko bussin ryhmälleen tai osallistua osana yleisesti myynnissä olevaan matkaamme.

Matkailualalla niin kuin muillakin palvelualoilla asiakkaan käyttäytymisen tunteminen on liiketoiminnan jatkumisen ja menestymisen kannalta ensiarvoisen tärkeää. On tärkeä ymmärtää kuinka psykologinen prosessi vaikuttaa matkailijan kohdevalintaan tai tietyn matkailutyyppin valintaan. Tehokas markkinointi edellyttää ostajan motivaatioiden ja päätösprosessin tuntemista. (Hudson & Gilbert 2000, 137.) Mielikuvat ja käsitykset kohteesta ovat tärkeä osuus matkailijan valintaprosessista. Odotusten ja käsitysten tunteminen on matkailijan päätösprosessin ymmärtämiselle tärkeää. (Ateljevic 2000, 193–195.) Markkinoinnissa voidaan käyttää hyväksi tietoa tietyn asiakasryhmän matkustamisen tarpeista ja odotuksista suunnittelemalla viestintä tämän tiedon pohjalta kohtaamaan entistä paremmin juuri heidän tarpeensa ja odotuksensa (Chang 2007, 162).

Matkalle lähteminen on usein yksi vuoden odotetuimpia tapahtumia ja pidemmät matkat saattavat vaatia kohtuullisen suurien summien sijoittamista, varsinkin jos matkalle lähtijöitä on useampia. Vain tuntemalla asiakkaan tarpeet, arvostukset ja odotukset palvelua kohtaan voidaan tarjota sellaista palvelua että asiakas on tyytyväinen ja varmemmin käyttää samaa palveluntarjoajaa uudelleen. (Chang 2007, 157.)

5 MITEN TUTKITTIIN?

5.1 Menetelmän valinta

Tutkimuksessa käytettävän menetelmän valintaan vaikuttaa moni asia. Tutkimuskysymys, aiemmat tutkimukset, tiedon saatavuus, käytettävissä olevat resurssit (aika, raha, työvoima), haluttu tulosten luotettavuus ja yleistettävyyys, eettiset kysymykset

sekä tulosten käyttäjät ja käytettävyys ovat kaikki asioita, jotka pitää ottaa huomioon menetelmää valittaessa. (Veal 2006, 117–118.)

Yleisesti tutkimusmenetelmistä on sanottu että kvalitatiivisilla menetelmillä saadaan syvällistä mutta huonosti yleistettävää ja kvantitatiivisilla menetelmillä pinnallista mutta luotettavaa tietoa. Menetelmiä yhdistämällä päästään tämän näkemyksen mukaan parhaaseen tulokseen. Kvalitatiivisilla menetelmillä, esimerkiksi havainnoinnilla perehdytään syvällisesti johonkin aiheeseen ja tämän perusteella muodostettuja hypoteeseja testataan kvantitatiivisilla menetelmillä. (Alasuutari 2011, 231.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa kuten kvalitatiivisessa tutkimuksessa on Alasuutarin (2011, 50) mukaan kaksi vaihetta; havaintojen pelkistäminen ja arvoituksen ratkaiseminen. Ensimmäinen vaihe, jossa määritellään muuttujat, koodataan kerätty aineisto ja tehdään siitä tilastolliset analyysit, alkaa usein jo ennen aineiston keräämistä.

Keväällä 2011 opinnäytetyöni aiheen tarkennuttua bussimatkailun motivaatioita ja arvostuksia koskevasi aloitin varsinaisen tutkimuksen toteutuksen suunnittelun. Kevästä 2011 talveen 2012 kerroin matkustajilleni aina sopivan hetken tullen suunnittelemani tutkimuksesta ja johdattelin puheenaiheet siten että matkustajat kertoivat minulle bussimatkailuun liittämistään mielikuvista ja käsityksistä. Pyrin keskustelemaan aiheesta mahdollisimman erilaisten ja eri-ikäisten matkustajien kanssa ja yllätyin kuinka kiinnostuneita matkustajat olivat tutkimusaiheestani ja kuinka innokkaasti he kertoivat ajatuksiaan. Hyvin nopeasti havaitsin että keskusteluissa nousivat pintaan samantyyppiset ajatukset ja mielipiteet. Lisäksi tein samanaikaisesti tarkoituksellista ja suunniteltua, mutta ”epätieteellistä” havainnointia matkojen aikana käyntikohteissa, ruokailuissa, majoituspaikoissa ja myös bussissa. Tarkkailin millaiset asiat matkustajia kiinnostavat, kuinka he käyttäytyvät ja millaista palautetta he eri paikoista ja tilanteista antavat. Varsinaisesti en tästä havainnoinnista tehnyt mitään dokumentointia, mutta kirjasin tärkeimmät havainnot ja keskusteluissa nousseet teemat muistiin. Tämä noin vuoden kestänyt pohjatyö auttoi huomattavasti varsinaisen tutkimuksen suunnittelussa, menetelmän valinnassa sekä kyselylomakkeen laatimisessa.

Jos tutkittava aihealue tunnetaan jo hyvin ja halutaan varmistua asian paikkansapitävyydestä, tilanteeseen sopii kyselytutkimus (engl. survey). Kehittämistyössä kyselytutkimuksella voidaan esimerkiksi selvittää jonkin asian lähtötilanne tai tehtyjen toimenpiteiden avulla saavutettu tulos. (Ojasalo et. al. 2009, 41.) Kyselytutkimuksella saadaan myös ”läpinäkyvämpiä” tuloksia, koska aineiston keruun ja analysoinnin metodit ovat kaikille selvillä. Tarvittaessa kyselytutkimuksen aineisto voidaan käyttää uudelleen ja analysoida eri näkökulmista. (Veal 2006, 233.)

Koska tutkittava aihe oli minulle ennestään tuttu ja edellä mainitun valmistelutyön johdosta olin mielestäni saanut selville teemat joiden ympärille tutkimus olisi hyvä rakentaa, valitsin tutkimusmenetelmäksi kyselytutkimuksen. Halusin saada tietoa erilaisten taustatekijöiden (ikä, sukupuoli, työtilanne, ammattiasema, koulutus, asuinpaikka) vaikutuksista matkailijoiden mielipiteisiin ja arvostuksiin. Laadullisen tutkimuksen menetelmillä, esimerkiksi teemahaastattelulla tai ryhmähaastattelulla en olisi mielestäni saanut riittävän kattavaa ja yleistettävää kuvaa esimerkiksi eri taustatekijöiden vaikutuksista.

5.2 Kyselylomakkeen laadinta

Kyselytutkimusta aloitettaessa on tärkeää muistaa miksi tutkimusta tehdään. Ennen kyselylomakkeen laatimista on tarkasti mietittävä mitä haluaa vastauksilla saavuttaa. (Veal 2006, 249.) Lomaketutkimuksessa on ominaista, että jo lomaketta suunniteltaessa havaintojen määrää rajoitetaan hallittavamman kokoiseksi, esimerkiksi kysymällä vain olennaisia kysymyksiä ja miettimällä vastausvaihtoehdot huolella (Alasuutari 2011, 51).

Kysymysten laadinnassa on hyvä olla tarkkana, ettei niissä johdatella vastaajaa tiettyyn vastaukseen. Kysymysten on syytä olla myös yksinkertaisia ja yksiselitteisiä. (Veal 2006, 251.) Kysymysten järjestys on myös tärkeää. Kysymysten tulisi edetä yleisestä yksityiskohtaisempaan, jotta vastaaja vähitellen orientoituu aiheeseen. Liian vaikeat kysymykset lomakkeen alussa saattavat pelästyttää vastaajan ja hän jättää koko lomakkeen täyttämättä. Vastaajan taustaa koskevat kysymykset (sukupuoli, ikä

jne.) tulee kysyä viimeisenä, koska osa vastaajista voi pitää niitä tungettelevina ja jos kyselylomake aloitetaan taustatietoja kyselemällä, voi vastaaja jättää lomakkeen täyttämättä. (Van Bennekom 2002, 80.)

Vastausvaihtoehdot tulee miettiä sen mukaan millaista tietoa mistäkin aiheesta halutaan. Vastaajaa voidaan pyytää esimerkiksi kertomaan kuinka monta kertaa hän käyttää tiettyä palvelua tai häntä voidaan pyytää laittamaan asiat tiettyyn tärkeysjärjestykseen. Mielipiteitä voidaan kysyä vaikka asteikolla 1–5, jossa eri arvoille on annettu eri merkitys. Aineistoa analysoidessa ja tulosten ilmoittamisessa pitää olla tarkkana sen suhteen millä asteikolla mitään asiaa on mitattu. Esimerkiksi keskiarvojen käyttäminen tai lukujen suuruuden vertailu on eri asteikoilla erilaista, vaikkapa vastaajien ammattitaustasta ei voida ilmaista keskiarvoa vaan se kuinka suuri osuus kuuluu mihinkin ryhmään. Kysyttäessä mielipiteitä asteikolla 1–5 on arvojen sanallisissa selityksissä oltava tarkkana, jotta arvojen välit ovat yhtä suuret. Paras vaihtoehto on antaa vain pienimmälle ja suurimmalle luvulle sanalliset arvot, jolloin vastaajan on helpompi valita asteikolta sopiva vastaus. (Veal 2006, 265, Van Bennekom 2002, 85–86.) Myös eri asteikkojen luotettavuutta on tutkittu; tutkimus ei osoittanut eroa luotettavuudessa kysyttäessä samoja asioita mielipiteinä ("täysin eri mieltä"–"täysin samaa mieltä") tai arvostuksina ("ei lainkaan tärkeää"–"erittäin tärkeää") (Songshan 2010, 153).

Tämän tutkimuksen kyselylomake (liite 2) on laadittu edellä mainitut ohjeet huomioiden. Kyselylomakkeen ensimmäisellä sivulla kysytään vastaajan bussimatkailutapoja, jolloin hän tulee automaattisesti miettineeksi edellisiä matkojaan. Toisella ja kolmannella sivulla kysytään syvällisemmin bussimatkan eri osa-alueiden asioita ja bussimatkalle lähdön syitä ja esteitä. Vastaajan taustatiedot kysytään viimeisellä sivulla. Eri teemoihin liittyvät kysymykset on pyritty pitämään erillään, esimerkiksi bussimatkailun huolettomuuteen viittaavat kysymykset eivät ole peräkkäin kysymyksissä 7 ja 8. Tällöin vastaaja joutuu enemmän miettimään vastauksiaan ja pysyy vireämpänä, koska aihe hieman vaihtuu jokaisessa kysymyksessä. Kysymysten laadinnassa kiinnitin erityistä huomiota siihen, että kysymykset koskettavat bussimatkailua yleisemmin. Pyrkimyksenä oli, ettei vastaajan parhaillaan käynnissä oleva matka vaikuttaisi

vastauksiin ja siihen ettei se, että kysyjänä on itse liikennöitsijä, antaisi liian myönteisiä vastauksia. Tämä asia mainittiin vielä erikseen saatekirjeessä.

5.3 Tutkimuksen otos

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään kuvailemaan ja selittämään jotain tiettyä ilmiötä järjestelmällisen havainnoinnin avulla. Havainnoinnin kohteita kutsutaan havaintoyksiköiksi, jotka valitaan tutkimusongelmaan mukaan. Jos halutaan vaikkapa tietää suomalaisten naisten mielipiteitä, on havaintoyksikkönä suomalaiset naiset. (KvantiMOTV 2012.) Tässä tutkimuksessa haluttiin tietää tietyn tyyppisille bussimatkoille osallistuvien matkailijoiden arvostuksia ja odotuksia, joten havaintoyksikkönä olivat matkailijat jotka osallistuvat bussimatkoille, joissa itse bussimatka on olennainen osa matkaa ja matkan aikana vierailaan useassa kohteessa ja mahdollisesti majoitutaan matkan aikana useassa eri kohteessa.

Kaikkien havaintoyksikköjen muodostamaa kokonaisuutta kutsutaan perusjoukoksi. Koska perusjoukko on usein liian suuri tutkittavaksi kokonaan, valitaan siitä tutkittavaksi tietty joukko, eli otos. Tilastollisen päättelyn onnistumiseen vaikuttaa kuinka hyvin otoksen valinnassa on onnistuttu. (KvantiMOTV 2012.) Otoksen koolla suhteessa perusjoukkoon ei ole merkitystä tilastollisen yleistettävyyden suhteen, eli samankokoinen otos antaa yhtä luotettavan kuvan perusjoukon koosta riippumatta. Otoksen kokoon vaikuttaa kolme asiaa: tuloksilta vaadittava tarkkuus, aiotun analysoinnin tarkkuus ja käytettävissä olevat resurssit. Tulosten luotettavuutta mitataan luottamusvälillä, joka tarkoittaa väliä johon tietyllä todennäköisyydellä tietty määrä perusjoukosta kuuluu. Esimerkiksi 350–400 vastaajan otoksella luottamusväli on 1–5 % riippuen otokseen kuuluvien vastaajien vastausten jakaumasta. Eli jos tuon kokoisesta otoksesta on esimerkiksi 80 % vastaajista tiettyä mieltä, voidaan suurella (95 %) todennäköisyydellä sanoa 76–84 % koko perusjoukosta olevan tätä mieltä. (Veal 2006, 288–290.) Koska 5 % luottamusväli on mielestäni tämän tyyppiselle tutkimukselle riittävän luotettava, otin tavoitteekseni kerätä noin 300–400 kyselylomaketta.

5.4 Lomakkeiden jakelu ja palautus

Kyselylomaketutkimus voidaan toteuttaa monella tapaa. Kysely voidaan tehdä joko siten, että tutkija täyttää lomakkeen tutkittavaa haastatellen tai tutkittava täyttää lomakkeen itse. Lomake voidaan täyttää tai haastattelu suorittaa esimerkiksi tutkitavan kotona, kadulla tai puhelimitse, lähettämällä lomake postitse, tietokoneella täytettävällä e-lomakkeella tai tietyn paikan kävijöitä tai tiettyyn ryhmään kuuluvia haastatteleamalla. Eri toteutustapojen välillä on eroja sen suhteen kuinka paljon ne vaativat resursseja, kuinka iso otos voi olla, kuinka pitkä kyselylomake voi olla ja kuinka suuri on vastausprosentti. (Veal 2006, 235 – 236.)

Valitsin kyselyn toteuttamistavaksi postikyselyn ja kävijäkyselyn sekoituksen, jossa vastaaja täyttää kyselylomakkeen itse. Koska postikyselyssä on yleensä pieni vastausprosentti, valitsin jakelutavaksi bussimatkoilla tapahtuvan jakelun. Näin matkustajilla on tuore muistikuva tutkittavasta aiheesta ja matkalla olevan ylimääräisen ajan pystyi käyttämään lomakkeen täyttämiseen. Ohjeeksi kyselylomakkeen saatekirjeessä (liite 1) annettiin, että tämä tutkimus ei koske juuri nyt käynnissä olevaa matkaa eikä ole palautekysely ko. matkasta, vaan kyselyllä halutaan selvittää asioita yleisemmin liittyen bussimatkailuun. Myös kysymysten laadinnalla pyrittiin siihen, että matkalla jonka aikana matkustaja kyselylomakkeen saa tai täyttää ei olisi vaikutusta vastauksiin.

Kyselylomakkeet jaettiin huhtikuu – heinäkuu 2012 aikana yrityksemme bussimatkoille osallistuneille matkustajille (ks. taulukko 3), yhteensä 12 eri matkalla 395 matkustajalle. Seurasin palautettujen lomakkeiden määrää kesän aikana ja lopetin lomakkeiden jakelun kun tavoiteltu määrä (n. 350 kpl) lomakkeita oli palautettu. Matkat, joilla kyselylomakkeita jaettiin, vaihtelivat pitkistä bussimatkoista Eurooppaan päivän matkoihin Ruovedellä ja lapsiperheille tarkoitetuista matkoista varttuneempaa väkeä kiinnostaviin matkoihin. Matkojen valinnalla oli tarkoitus saada vastaajia eri ikäryhmistä ja eri asioista kiinnostuneista matkailijoista, jotta eri taustatekijöiden vaikutuksia tutkittaviin asioihin saataisiin varmemmin esiin.

TAULUKKO 2. Lomakkeiden jakelumäärät eri matkoilla.

| Matka: | kpl |
|---------------------------------------|------------|
| Alppimatka 1 14.-24.4.12 | 42 |
| Bryssel-Pariisi 28.4.-7.5.12 | 38 |
| Alppimatka 2 10.-20.5.12 | 42 |
| Kolmården 13.-15.6.12 | 19 |
| Visby-Öölanti 26.6.-1.7.12 | 42 |
| Pohjolan pääkaupungit 3.-8.7.12 | 30 |
| Kotiseutukierros Ruovedellä 10.7.12 | 42 |
| Kotiseutukierros Ruovedellä 11.7.12 | 42 |
| Eteläinen Saaristotie 10.-11.7.12 | 15 |
| Savonlinnan Oopperajuhlat 13.-14.7.12 | 44 |
| Saariston rengastie 19.-20.7.12 | 20 |
| Legoland 24.-29.7.12 | 19 |
| YHTEENSÄ | 395 |

Lomakkeet jaettiin matkustajille matkan toiseksi viimeisenä tai viimeisenä päivänä ja annettiin ohje että he täyttäsivät lomakkeen rauhassa vasta kotiin päästyään. Pitkillä Euroopan matkoilla lomakkeet jaettiin ennen paluumatkan laivamatkaa Saksasta Suomeen, jotta matkustajat voisivat täyttää lomakkeet jo puolitoista vuorokautta kestävän laivamatkan aikana. Jos matkustajat täyttivät lomakkeen jo matkan aikana, palauttivat he lomakkeen matkan loppuksi autossa olevaan palautuslaatikkoon. Muussa tapauksessa palautus tapahtui kyselylomakkeen mukana olevalla palautuskuorella postitse. Erilaisten palkintojen arvonta vastaajien kesken on havaittu tehokkaaksi tavaksi nostaa vastausprosenttia (Veal 2006, 242). Halutessaan vastaajat saattoivat täyttää saatekirjeessä olevan yhteystietolipukkeen ja osallistua vastaajien kesken arvottujen matkalahjakorttien arvontaan. Lähes kaikki vastaajat palauttivat lipukkeen ja osallistuivat arvontaan.

5.5 Tulosten käsittely

Lomakkeita palautettiin yhteensä 355 kpl, eli 90 % kaikista jaetuista lomakkeista. Näistä kaksi lomaketta oli täytetty niin vaillinaisesti, että poistin ne joukosta ennen tietojen käsittelyä. Muut 353 lomaketta oli täytetty pääosin hyvin, eli lähes kaikkiin

kysymyksiin oli vastattu. Muutamassa lomakkeessa oli yksi sivu neljästä jäänyt kokonaan vastaamatta, ilmeisesti sivuja käännettäessä oli hypätty vahingossa kokonaan yhden sivun yli.

Vastausten käsittelyä varten laadin SPSS -tietokoneohjelmaan kyselylomaketta vastaavat kysymykset ja muuttujat vastauksia varten. Koska jo lomaketta laatiessani olin numeroinut eri vastausvaihtoehdot, oli vastausten syöttäminen ohjelmaan nopeaa. Lomakkeet olivat suurimmalta osin täytetty selkeästi ja tulkinnanvaraisia vastauksia oli joukossa vain muutamia. Jos samaan kysymykseen oli valittu useampi vastaus, eli vastaaja oli ympyröinyt samalta riviltä esimerkiksi sekä numeron 4 että numeron 5 ja seuraavalta riviltä ei ollut ympyröity mitään numeroa, jätin nämä molemmat vastaukset tyhjäksi, koska en tiennyt mitä vastausta vastaaja oli mihinkin kysymykseen tarkoittanut. Taustakysymyksissä oli ammattiasemaa ja koulutusta koskevilla kysymyksissä vastausvaihtoehtona ”Muu, mikä?”. Näissä kysymyksissä korjasin selvät tapaukset vastaamaan oikeaa vaihtoehtoa, esimerkiksi jos ammattiasema -kohtaan oli kirjoitettu ”trukkikuski” tai ”linja-autonkulj.”, korjasin vastaukseksi ”Työntekijä”. Korjaamalla vastaukset oikeaan kohtaan saadaan tuloksista, esimerkiksi erilaisista jakaumista, totuudenmukaisempia (Van Bennekom 2002, 164).

Vastaajien taustatekijöiden (sukupuoli, ikä jne.) mukaan vastauksia verratessani yhdistin ja jätin pois tiettyjä taustatekijäryhmiä, koska niissä oli niin vähän vastaajia että yksittäinen vastaus saataisi vaikuttaa saatuihin keskiarvoihin ja prosenttiosuuksiin merkittävästi. Ikäryhmissä yhdistin ikäryhmät 20 – 36-vuotta (15 vastaajaa) ja 36 – 50-vuotta (28 vastaajaa) ikäryhmäksi 20 – 50-vuotta. Työtilanne -kohdassa työttömäksi oli ilmoittanut 8 vastaajaa ja opiskelijaksi 3 vastaajaa, joten jätin näiden ryhmien osalta taustatekijöiden mukaan tehtävät vertailut tekemättä. Samoin asuinpaikkaan 50.000 – 100.000 asukkaan kaupungin ilmoittaneita oli vain 12, joten myös nämä jätin vertailussa pois. Kaikkien vastaajien keskiarvoissa ja prosenttiosuuksissa nämä vastaukset ovat mukana.

Kun määrällistä aineistoa analysoidaan, voidaan tehdä joko kuvailevaa tilastoanalyysiä tai tilastollista päättelyä. Kuvailevalla tilastoanalyysillä pyritään kuvailemaan ja tiivistämään jonkin asian jakaumaa tai vaihtelua tekemättä kuitenkaan yleistä

suurempaan perusjoukkoon. Kuvailuun voidaan käyttää esimerkiksi keskilukuja tai hajontalukuja. Tilastollisella päättelyllä taas arvioidaan kuinka hyvin otoksesta saadut tulokset voidaan yleistää koko perusjoukkoa koskeviksi. (KvantiMOTV 2012.) Analysoinnissa olen käyttänyt lähinnä kuvailevaa tilastoanalyysiä, eli kertonut vastaukset tämän tutkimuksen vastaajien osalta. Koska taustatekijöiden mukaan lajiteltuna vastaajaryhmät ovat kohtuullisen pieniä, ei niistä voi kovin suurella luotettavuudella yleistää vastauksia koskemaan esimerkiksi kaikkia bussimatkoille osallistuvia toisen asteen tutkinnon suorittaneita. Lähinnä tuloksista voi yleistää kaikkien vastaajien vastausten keskiarvot, koska vastaajia oli yhteensä varsin hyvä määrä.

6 MITÄ SAATIIN SELVILLE?

6.1 Taustatiedot

Vastaajista oli naisia 71 % (249 kpl) ja miehiä 28 % (99 kpl), 5 vastaajaa ei ilmoittanut sukupuoltaan. Ikäryhmään 20–35 v. kuului vastaajista 4 %, 36–50 v. 8 %, 51–65 v. 36 % ja ikäryhmään yli 65 vuotta 50 %, 7 vastaajaa ei ilmoittanut ikäryhmäänsä.

Tämän hetken työtilanteeseen 30 % ilmoitti olevansa töissä, työttömänä 2 %, eläkkeellä 65 % ja 3 vastaajaa (1 %) kertoi olevansa tällä hetkellä opiskelija. Ammattiasemaltaan yrittäjiä tai maatalousyrittäjiä oli 13 %, johtavassa asemassa 7 %, toimihenkilöitä tai esimiehiä 31 % ja työntekijöitä 39 %. Ammattiasemakseen vaihtoehdon ”Muu” ilmoitti 19 vastaajaa (5 %) ja kokonaan ammattiasemansa ilmoittamatta jätti 18 vastaajaa.

Koulutustaustaltaan (korkein suoritettu tutkinto) vastaajista oli kansa- tai peruskoulun käyneitä 22 %, toisen asteen tutkinnon, ammattikoulun tai lukion suorittaneita 30 %, opistoasteen suorittaneita 23 % ja korkeakoulututkinnon suorittaneita 22 %. Vastaajista yhdeksän ei ilmoittanut koulutustaustaansa.

Alle 10 000 asukkaan kunnassa tai kaupungissa vastaajista asui 32 %, 10 000–50 000 asukkaan kunnassa tai kaupungissa 35 %, 50 000–100 000 asukkaan kaupungissa 3 % ja yli 100 000 asukkaan kaupungissa vastaajista asui 27 %.

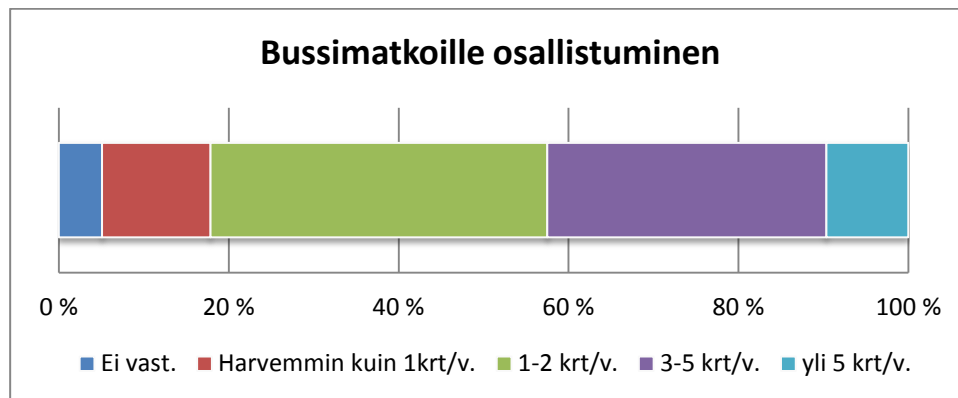
TAULUKKO 3. Vastaajien taustatiedot (n=353)

| | | n (353) | % |
|-------------------------|----------------------------|---------|------|
| Sukupuoli | Nainen | 249 | 70,5 |
| | Mies | 99 | 28 |
| | Ei vast. | 5 | 1,4 |
| Ikä | 20 - 35 v. | 15 | 4,2 |
| | 36 - 50 v. | 28 | 7,9 |
| | 51 - 65 v. | 126 | 35,7 |
| | Yli 65 v. | 177 | 50,1 |
| | Ei vast. | 7 | 2 |
| Työtilanne | Töissä | 105 | 29,7 |
| | Työtön | 8 | 2,3 |
| | Eläkkeellä | 231 | 65,4 |
| | Opiskelija | 3 | 0,8 |
| | Ei vast. | 6 | 1,7 |
| Ammattiasema | Yrittäjä/maatalousyrittäjä | 46 | 13 |
| | Johtavassa asemassa | 24 | 6,8 |
| | Toimihenkilö/esimies | 110 | 31,2 |
| | Työntekijä | 136 | 38,5 |
| | Muu | 19 | 5,4 |
| | Ei vast. | 18 | 5,1 |
| Koulutus | Kansa/peruskoulu | 77 | 21,8 |
| | Toisen asteen tutkinto | 106 | 30 |
| | Opistoasteen tutkinto | 82 | 23,2 |
| | Korkeakoulututkinto | 79 | 22,4 |
| | Ei vast. | 9 | 2,5 |
| Asuinpaikan koko | Alle 10.000 asukasta | 114 | 32,3 |
| | 10.000-50.000 asukasta | 125 | 35,4 |
| | 50.000-100.000 asukasta | 12 | 3,4 |
| | Yli 100.000 asukasta | 96 | 27,2 |
| | Ei vast. | 6 | 1,7 |

6.2 Bussimatkoille osallistuminen

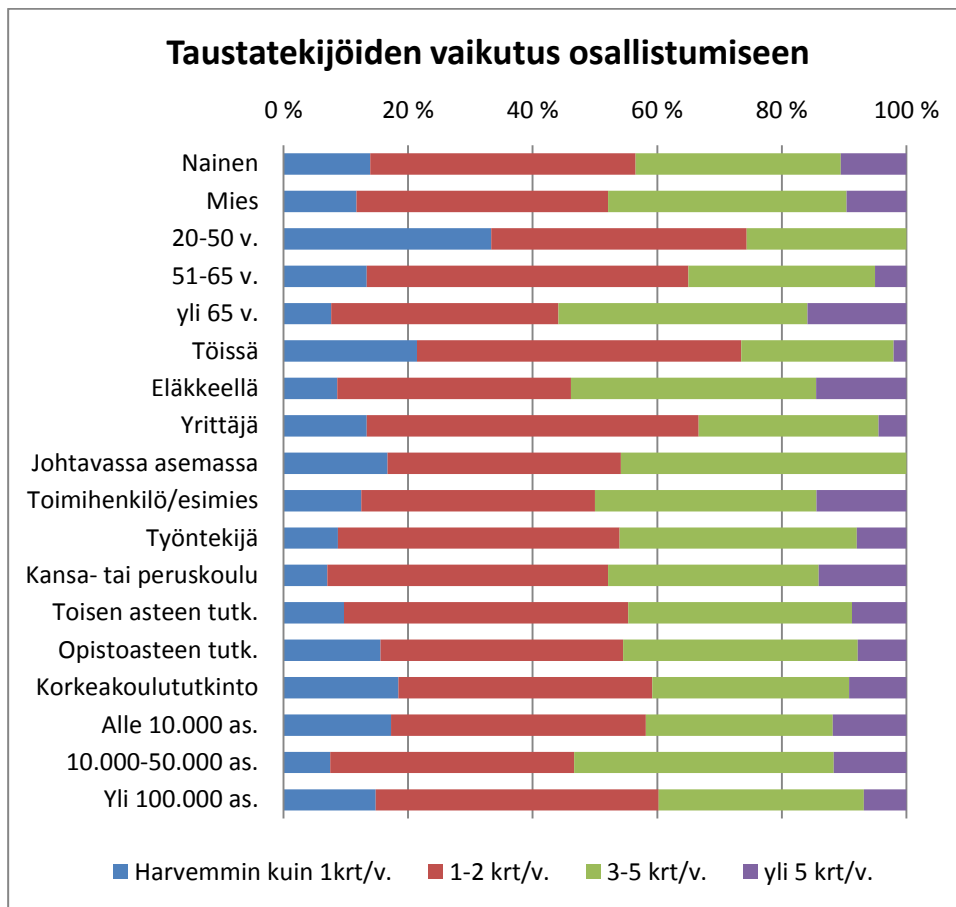
6.2.1 Kaikille bussimatkoille osallistuminen

Vastaajista harvemmin kuin kerran vuodessa bussimatkoille osallistuu 13 %, 1–2 kertaa vuodessa 40 %, 3–5 kertaa vuodessa 33 % ja yli 5 kertaa vuodessa 10 % (ks. kuvio 3). 18 vastaajaa ei vastannut kysymykseen.



KUVIO 3. Bussimatkoille osallistuminen, kertaa/vuosi (n=353)

Vastaajien taustatekijöiden vaikutukset osallistumisaktiivisuuteen on kuvattu kuviossa 4. Sukupuolten välinen ero osallistumisessa on hyvin pieni, mutta sen sijaan ikä vaikuttaa osallistumiseen merkittävästi; noin kolmannes 20–50 vuotiaista osallistuu bussimatkoille harvemmin kuin kerran vuodessa, kun taas yli 65-vuotiaista yli puolet osallistuu 3–5 kertaa tai yli 5 kertaa vuodessa. Työtilanne vaikuttaa samalla tavalla, eli 3–5 kertaa tai yli 5 kertaa vuodessa bussimatkoille osallistuu työssä olevista noin neljännes kun taas eläkkeellä olevista hieman yli puolet. Ammattiasemaltaan toimihenkilönä tai esimiehenä tai työntekijänä toimivilla on osallistuminen jonkin verran aktiivisempaa, varsinkin yli 5 kertaa vuodessa bussimatkoille osallistuvia on enemmän näissä ryhmissä kuin johtavassa asemassa tai yrittäjänä toimivissa. Koulutus vaikuttaa siten, että mitä korkeampi koulutus on, sitä enemmän on harvemmin kuin kerran vuodessa bussimatkalle osallistuvia. Sen sijaan yli 5 kertaa vuodessa osallistuvien osuudessa ei koulutustaustalla ole juurikaan eroa, kansa- tai peruskoulun käyneissä on hieman muita ryhmiä suurempi osuus tähän aktiivisimpaan osaan kuuluvia. Asuinpaikan koolla ei ole suurta merkitystä osallistumistiheyteen, 10.000–50.000 asukkaan kunnassa tai kaupungissa asuvat osallistuvat vain hieman useammin kuin alle 10.000 asukkaan kunnassa tai kaupungeissa tai yli 100.000 asukkaan kaupungeissa asuvat.

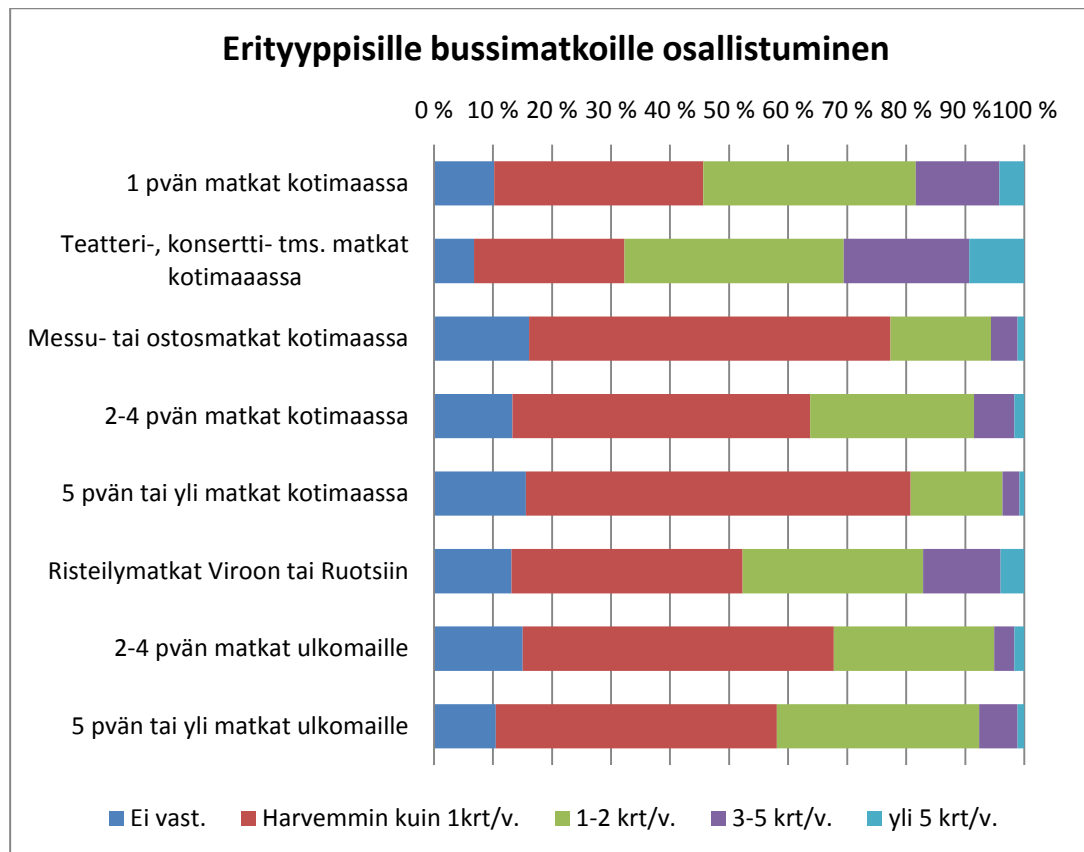


KUVIO 4. Taustatekijöiden vaikutus bussimatkalle osallistumiseen

6.2.2 Erityyppisille bussimatkoille osallistuminen

Erityyppisille bussimatkoille osallistuminen on kuvattu kuviossa 5. Kuviosta havaitaan että vastaajat osallistuvat eniten teatteri-, konsertti- tai oopperamatkoille kotimaassa. Noin 26 % vastaajista ilmoitti, ettei osallistu lainkaan tai harvemmin kuin kerran vuodessa tällaisille bussimatkoille ja noin 7 % jätti vastaamatta tähän kohtaan, joten noin kaksi kolmasosaa vastaajista osallistuu vähintään kerran vuodessa bussilla tehtävälle teatteri-, konsertti- tai oopperamatkalle. Myös yhden päivän bussimatkat kotimaassa ovat vastaajien keskuudessa suosittuja, noin 55 % vastaajista kertoo osallistuvansa vähintään kerran vuodessa. Vähiten vastaajat osallistuvat viiden päivän tai pidemmille bussimatkoille kotimaassa, noin 19 % vastaajista osallistuu tällaiselle matkalle vähintään kerran vuodessa. Viiden päivän tai pidemmille ulkomaan bussi-

matkoille osallistuvien määrä on suuri, noin 42 % osallistuu vähintään kerran vuodessa. Useammin, eli vähintään kolme kertaa vuodessa tällaiselle matkalle osallistuu alle kymmenes vastaajista.

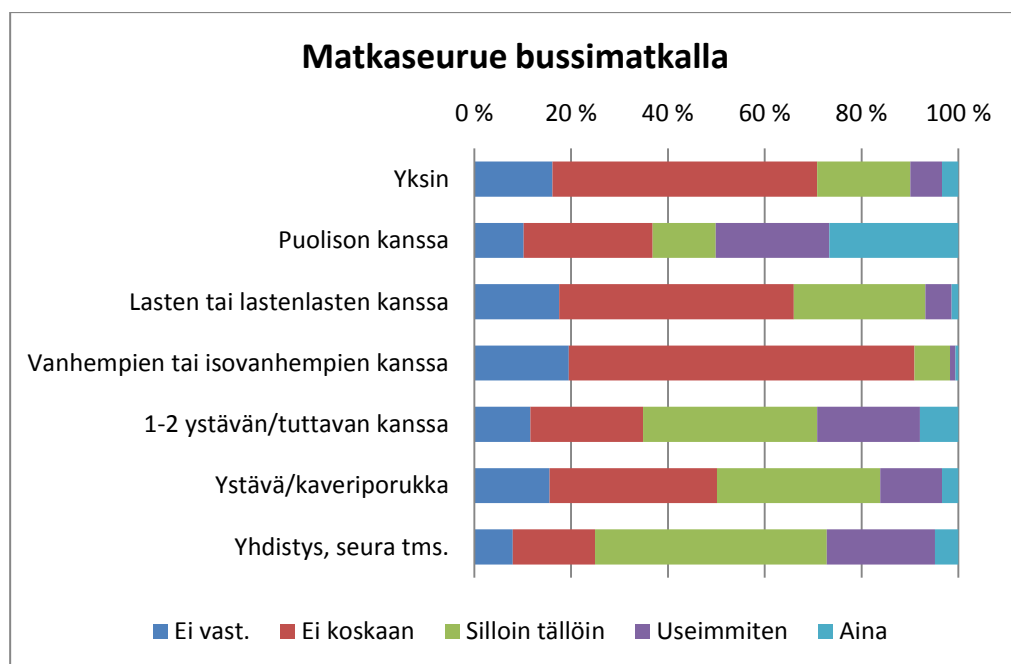


KUVIO 5. Erityyppisille bussimatkoille osallistuminen, kertaa/vuosi (n=353)

Erityyppisille matkoille osallistumisessa taustatekijöillä ei ole merkittäviä eroja, vaan osallistumisaktiivisuus on melko lailla samantyyppisesti jakautunutta kuin bussimatkoilla yleensä (ks. luku 6.2.1), eli naiset miehiä, vanhemmat ikäryhmät nuorempia ja eläkeläiset työssäkäyviä aktiivisempia. Kotimaassa tehtävillä teatteri-, konsertti- ja oopperamatkoilla yli 65-vuotiaiden ikäryhmä erottuu selvästi; lähes puolet tästä ikäryhmästä osallistuu näille matkoille 3–5 kertaa tai yli 5 kertaa vuodessa kun muissa ikäryhmissä näin useasti osallistuu vain 10–20 % vastaajista.

6.2.3 Matkaseura bussimatalla

Vastaajien osallistuminen bussimatkoille erilaisessa seurassa tai seurueissa on kuvattu kuviossa 6. Kolme suosituinta matkaseuraa vastaajille ovat yhdistys tai seura, yhden tai kahden ystävän tai tuttavän porukka tai puoliso. Noin puolet kaikista vastaajista osallistuu bussimatkoille useimmiten tai aina puolison kanssa ja noin neljännes yhden tai kahden ystävän tai jonkun yhdistyksen tai seuran kanssa.



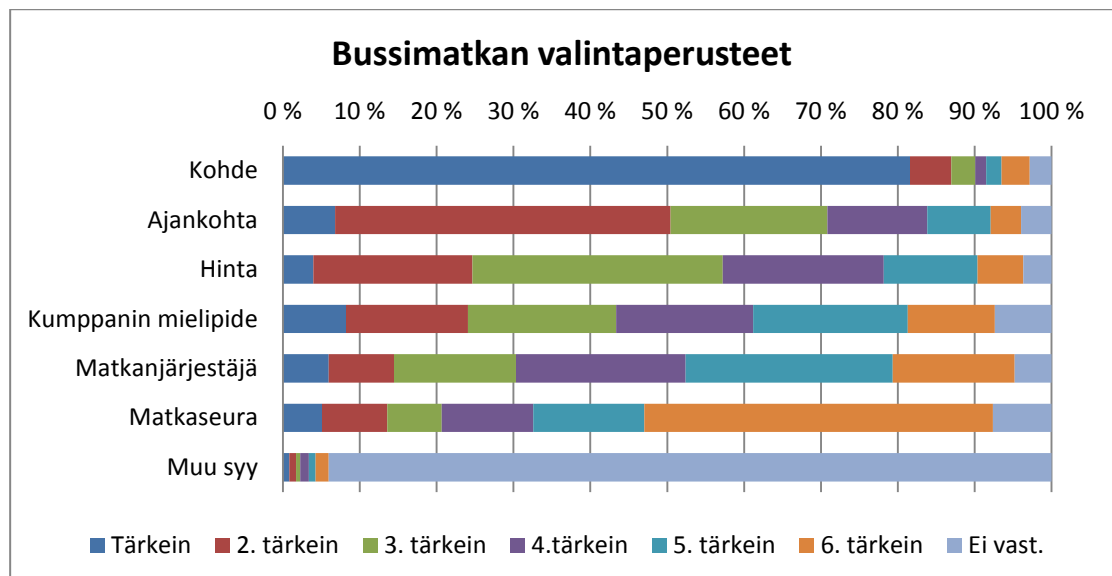
KUVIO 6. Matkaseura/seurue bussimatalla (n=353)

Vastaajien taustatekijöiden vaikutusta yksin matkustamiseen ei ollut havaittavissa juurikaan, sen sijaan miehet matkustavat puolison kanssa selvästi useammin kuin naiset (miehistä yli 80 % useimmiten tai aina, naisista noin 45 %). Naiset taas matkustavat useimmiten yhden-kahden ystävän tai suuremman ystäväseurueen mukana. Ikäryhmä vaikuttaa matkaseuraan, nuoremmat vastaajaryhmät matkustavat enemmän sekä lasten tai lastenlasten että vanhempien tai isovanhempien kanssa, kun taas vanhemmat ikäryhmät ystävien kanssa tai yhdistyksen tai seuran mukana. Myös

eläkkeellä olevat matkustavat erilaisten yhdistysten tai seurojen kanssa useammin kuin työssäkäyvät. Ammattiasemalla, koulutustaustalla tai asuinpaikan koolla ei ollut merkittäviä vaikutuksia seurueeseen, jossa bussimatkoille osallistutaan.

6.3 Tekijät bussimatkaa valittaessa

Asiat, jotka ovat merkittäviä vastaajille kun he tekevät päätöstä bussimatkalle lähdöstä, on kuvattu kuviossa 7. Matkan kohde oli tärkein asia yli 80 %:lle vastaajista. Noin 50 % vastaajista piti matkan ajankohtaa tärkeimpänä tai toiseksi tärkeimpänä asiana. Matkan hinta, matkakumppanin mielipide, taho joka matkan järjestää ja se keitä muita samalle matkalle lähtee, olivat tärkeimpiä asioita lähes yhtä suurille ryhmille, mutta näiden asioiden saamat muut sijoitukset vaihtelivat sen verran, että voidaan sanoa asioiden merkittävyydellä bussimatkaa valittaessa olevan eroa. Muu syy –kohdassa vastaajat mainitsivat merkittäväksi asioiksi mm. terveydentilansa ja rahan tai työtilanteensa.

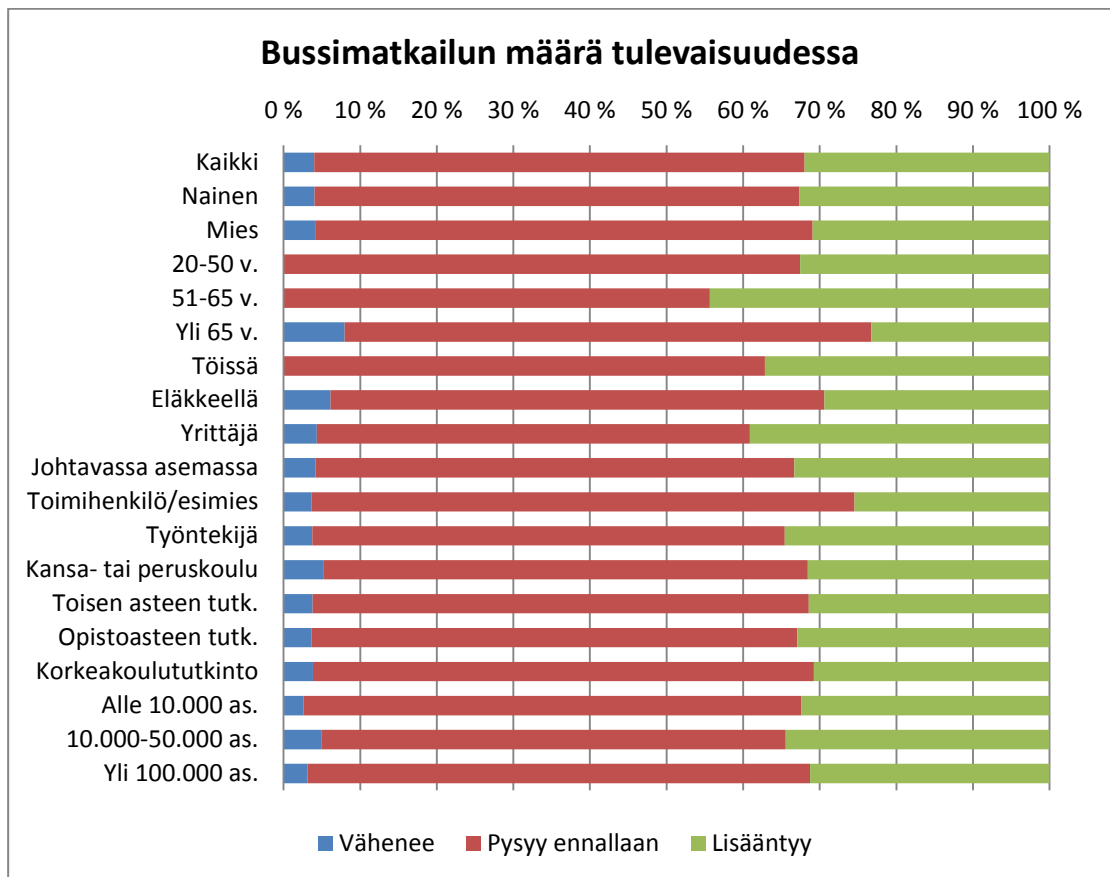


KUVIO 7. Bussimatkaa valittaessa vaikuttavat asiat, tärkeysjärjestys 1.-6. (n=353)

Yli 100.000 asukkaan kaupungeissa asuville, korkeakoulututkinnon suorittaneille ja johtavassa asemassa oleville matkan kohde oli keskimääräistä tärkeämpää bussimatkalle lähdettäessä. Matkan ajankohta oli taas ikäryhmiin 20–50-vuotta ja 51–65-vuotta kuuluville, työssäkäyville ja yrittäjinä toimiville muita merkittävämpi tekijä. Matkan hinta oli miehille, nuorimmalle ikäryhmälle sekä alemman koulutustason omaaville tärkeämpi asia kuin keskimäärin kaikille vastaajille. Myös matkakumppanin mielipide oli miehille ja nuorimmalle ikäluokalle keskimääräistä merkittävämpi asia. Taho, joka matkan järjestää ei aiheuttanut eroja eri taustatekijöiden suhteen. Se, ketä muita samalle matkalle lähtee, oli keskimääräistä tärkeämpää mitä matalampi koulutustausta vastaajalla oli, muut taustatekijät eivät vaikuta tämän tekijän tärkeyteen.

6.4 Bussimatkailun määrä tulevaisuudessa

Vastaajien arvio oman bussimatkailunsa määrästä lähitulevaisuudessa verrattuna nykyiseen on kuvattu kuviossa 8. Vastaajista 32 % arvioi bussimatkailunsa lisääntyvän nykyisestä, 64 % arvioi määrän pysyvän nykyisellään ja 4 % vähenevän nykyisestä. Taustatekijöistä ikä ja työtilanne (töissä/eläkkeellä) ovat merkittävimmät vastaajien tulevaisuuden bussimatkailuun vaikuttavista tekijöistä. Eniten bussimatkailunsa arvioi lisääntyvän 51–65-vuotiaat, työssäkäyvät ja yrittäjät. Yli 65-vuotiaat ja eläkkeellä olevat olivat ryhmät, jotka arvelivat bussimatkailunsa vähenevän. Näissäkin kahdessa ryhmässä oli joka tapauksessa kuitenkin huomattavasti enemmän niitä, jotka arvioivat bussimatkailunsa lisääntyvän kuin niitä, jotka arvioivat sen vähentyvän.



KUVIO 8. Vastaajien arvio bussimatkailunsa määrästä lähitulevaisuudessa

6.5 Bussimatkan eri osa-alueisiin liitetyt arvostukset

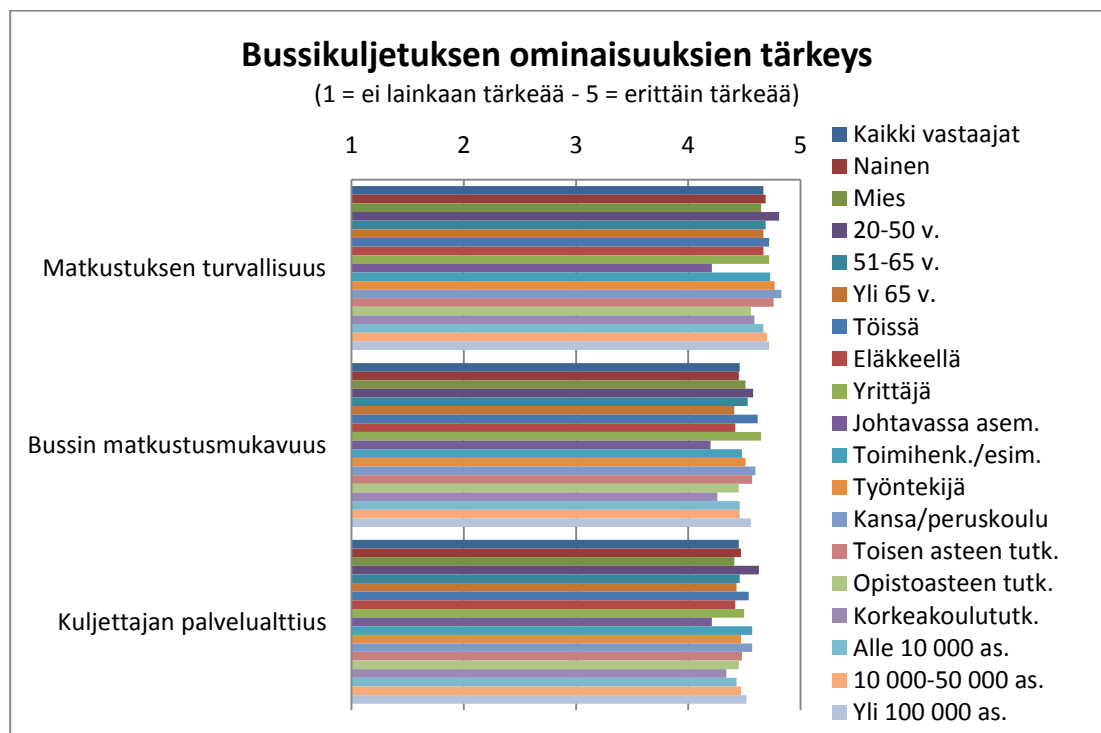
Vastaajat arvioivat kyselylomakkeella bussimatkan viiteen eri osa-alueeseen (kuljetus, opastus/matkajohtajan toiminta bussimatkan aikana, ruokailu- ja kahvipaikat, käyntikohteet, majoituspaikat) liittyvien tekijöiden tärkeyttä asteikolla: 1 = ei lainkaan tärkeää – 5 = erittäin tärkeää. Kysymyksiä eri osa-alueista oli kolmesta seitsemään kappaletta.

6.5.1 Kuljetus

Bussikuljetukseen liittyen kysyttiin bussin matkustusmukavuuden, kuljettajan palvelualltiuden ja matkustuksen turvallisuuden tärkeyttä. Kysymysten saamat keskiarvot

on kuvattu kuviossa 9. Kaikkien kolmen kysymyksen keskiarvot olivat korkeat; matkustuksen turvallisuuden 4,7 sekä bussin matkustusmukavuuden ja kuljettajan palvelualltiuden molempien 4,5.

Taustatekijöiden vaikutukset eri ominaisuuksien tärkeyteen olivat pääsääntöisesti pieniä, mutta joitakin eroja on havaittavissa. Esimerkiksi nuorimmalle ikäryhmälle kaikki kolme ominaisuutta ovat tärkeämpiä kuin vanhemmille ikäryhmille. Samoin koulutustausta näyttää vaikuttavan siten, että matalamman koulutustaustan omaaville nämä ominaisuudet ovat tärkeämpiä kuin korkeammin koulutetuille. Johtavassa asemassa olevien samoin kuin korkeakoulututkinnon suorittaneiden vastausten keskiarvot ovat kaikissa kysymyksissä joukon pienimpiä.



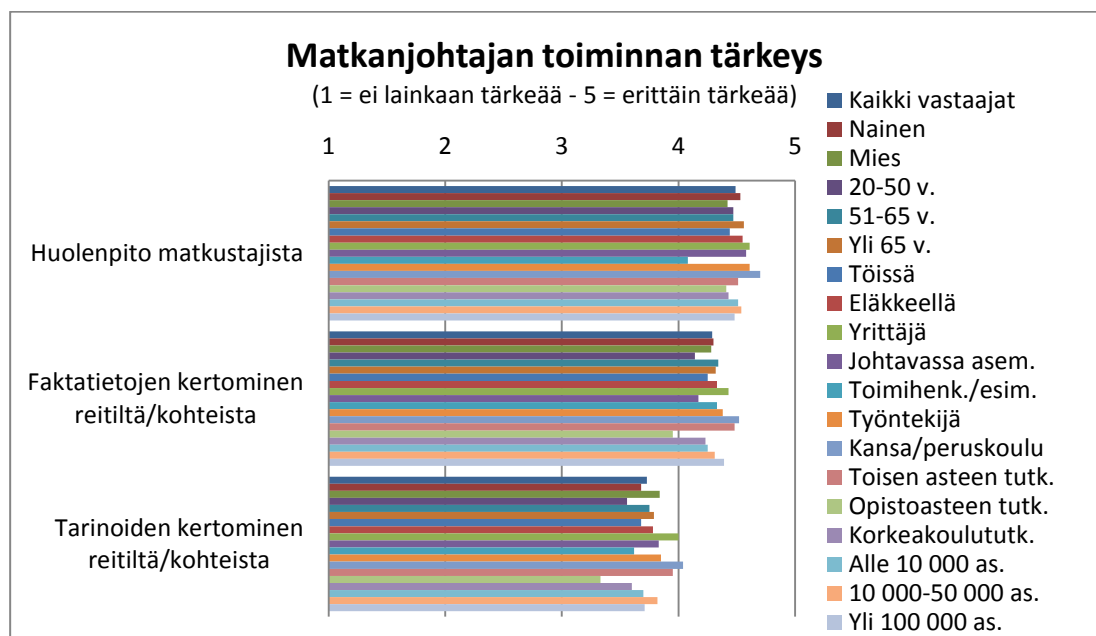
KUVIO 9. Bussikuljetuksen eri ominaisuuksien tärkeys, keskiarvot (n=353)

6.5.2 Opastus bussimatkan aikana ja matkanjohtajan toiminta

Kuviossa 10 on kuvattu vastaajien antamien vastausten keskiarvot koskien matkanjohtajan toimintaa bussimatkan aikana. Kysymyksissä kysyttiin käyntikohteita ja matkareittejä koskevien faktatietojen ja tarinoiden tai kertomusten kertomisen sekä matkustajista huolenpitämisen tärkeyttä.

Matkanjohtajan huolenpito matkustajista sai keskiarvoksi 4,5, joka on kaikkien kysymysten toiseksi suurin keskiarvo heti matkustuksen turvallisuuden jälkeen. Koulutustausta ja ammattiasema erottelevat tässä kysymyksessä vastaajia hieman. Toimihenkilö- tai esimiestäustan omaavat erottuvat muista ammattiryhmistä alhaisemmalla keskiarvolla ja kansa- tai peruskoulutaustaiset taas muita ryhmiä korkeammalla keskiarvolla.

Kaikille ryhmille faktatiedot ovat tärkeämpiä kuin tarinat (keskiarvot: faktatiedot 4,3 ja tarinat 3,7). Koulutustaustalla on merkitystä näiden asioiden tärkeyteen; molemmissa kysymyksissä sekä kansa- tai peruskoulun että toisen asteen tutkinnon suorittaneet ovat arvioineet asiat tärkeämmäksi kuin opisto- tai korkeakoulututkinnon suorittaneet. Pieniä eroja arvostuksissa on myös iän ja ammattiaseman mukaan.



KUVIO 10. Matkanjohtajan toimintaan liittyvien tekijöiden tärkeys, keskiarvo (n=353)

6.5.3 Ruokailu- ja kahvipaikat

Vastaajien arviot bussimatkan aikana käytettäviin ruokailu- ja kahvipaikkoihin liittyvien ominaisuuksien tärkeydestä on kuvattu kuviossa 11. Tärkeimpinä asioina vastaajat pitivät ruokailu- tai kahvipaikan viihtyisyyttä ja henkilökunnan palvelualttiutta, kaikkien vastaajien vastausten keskiarvot olivat 4,0 ja 3,9. Ruokavaihtoehtojen monipuolisuus ja niiden terveellisyys saivat keskiarvoiksi 3,6 ja 3,4. Mahdollisuus yhteiseen hetkeen muiden matkustajien kanssa arvioitiin viidenneksi tärkeimmäksi keskiarvolla 2,8. Oma valinnanmahdollisuus ruokapaikan suhteen ja anniskelumahdollisuus ruokailun yhteydessä olivat vastaajille vähinten tärkeitä keskiarvoilla 2,4 ja 2,1.

Ruokapaikan viihtyvyyden tärkeyden suhteen vastaajien taustalla ei ole merkitystä, keskiarvot vaihtelevat eri ryhmillä välillä 3,9–4,1. Ruokavaihtoehtojen monipuolisuuden sijaan jakaa vastaajia. 20–50-vuotiaat, työntekijät ja kansa- tai peruskoulutaustaiset pitävät monipuolisuutta muita ryhmiä tärkeämpänä, kun taas johtavassa asemassa, toimihenkilönä tai esimiehenä toimivat/toimineet sekä opistotutkinnon suorittaneet erottuvat joukosta pienemmällä keskiarvolla.

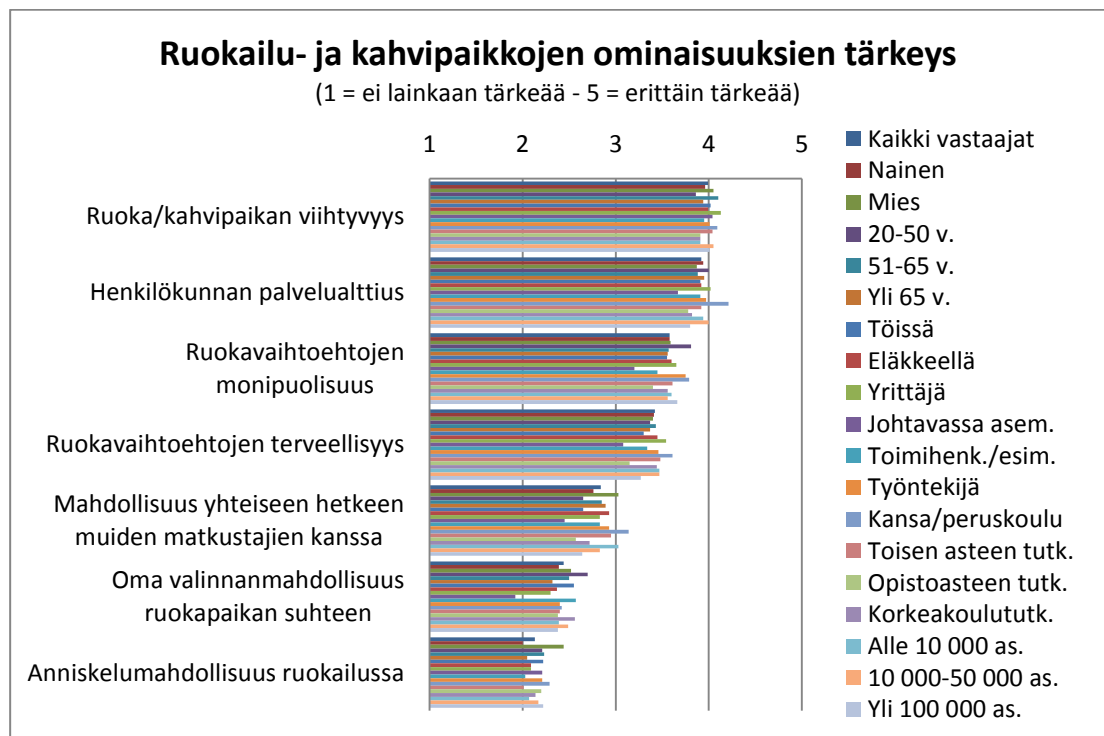
Henkilökunnan palvelualttiuden tärkeyden suhteen joukosta erottuvat kansa- tai peruskoulutaustaiset keskimääräistä korkeammalla keskiarvolla (4,2) ja johtavassa asemassa olevat keskimääräistä pienemmällä keskiarvolla (3,7). Muiden ryhmien keskiarvot sijoittuivat tasaisesti välille 3,8–4,0.

Ruokavaihtoehtojen terveellisyys on tärkeintä kansa- tai peruskoulutaustaisille sekä yrittäjille (keskiarvot 3,6) ja vähiten tärkeää opistoasteen tutkinnon suorittaneille ja johtavassa asemassa oleville (keskiarvot 3,1).

Mahdollisuus yhteiseen hetkeen muiden matkustajien kanssa ruokailun tai kahvitte- lun yhteydessä on miehille naisia tärkeämpää, samoin kuin pienemmiltä paikkakun- nilta tuleville kuin suurimmissa kaupungeissa asuville tai koulutustaustaltaan matal- lamman tason omaaville kuin korkeampia tutkintoja suorittaneille. Tässäkin kysy- myksessä ammattiasemaltaan johtavassa asemassa toimivat tai toimineet ja opisto- tutkinnon suorittaneet erottuvat alhaisimmilla keskiarvoilla.

Oma valinnanmahdollisuus ruokapaikan suhteen on tärkeintä nuorimpaan ikäryhmään kuuluville, eli 20–50-vuotiaille, jotka arvioivat tärkeyden keskiarvolla 2,7. Tässäkin kysymyksessä alhaisimman keskiarvon antoivat johtavassa asemassa olevat, joiden vastausten keskiarvo oli 1,9.

Anniskelumahdollisuus ruokailun yhteydessä on miehille tärkeämpää kuin naisille (2,4/2,0). Muidenkin taustatekijöiden mukaan on tämän kysymyksen suhteen pientä vaihtelua, mutta ei näin selvää kuin sukupuolten välinen ero.



KUVIO 11. Ruokailu- ja kahvipaikkojen ominaisuuksien tärkeys, keskiarvot (n=353)

6.5.4 Käyntikohteet

Käyntikohteiden (museot, näyttelyt, kirkot, kartanot ym.) ominaisuuksista vastaajille selvästi tärkeintä on asiantunteva opastus, jonka tärkeys sai vastauksissa keskiarvoksi 4,4 (ks. kuvio 12). Myös historiallisten tietojen kuuleminen sekä uuden oppiminen saivat molemmat keskiarvoiksi yli 3,5. Tarinoiden kuuleminen ei ole ihan yhtä tärke-

ää, joskin sekin sai keskiarvoksi 3,2. Kohteessa oleva ostosmahdollisuus sekä mahdollisuus tutustua kohteeseen itsenäisesti olivat ominaisuuksina tasaveroiset keskiarvoilla 2,9 ja 2,8. Vähiten tärkeänä vastaajat pitivät toiminnallista osallistumista, eli että käyntikohteessa esimerkiksi valmistetaan jotain itse (matkamuisto tms.). Tämä sai keskiarvoksi tasan 2,0.

Asiantuntevaa opastusta kohteessa pitivät tärkeimpänä ammattiasemaltaan toimihenkilö- tai esimiestäustaiset, korkeakoulututkinnon suorittaneet ja yli 100 000 asukkaan kaupungissa asuvat.

Historiallisten tietojen kuuleminen on kaikille taustaryhmille lähes yhtä tärkeää. Nuorin ikäryhmä, johtavassa asemassa olevat ja korkeakoulututkinnon suorittaneet erottuvat aavistuksen muista ryhmistä korkeammilla keskiarvoilla, mutta erot kaikkien ryhmien välillä ovat hyvin pieniä (3,6 – 3,9).

Uusien asioiden oppimisen kohdalla ryhmistä erottuvat 20–50-vuotiaat (3,9) ja työssäkäyvät (3,8), jotka pitävät tätä muita ryhmiä tärkeämpänä. Myös miehet pitävät uusien asioiden oppimista hieman tärkeämpänä kuin naiset (3,7/3,5).

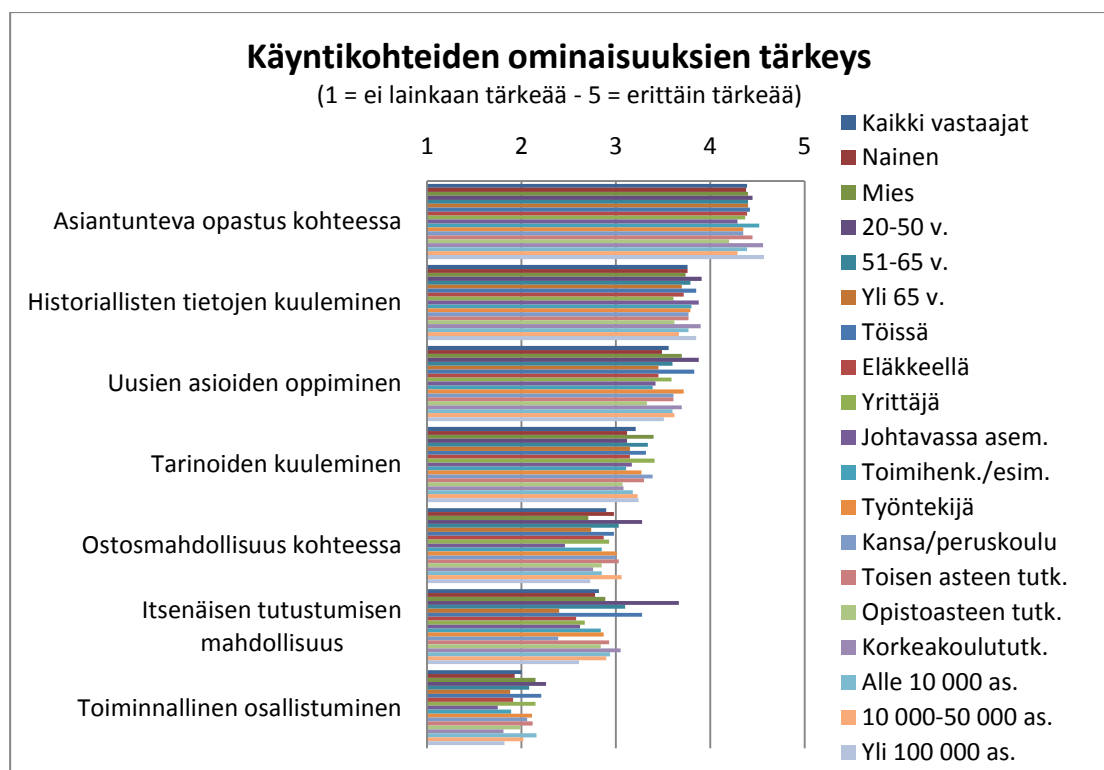
Tarinoiden kuuleminen on hieman tärkeämpää miehille kuin naisille (3,4/3,1), samoin matalammin koulutetuille kuin korkeammin koulutetuille (3,4/3,1). Myös yrittäjät ovat jonkin verran kiinnostuneempia kuulemaan tarinoita käyntikohteista kuin muut ammattiryhmät.

Käyntikohteessa oleva ostosmahdollisuus on selvästi tärkeämpi nuorimmalle ikäryhmälle (3,3) kuin vanhimmalle ikäryhmälle (2,7). Tärkeämpää tämä on myös naisille kuin miehille (3,0/2,7) ja alemman koulutustason omaaville kuin korkeammin koulutetuille (3,0/2,8). Vähiten tärkeää kohteessa oleva ostosmahdollisuus on ammattitautaltaan johtavassa asemassa oleville/olleille (2,5).

Mahdollisuus tutustua kohteeseen itsenäisesti jakaa tärkeydellään vastaajajoukon selvästi. Nuorimmalle ikäryhmälle 20–50-vuotiaat asia on ryhmistä tärkein, keskiarvona 3,7. Myös 50–65-vuotiaille, työssäkäyville ja korkeakoulututkinnon suorittaneille itsenäisen tutustumisen mahdollisuus on keskimääräistä tärkeämpää (keskiarvot

3,1/3,3/3,1). Vähiten tärkeää asia on yli 65-vuotiaille ja kansa- tai peruskoulutustasoisille, keskiarvot molemmilla ryhmillä 2,4.

Toiminnallinen osallistuminen on tärkeää miehille, nuorimmalle ikäryhmälle, yrittäjille ja alle 10 000 asukkaan paikkakunnalla asuville. Vähiten tärkeää se on johtavassa asemassa oleville, korkeakoulututkinnon suorittaneille sekä yli 100 000 asukkaan kaupungissa asuville.



KUVIO 12. Käyntikohteiden ominaisuuksien tärkeys, keskiarvot (n=353)

6.5.5 Majoituspaikat

Bussimatkan majoituspaikkojen ominaisuuksien tärkeys vastaajille on esitetty kuviossa 13. Tärkeintä vastaajille on henkilökunnan palveluvalttius, joka sai vastauksissa keskiarvon 4,0. Huoneiden varustetaso, hotellin sijainti keskustassa ja ostosmahdollisuuksien läheisyys ovat seuraavaksi tärkeimmät ominaisuudet (3,8/3,4/3,1). Majoi-

tuspaikan oheispalvelut (sauna, kylpylä, kuntosali tms.), viihdepalvelut (tanssiravintola, yökerho tms.) ja hotellin kuuluminen johonkin tunnettuun hotelliketjuun ovat kysytyistä ominaisuuksista vähinten tärkeitä (2,6/2,1/2,1).

Henkilökunnan palvelualltiuden tärkeys on kaikilla ryhmillä korkealla tasolla, keskiarvot vaihtelevat johtavassa asemassa olevien 3,8:sta 20–50-vuotiaiden 4,2:een. Huoneiden varustetason tärkeydessä arvostukset vaihtelivat kaikkien muiden ryhmien välillä 3,7–4,0, vain johtavassa asemassa olevat erottuvat muista ryhmistä keskiarvolla 3,5.

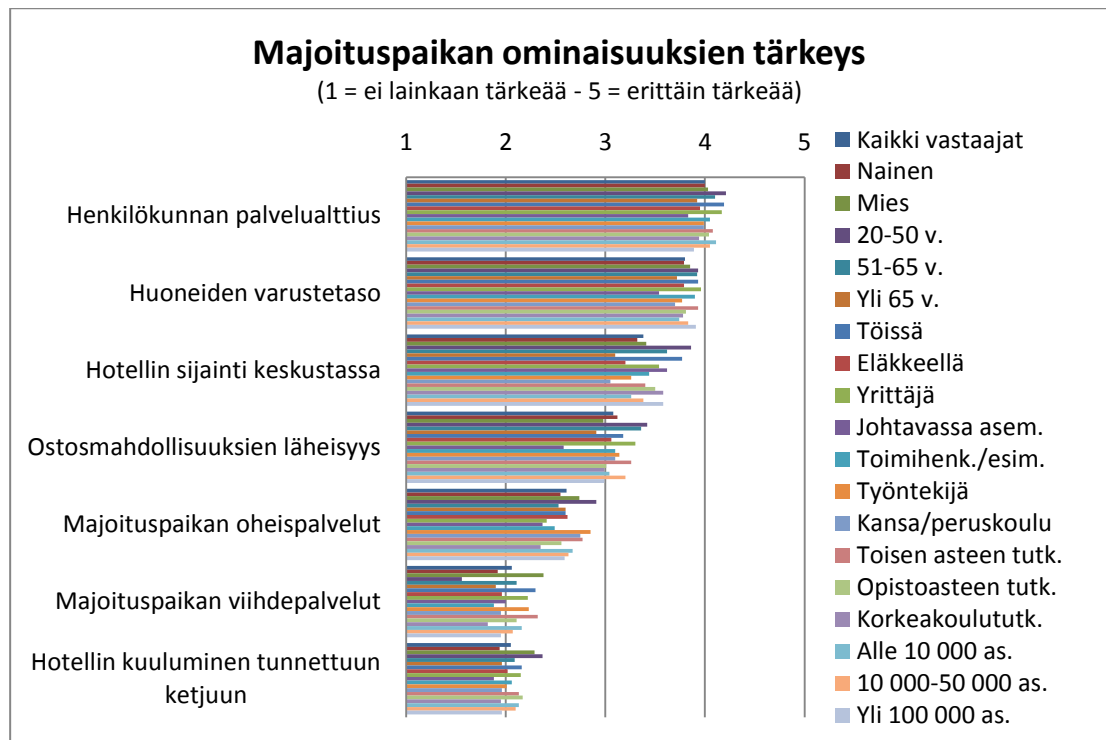
Hotellin sijainti keskustassa jakaa vastaajien mielipiteet selkeästi. Yli 65-vuotiaille hotellin sijainti keskustassa on vähemmän tärkeää kuin nuoremmille ikäryhmille (3,1/3,6/3,9). Työssäkäyville on hotellin sijainti keskustassa myös tärkeämpää kuin eläkkeellä oleville (3,8/3,2). Samoin johtavassa asemassa olevat, korkeasti koulutetut ja yli 100 000 asukkaan kaupungissa asuvat pitävät sijaintia keskiarvoa tärkeämpänä (keskiarvot kaikilla 3,6).

Ostosmahdollisuuksien läheisyys suhteessa majoituspaikkaan on tärkeydeltään lähes samojen taustaryhmien suosiossa kuin hotellin sijainti keskustassa. Vain johtavassa asemassa toimivat ja korkeakoulututkinnon suorittaneet eroavat edelliseen kysymykseen verrattuna joukosta, antaen ostosmahdollisuuksille pienemmän tärkeysarvon.

Majoituspaikan oheispalveluiden (sauna, kylpylä, kuntosali tms.) tärkeys jakaa myös vastaajia. Miehillä oheispalvelut ovat tärkeämpi kuin naisilla, samoin nuorimmalle ikäryhmälle tärkeämpiä kuin kahdelle vanhemmalle. Koulutustason noustessa oheispalveluiden tärkeys pienenee.

Viihdepalvelujen (tanssiravintola, yökerho tms.) löytyminen majoituspaikasta tai läheltä sitä on miehille (2,4), työssäkäyville (2,3), yrittäjille (2,2), työntekijöille (2,2) ja toisen asteen tutkinnon suorittaneille (2,3) muita ryhmiä tärkeämpää. Vähiten tärkeintä viihdepalvelujen löytyminen hotellista tai läheltä sitä ikäryhmälle 20-50-vuotta (1,6).

Hotellin kuulumista tunnettuun hotelliketjuun pitää muita tärkeämpänä miehet ja 20–50-vuotiaat (2,3/2,4). Muiden ryhmien keskiarvot olivat lähellä kaikkien vastaajien keskiarvoa, vaihdellen välillä 1,9–2,2.



KUVIO 13. Majoituspaikan ominaisuuksien tärkeys, keskiarvot (n=353)

6.6 Bussimatkaalle osallistumisen syitä

Vastaajia pyydettiin arvioimaan erilaisten bussimatkan ominaisuuksien tärkeyttä syynä lähteä bussimatkaalle. Kyselylomakkeessa oli lueteltuna yhdeksän erilaista ominaisuutta, joiden tärkeyttä vastaajien pyydettiin arvioimaan asteikolla 1 = ei lainkaan tärkeää – 5 erittäin tärkeää.

Neljä ominaisuutta sai melkein yhtä suuren keskiarvon (ks. kuvio 14); ei tarvitse itse huolehtia aikatauluista/varauksista ym. (4,6), pystyy nauttimaan maisemista parem-

min kuin omalla autolla liikkeessään (4,5), matkanjohtaja tai kuljettaja pitää huolta matkustajista ja auttaa tarvittaessa (4,4) sekä pääsee kohteisiin, joihin ei yksin pääsisi (4,4). Myös se, että pääsee irti arkirutiineista, oli tärkeää (4,2). Bussimatkojen hintataso sai arvoksi 3,6, muiden matkustajien seura 3,4, bussimatkailun ympäristöystävällisyys 3,3 ja uusiin ihmisiin tutustumisen mahdollisuus 3,2.

Ammattiasemansa työntekijäksi ilmoittaneet, kansa- tai peruskoulutaustaiset sekä eläkkeellä olevat pitävät bussimatkailussa muita ryhmiä hieman tärkeämpänä sitä, ettei tarvitse itse huolehtia aikatauluista, varauksista tms. (4,8/4,7). Muiden ryhmien keskiarvot (4,4 – 4,6) asettuivat lähelle kaikkien vastausten keskiarvoa.

Se, että bussimatkalla pystyy nauttimaan paremmin maisemista kuin omalla autolla liikkeessään on kansa- tai peruskoulutaustaisille (4,7), toisen asteen tutkinnon suorittaneille (4,6), yrittäjille (4,6) ja työntekijöille (4,6) tärkeämpi syy lähteä bussimatkalle kuin kaikille vastaajille keskimäärin. Selvästi muita alemmaksi maisemista nauttimisen tärkeyden arvioivat johtavassa asemassa olevat (4,1) ja opistoasteen tutkinnon suorittaneet (4,2).

Matkanjohtajan tai kuljettajan osoittama huolenpito ja auttamisvalmius on kansa- tai peruskoulutaustaisille selkeästi tärkeämpi syy lähteä bussimatkoille kuin millekään muulle ryhmälle, keskiarvo 4,9. Myös yli 65-vuotiaat, eläkkeellä olevat ja työntekijätaustaiset pitävät huolenpitoa tärkeämpänä kuin kaikki vastaajat keskimäärin.

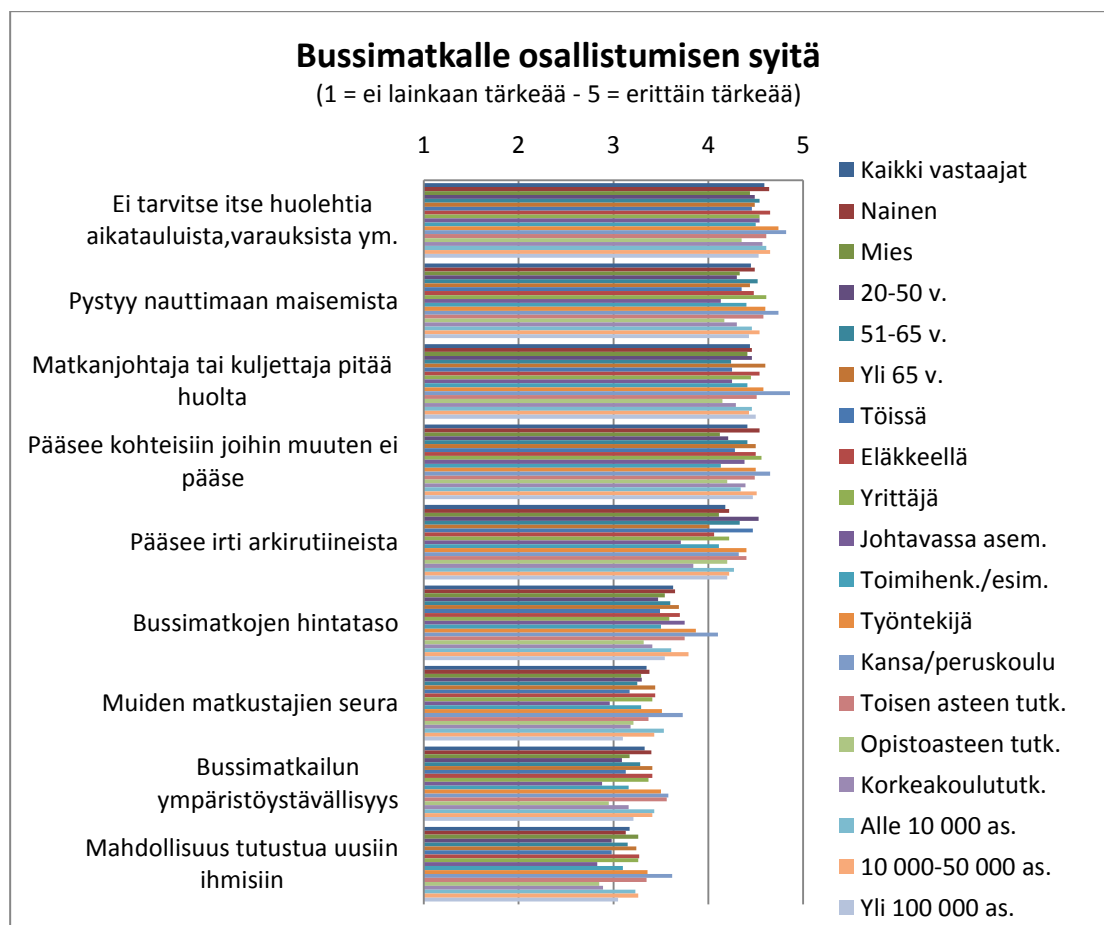
Sellaisiin kohteisiin pääseminen bussimatkalla, joihin ei yksin pääsisi, on naisille tärkeämpi syy lähteä bussimatkalle kuin miehille, vanhemmille ikäryhmille tärkeämpi kuin nuoremmille ja matalammin koulutetuille tärkeämpi kuin korkeamman koulutuksen suorittaneille.

Arkirutiineista irti pääseminen on muita ryhmiä tärkeämpi syy lähteä bussimatkalle 20–50-vuotiaille, työssäkäyville, työntekijän asemassa oleville sekä toisen asteen tutkinnon suorittaneille. Johtavassa asemassa oleville tai korkeakoulututkinnon suorittaneille tämä on selvästi vähemmän tärkeä syy kuin muille vastaajille.

Bussimatkojen hintatasolla matkalle lähdön syynä ei ole suurta eroa muuten kuin että mitä matalampi koulutustaso on, sitä tärkeämpi syy hintataso on bussimatkalle lähdön syynä.

Muiden matkustajien seura on tärkeä syy lähteä bussimatkalle yli 65-vuotiaille, eläkkeellä oleville, yrittäjä- tai työntekijätaustaisille sekä matalamman koulutustason omaaville. Tärkeys kasvaa myös asuinpaikan koon mukaan; mitä pienemmällä paikkakunnalla asuu, sitä tärkeämpi syy on muiden matkustajien seura.

Bussimatkailun ympäristöystävällisyyden kohdalla asioiden tärkeys jakautui taustatekijöiden suhteen edellisen kysymyksen tavoin, joskaan kansa- tai peruskoulutaustaiset eivät erotu joukosta ihan niin paljon kuin edellisessä kysymyksessä. Samoin kysymyksessä uusiin ihmisiin tutustumisen mahdollisuuden tärkeydestä vastaukset jakautuivat samoin kuin muiden matkustajien seuran tärkeydestä kysyttäessä.



KUVIO 14. Bussimatkan ominaisuuksien tärkeys, keskiarvot (n=353)

6.7 Bussimatkalle lähtemisen esteitä

Vastaajilta kysyttiin viiden eri tekijän merkitystä bussimatkalle lähtemisen esteenä. Arviot annettiin asteikolla 1 = ei lainkaan merkittävä este – 5 = erittäin merkittävä este. Tulokset on esitetty kuviossa 15.

Kaikki ominaisuudet saivat keskiarvoksi kohtuullisen pienet arvot. Suurin este on bussimatkojen hintataso, joka sai keskiarvoksi 2,2. Muiden ominaisuuksien keskiarvot olivat selvästi pienempiä: se, ettei itse pysty vaikuttamaan matkan ohjelmaan tai aikatauluun 1,8, se että bussimatkailu on hitaampaa kuin omalla autolla tai lentäen matkustaminen 1,6, mukana on ennestään tuntemattomia muita matkustajia 1,4 ja se että bussimatkat ovat vastaajalle tuntematon matkailutuote 1,3.

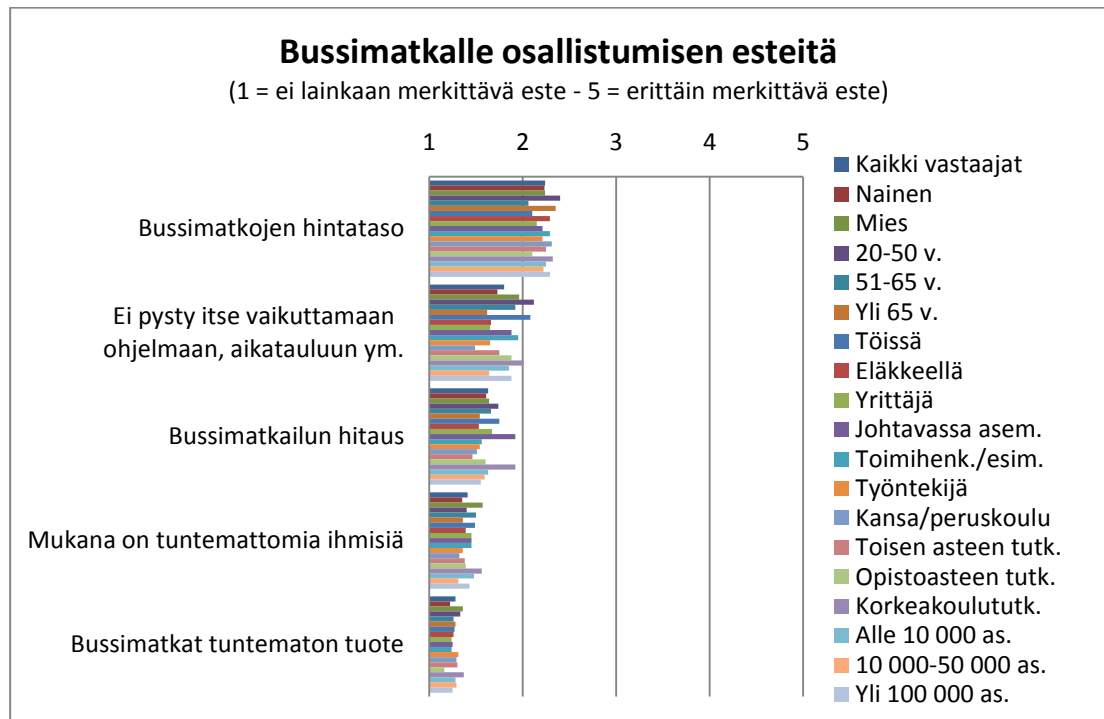
Bussimatkojen hintataso on hieman merkittävämpi este sekä 20–50-vuotiaille että yli 65-vuotiaille kuin muille ryhmille, joiden keskiarvot liikkuvat lähellä kaikkien vastaajien keskiarvoa (2,1–2,3).

Sukupuoli, ikä ja koulutus vaikuttavat voimakkaimmin siihen, kuinka merkittävä este bussimatkalle lähtemiseen on se, ettei itse pysty vaikuttamaan matkan ohjelmaan tai aikatauluun. Miehillä tämä on merkittävämpi este kuin naisilla, nuoremmille merkittävämpi kuin vanhemmille ja merkittävyys kasvaa myös koulutustason myötä. Ammattiasemaltaan johtavassa asemassa tai toimihenkilönä tai esimiehenä olevat pitävät myös tätä merkittävämpänä esteenä kuin yrittäjänä tai työntekijänä toimivat.

Bussimatkailun hitaus verrattuna esimerkiksi omalla autolla tai lentäen liikkumiseen on korkeakoulututkinnon suorittaneille ja johtavassa asemassa oleville merkittävämpi este kuin muille ryhmille (1,9). Myös työssäkäyville ja nuorimmalle ikäryhmälle tämä on hieman merkittävämpi este kuin kaikille vastaajille keskimäärin.

Bussimatalla mukana olevat tuntemattomat ihmiset ovat miehille ja korkeakoulututkinnon suorittaneille hieman merkittävämpi este (1,6) kuin muille ryhmille, joiden keskiarvot vaihtelevat välillä 1,3–1,5. Bussimatkojen tuntemattomuus matkailutuot-

teena oli vähiten merkittävä este bussimatalle osallistumiselle kaikille ryhmille, eikä ryhmien välillä ole merkittäviä eroja.



KUVIO 15. Bussimatalle osallistumisen esteiden merkittävyys, keskiarvot (n=353)

6.8 Avoimen kysymyksen vastaukset

Kyselylomakkeessa oli viimeisenä mahdollisuus kirjoittaa vapaasti mielipiteitä bussimatkoista tai bussimatkoista, esimerkiksi vastaajille tärkeistä syistä lähteä tai olla lähtemättä bussimatalle tai bussimatkoista verrattuna muihin matkailutapoihin. Yhteensä 115 vastaajaa, eli noin kolmannes kaikista vastaajista oli kirjoittanut kysymykseen jotain. Osassa vastauksista oli annettu palautetta siitä matkasta, jossa lomake oli jaettu, osassa yrityksemme toiminnasta muuten. Mukana oli myös useita konkreettisia parannusehdotuksia matkoja varten, esimerkiksi *”Voisiko bussi kuljettaa halukkaat kaupungin keskusta illalla kun bussi joka tapauksessa seisoo hotellin*

pihassa?”. Suurin osa vastauksista koski bussimatkailun ominaisuuksia yleisemmin ja vastauksista tuli esiin voimakkaasti muutamia teemoja: helppous, huolettomuus, turvallisuus, maisemien näkeminen paremmin kuin muista liikennevälineistä.

Bussimatkailun helppouteen liittyviä kommentteja oli mm.: ”Helppo tapa matkustaa” (25 mainintaa), ”Helppoa kun pääsee kotipysäkiltä matkaan” (18), ”Matkatavarat kulkevat helposti mukana” (6), ”Pääsee lähelle kohdetta helposti” (3).

Huolettomuus oli esillä monella eri tavalla: ”Ei tarvitse itse huolehtia mistään” (11 mainintaa), ”Ruoka- ja kahvipaikat on varattu etukäteen, kaikki on valmista, ei tarvitse jonottaa” (12), ”Kuljettaja löytää paikat ja reitit” (7), ”Matka ja kaikki palvelut maksettu etukäteen, ei tarvitse huolehtia rahanmenosta” (1).

Osin turvallisuuteen ja osin huolettomuuteen viitattiin mm.: ”Ammattikuljettajan kyydissä turvallista/turvallisempaa kuin ystävien” (6), ”Luotettavaa” (3), ”Matkanjohtaja pitää huolta” (3), ”Kielitaidottomalle turvallista” (3).

Muihin liikennevälineisiin vertailevia kommentteja olivat: ”Näkee enemmän kuin lentokoneesta/junasta” (19), ”Oma/kumppanin lentopelko” (4), ”Hitaampaa kuin lentäminen” (3).

Muita huomioita bussimatkailusta esitettiin myös, mm.: ”Autottomalle lähes ainoa mahdollisuus matkustaa” (8), ”Pääsee paikkoihin joihin ei pääse kuin ryhmänä” (7), ”Kuljettaja/matkanjohtaja yhdistävä tekijä vaikka porukka vierasta toisilleen” (3).

Käytännön matkajärjestelyihin liittyviä kommentteja oli muutamia: ”Omaa aikaa kohteessa hyvä olla” (6), ”Oppaan selostus matkan aikana hyvä asia” (4), ”Aikataulut ei saa olla liian kireitä, mukana hitaasti liikkuvia” (4), ”Toivoisin käytettävän paikallisia palveluita, ravintoloita ym.” (2).

Bussimatkustuksen tunnelmaa kuvailtiin useilla sanoilla: ”Hauskaa/mukavaa” (6), ”Rentoa/rentoudun” (4), ”Rauhallista” (2), ”Kiireetöntä” (1). Kahdeksan vastaajaa oli kirjoittanut laulustakin tutun lauseen, eli ”Linja-autossa on tunnelmaa”.

7 MITÄ OPIMME TÄSTÄ?

7.1 Vastaajien taustatekijät

Bussimatkailusta ei ole olemassa kattavaa tilastointia, joten vastaajien taustatietoja ei voi verrata mihinkään tilastoihin. Tarkoitus tässä tutkimuksessa ei ollut kerätä otosta esimerkiksi väestön sukupuoli-, ikä-, tms. jakaumien suhteen, vaan tarkoituksena oli kerätä tarpeeksi vastaajia eri taustatekijäryhmistä, jotta taustatekijöiden vaikutuksia eri asioihin voitaisiin verrata.

Sukupuolijakauma on oman kokemuksen mukaan bussimatkoilla pääosin naisvoittoinen, kuten kyselyn vastaajienkin jakauma (71 % naisia/28 % miehiä). Joillakin bussimatkoilla saattaa olla jopa 100 % osallistujista naisia, joten todellinen suhde bussimatkoille osallistumisen suhteen voi olla vielä kyselyn vastausprosentteja naisvoittoisempi. Naisvoittoisuuteen voi vaikuttaa myös se, että vanhemmista ikäluokista naisten osuus on suurempi kuin miesten (Tilastokeskus 2011). Lomakkeiden jakelulla sellaisilla matkoilla, joissa olisi myös miehiä mukana, oli tarkoitus saada riittävästi myös miesten vastauksia. Miesten vastauksia tulikin kyselyyn niin hyvin (99 kpl), että sukupuolten välisiä eroja pystytään vertailemaan kohtuullisen luotettavasti.

Ikäjakauma, jossa vastaajista noin puolet on yli 65-vuotiaita, noin kolmannes 51–65-vuotiaita ja vain noin joka kymmenes 20–50-vuotias, kuvaa varmasti kohtuullisen hyvin tutkimuksen kohteena olevien bussimatkojen kaltaisille matkoille osallistuvien ikäjakaumaa. Jos kyselyssä olisi ollut mukana myös esimerkiksi risteilymatkat tai Lapin hiihtomatkat, olisi nuorempiin ikäryhmiin kuuluvia ollut vielä enemmän. Tutkimuksen kohteena oleville bussimatkoille, eli matkoille joissa itse kulkuväline on tärkeä osa matkaa ja käydään useissa eri kohteissa, osallistuu oman kokemuksen perusteella hieman iäkkäämpää väkeä. Bussilla tehtävät tilausajomatkat ovat myös vuoden 2011 syksyllä tehdyn tutkimuksen (Bussimatkailututkimus 2011) mukaan enemmän iäkkäämpien ikäryhmien suosiossa: 36 % yli 65-vuotiaista oli osallistunut viimeisen

vuoden aikana tällaiselle matkalle ja 45–64-vuotiaista 31 %, kun taas tätä nuoremista ikäryhmistä vain noin viidennes oli osallistunut.

Työtilanteeltaan kaksi kolmasosaa vastaajista oli eläkkeellä ja noin 30 % töissä, lisäksi vastaajissa oli muutama opiskelija ja työttömänä oleva. Kuten edellisessä kappaleessa todettiin, iäkkäämmät ikäryhmät ovat ahkerampia bussimatkailijoita, joten on luonnollista että työtilanteen suhteen jakauma on kuvatusen kaltainen. Koska kyselylomakkeet jaettiin suurelta osin kesäkuukausien aikana, saatiin työssäkäyvien vastauksia ehkä hieman heidän normaalia tämän kaltaisille bussimatkoille osallistumisen osuutta enemmän. Mutta kuten jo aiemmin kerrottiin, tarkoituksena ei ollut kerätä väestöjakauman tms. kaltaista otosta, vaan riittävästi vastaajia eri ryhmistä.

Ammattiaseman, koulutustaustan ja asuinpaikan koon suhteen saatiin vastauksia hyvin tasaisesti eri ryhmiin kuuluvilta. Johtavassa asemassa toimivien tai toimineiden vastauksia oli varsin vähän (24 kpl), eli tämän ryhmän osalta tuloksiin pitää suhtautua varauksella, koska yhden vastaajan painoarvo on suhteessa suuri. Koulutustaustan suhteen vastaajat jakautuivat melkein tasan kaikkiin neljään ryhmään, joten vertailu eri ryhmien kesken onnistuu hyvin. 50 000–100 000 asukkaan kaupungissa asuvien vastauksia kertyi vain 12 kpl, johtuen varmasti siitä, että ko. kokoisia kaupunkeja ei ole toiminta-alueellamme, lähimmät ovat Hämeenlinna ja Seinäjoki. Tämän ryhmän osalta ei tehty vertailuja. Muiden kolmen asuinpaikan koon suhteen vastaajat jakautuivat tasaisesti.

7.2 Bussimatkoille osallistuminen

Vastaajat osallistuvat bussimatkoille ahkerasti, yli 40 % vastaajista vähintään kolme kertaa vuodessa. Vain hieman reilu kymmenys vastaajista osallistuu harvemmin kuin kerran vuodessa. Osallistumisaktiivisuus jakautuu hyvin kaikkien neljän vastausvaihtoehdon kesken, siten että harvoin käyttäviä ja paljon käyttäviä on suunnilleen saman verran kuten myös kerran tai kaksi kertaa vuodessa osallistuvia ja kolmesta viiteen kertaa osallistuvia. Tämä takaa sen, että vastauksissa on sekä paljon bussilla matkustavien mielipiteitä että vähemmän kokemusta omaavien mielipiteitä.

Taustatekijöiden suhteen osallistumisaktiivisuudessa on selviä eroja. Selvimmin erot ovat havaittavissa ikäryhmien ja työtilanteiden mukaan. Yli 65-vuotiaiden ryhmästä ja eläkkeellä olevista vähintään kolme kertaa vuodessa bussimatkoille osallistuu yli puolet vastaajista. Varmasti tämä johtuu ainakin osittain matkailuun käytettävissä olevan ajan johdosta, eli ikääntyneillä ja eläkeläisillä on enemmän vapaa-aikaa käytettävissä. Myös myöhemmin tässä raportissa esiin tulevat bussimatkailun ominaisuudet vaikuttavat näiden ryhmien aktiivisempaan osallistumiseen. 10 000–50 000 asukkaan paikkakunnilla asuvilla bussimatkailu näyttää olevan myös aktiivisempaa. Tämä varmasti johtuu siitä, että toiminta-alueemme tähän kokoluokkaan kuuluvilla paikkakunnilla (Ylöjärvi, Kangasala, Lempäälä, Pirkkala, Valkeakoski, Nokia) on paljon bussimatkailutarjontaa ja esimerkiksi rautatiehen verrattuna helpompi saavutettavuus. Koulutustaustan mukaan nähtävä pieni vaihtelu (mitä matalampi koulutustaso on, sitä enemmän bussimatkailua käytetään), johtuu varmasti myös jäljempänä tässä raportissa ilmenevistä seikoista.

Lyhyet bussimatkat ovat vastaajien keskuudessa suosituimpia. Bussilla tehtävät yhden päivän teatteri-, konsertti- tai oopperamatkat ja yhden päivän bussimatkakierrokset kotimaassa ovat suosittuja samoin kuin risteilymatkat Ruotsiin tai Viroon. Myös Bussimatkailututkimus 2011 osoitti että teatteri, konsertti- ja näyttelymatkat ja matkat muihin tapahtumiin kotimaassa ovat suosituimmat bussimatkatyypit (Bussimatkailututkimus 2011). Koko Euroopan laajuisessa tutkimuksessa suomalaiset olivat ahkerimpia matkailijoita lyhyissä, alle 4 vuorokauden lomamatkoissa; 65 % suomalaisista tekee vuodessa vähintään kolme lyhyttä lomamatkaa. (Eurobarometer 2011, 9.)

Lyhyiden bussimatkojen suosio perustuu varmasti osittain siihen, että näille matkoille on helpompi lähteä, eli ei esimerkiksi tarvitse pakata matkatavaroita mukaan koska takaisin kotiin tullaan samana päivänä. Lyhyet matkat ovat myös usein suhteessa edullisempia usean päivän matkoihin verrattuna, johtuen majoituskustannusten jäämisestä pois. Monet tekevätkin mieluummin useita lyhyempiä matkoja vuoden mittaan kuin muutaman pidemmän matkan. Varsinkin iäkkäämpien bussimatkustajien joukossa lyhyemmät matkat näyttävät olevan suosiossa, varmasti juuri edellä mainittujen syiden johdosta.

Kotimaassa tehtävistä useamman päivän bussimatkoista suosiossa ovat 2–4 päivän matkat. Niihin osallistuu vähintään vuosittain reilu kolmannes, kun vähintään viiden päivän matkoille osallistuu vuosittain noin viidennes vastaajista. Ulkomaan bussimatkoista suosituimpia ovat vähintään viiden päivän matkat, niihin osallistuu vuosittain noin 42 % vastaajista, kun 2–4 päivän ulkomaan bussimatkoille osallistuu noin kolmannes vastaajista. Yleensä bussilla siirtyminen ulkomailla olevaan kohteeseen tai kohteisiin jo itsessään kestää yhdestä kahteen päivään, joten ulkomaan bussimatkat ovat yleensä luonnollisesti kestoiltaan pidempiä. Osittain vähintään viiden päivän bussimatkojen suosio tässä kyselyssä varmasti johtuu siitä, että lomakkeista hieman vajaa puolet jaettiin tämän tyyppisillä matkoilla.

Bussimatkoille osallistutaan erilaisissa seurueissa. Miehet osallistuvat yleisimmin puolison kanssa, naiset taas ystävän tai tuttavien kanssa. Koska iäkkäämmissä ikäryhmissä on yleisesti naisia enemmän kuin miehiä (Tilastokeskus 2011), on luonnollista että naiset osallistuvat useammin ystävien kuin puolison kanssa. Se, että elämäkumppani on saattanut jo kuolla tai on terveydellisesti huonossa kunnossa, saa varmasti iäkkäämmät bussimatkustajat lähtemään matkaan ystävän tai esimerkiksi jonkun yhdistyksen tai seuran mukana. Useimmiten tai aina yksin matkustavien osuus on kohtuullisen pieni, vain noin kymmenes vastaajista. Silloin tällöin yksin matkustavien osuus on tähän nähden kaksinkertainen, eli noin 20 %. Tämä tarkoittaa, että lähes kolmannes osallistuu bussimatkoille yksin vähintään silloin tällöin.

7.3 Bussimatkan valinta

Bussimatkan kohde on selvästi merkityksellisin asia bussimatkalle lähdettäessä. Tämä tarkoittaa, että esimerkiksi matkan ajankohdalla ja hinnalla ei ole niin suurta merkitystä, kunhan matkalle lähtijä pääsee tiettyyn kohteeseen. Aiemmissä tutkimuksissakin on havaittu että bussimatkailu on kohteesta riippuvaisempaa kuin muu ”massamatkailu”, jossa kohteet ovat helpommin korvattavissa. (Becken 2005, 23–24.) Huomattavaa on myös se, että noin kuudesosalle vastaajista joku muu tekijä on tärke-

ämpää kuin matkan kohde. Eli voidaan sanoa näiden vastaajien osalta että kohteella ei ole niin merkitystä kunhan esimerkiksi ajankohta tai kumppanin mielipide sopii.

Ajankohdan merkittävyys nuoremmille, työssäkäyville ja yrittäjille on luonnollista, koska matkalle ei voi esimerkiksi lomien tai perheen tilanteen takia lähteä milloin vain. Matkan hinta ja matkakumppanin mielipide on miehille ja nuorille merkityksellisempää kuin muille varmasti koska nämä ryhmät matkustavat useimmiten puolison tai perheen kanssa, eli saman talouden rahapussista maksetaan useamman matkustajan matkan hinta ja päätös todennäköisesti tehdään yhdessä.

Matkanjärjestäjän merkitys on ominaisuuksista keskimäärin vasta viidentenä, vaikkakin se on kaikista tärkein syy suuremmalle joukolle kuin esimerkiksi matkan hinta on. Osa bussimatkailijoista on kokemukseni mukaan hyvinkin uskollisia tietylle matkanjärjestäjälle, ja vastausten mukaan se, kuka matkan järjestää on kolmen tärkeimmän asian joukossa noin kolmannekselle vastaajista. Se, ketä muita matkalle lähtee, on alle puolelle vastaajista viiden tärkeimmän tekijän joukossa, eli bussimatkailijat ovat kohtuullisen valmiita matkustamaan seurassa kuin seurassa.

7.4 Bussimatkailun määrä tulevaisuudessa

Tulevaisuuden bussimatkailun määrää arvioidessaan lähes kolmannes vastaajista arvioi sen lisääntyvän nykyisestä. Bussimatkailualan kannalta tämä on hyvä tulos ja sitä entisestään parantaa se, että vain 4 % vastaajista arvioi bussimatkailunsa vähenevän lähitulevaisuudessa. Tämä tarkoittaa, että bussimatkailijoiden määrä kasvaa hyvin todennäköisesti tulevina vuosina.

Sekä 20–50- että 51–65-vuotiaiden ryhmistä ja työssäkäyvistä kukaan ei ilmoittanut bussimatkailunsa vähenevän, mikä merkitsee että bussimatkoille riittää todennäköisesti matkustajia ainakin iän puolesta pitkään. Yli 65-vuotiaiden ja eläkeläisten ryhmässä oli suurin osuus heitä, jotka arvioivat bussimatkailunsa vähenevän. Tämä on luonnollista, koska iän myötä usein sairaudet tai muut matkalle lähtemisen esteet

yleensä lisääntyvät. Huomionarvoista on että näissä molemmissa ryhmissä oli kuitenkin 20–30 % niitä jotka arvioivat bussimatkailemista yhä lisääntyvän.

7.5 Bussikuljetukseen liittyvät tekijät

Kaikista bussimatkan eri osa-alueiden tekijöistä itse bussikuljetukseen liittyvät kolme tekijää saivat korkeimmat arvot tärkeydessään. Samat tekijät, eli turvallisuus, matkustuskomforti ja kuljettajan ammattitaito ja palveluasenne saivat myös Bussimatkailemisen tutkimus 2011:ssä korkeimmat arviot merkityksessä (Bussimatkailemisen tutkimus 2011). Näiden tekijöiden merkitys koko matkan onnistumiseen on bussimatkailemalla suuri, joten niiden saama korkea arvostus ei ole yllätys. Näissä osa-alueissa onnistuminen matkan aikana varmasti osittain paikkaa muissa osa-alueissa mahdollisesti tapahtuvia huonompia suorituksia. Turvallisuudessa, matkustuskomfortuudessa tai kuljettajan palveluvalmiudessa olevia puutteita sen sijaan on erittäin vaikea korvata muiden osa-alueiden onnistumisella. Kaikkien näiden tekijöiden suuresta merkityksestä kaikille matkustajille kertoo myös se, että eri taustatekijöiden mukaan vaihtelu oli varsin pientä, eli taustasta huolimatta vastaajat pitivät matkustuksen turvallisuutta, mukavuutta ja kuljettajan palveluvalmiutta erittäin tärkeinä. Pearcen (2005) TCP-mallin (travel career pattern) mukaan tärkeimmät motivaation lähteet ja tarpeet ovat kaikille matkustajille samat ja tämän tutkimuksen tulokset vahvistavat, että myös bussimatkan ominaisuuksien suhteen tietyt tekijät ovat kaikille matkustajille erittäin tärkeitä. Turvallisuus ja lepo/rentoutuminen (matkustuskomforti ja palvelun tärkeys) ovat juuri näitä perustarpeita, jotka ovat kaikille yhteisiä.

7.6 Matkanjohtajan toiminta ja opastus bussimatkan aikana

Eniten bussimatkaileijat arvostavat matkanjohtajan toiminnassa hänen osoittamaa huolenpitoa bussimatkan aikana. Huolenpito sai yhtä suuren arvostuksen kuin matkustuskomforti ja kuljettajan palveluvalmius, ja oli siis kaikkien bussimatkan eri osa-alueista kysytyistä tekijöistä neljän tärkeimmäksi arvioidun joukossa. Koulutustausta vaikuttaa huolenpidon tärkeänä pitämiseen varmasti esimerkiksi kielitaidon puuttu-

misen kautta, eli matalammin koulutetut pitävät tärkeänä että voivat luottaa matkanjohtajan apuun tarvittaessa jos eivät osaa kohdemaan kieltä.

Huolenpidon jälkeen matkanjohtajan toiminnassa tärkeimpänä pidetään faktatietojen kertomista matkan varrelta ja kohteista. Vähemmän tärkeää on tarinoiden tai kertomusten kuuleminen. Tämä osoittaa että vastaajille on bussimatkoilla uuden oppiminen tai tiedon saaminen (engl. education) tärkeämpää kuin viihteellisempi sisältö (engl. entertainment). Sinänsä yllättävää on, että koulutustaustaltaan matalamman koulutuksen omaavat (kansa/peruskoulu tai toisen asteen tutkinto) arvioivat nämä molemmat ominaisuudet tärkeämmäksi kuin korkeammin koulutetut (opistoaste tai korkeakoulututkinto).

7.7 Ruokailu- ja kahvipaikkoihin liittyvät ominaisuudet

Ruoka- ja kahvipaikkojen tärkeimmät ominaisuudet ovat vastaajien mukaan paikan viihtyisyys ja henkilökunnan palvelualltius. Viihtyvyys on tärkein ominaisuus kaikille ryhmille kansa- tai peruskoulutaustaisia lukuun ottamatta, joilla henkilökunnan palvelualltius menee vielä viihtyvyydenkin edelle. Muut tässä kyselyssä korkeat arviot tärkeydessä saaneet ominaisuudet (bussin matkustusmukavuus, kuljettajan palvelualltius, matkanjohtajan huolenpito) huomioon ottaen on ymmärrettävää näiden kahden ominaisuuden tärkeys. Bussimatalla halutaan selvästi rentoutua ja nauttia hyvästä palvelusta.

Itse ruokaan liittyvistä ominaisuuksista hieman tärkeämpää on ruokavaihtoehtojen monipuolisuus kuin niiden terveellisyys, ero ei kuitenkaan ole merkittävän suuri vaan molempien ominaisuuksien voidaan katsoa olevan tärkeitä. Terveellisyydellä tässä varmasti vastaajatkin ovat ymmärtäneet tarkoitettavan sitä mitä ei erikseen selitetty, eli että sillä tarkoitetaan ruuan olevan esimerkiksi vähärasvaisempaa tms., eikä ”epä-terveellisemmän” olevan jotenkin terveydelle välittömästi vaarallista.

Bussimatalla ruokailut ja kahvipaikoilla pidetyt tauot ovat hyviä mahdollisuuksia tutustua matkakumppaneihin, muihinkin kuin bussissa välittömässä läheisyydessä

istuviin. Eri ryhmät pitävät tätä mahdollisuutta eri arvossa. Miehillä tämä on naisia tärkeämpää, johtuen ehkä siitä että miehet matkustavat useimmiten puolison kanssa ja istuvat bussissa hänen vieressään, joten ruoka- ja kahvitaumat antavat mahdollisuuden vaihtaa kuulumisia muidenkin matkustajien kanssa. Matalammin koulutetuille on sosiaalinen ruokailu- tai kahvittelutilanne myös tärkeämpää kuin korkeammin koulutetuille, samoin kuin pienemmiltä paikkakunnilta tuleville. Varsinkin pienemmiltä (ja usein myös harvaanasutummilta) paikkakunnilta tuleville bussimatka saattaa olla tärkeä sosiaalinen tapahtuma, johtuen siitä että muuten ei välttämättä olla kovin paljon muiden ihmisten kanssa tekemisissä.

Se, että mahdollisuus valita itse ruokapaikka sai varsin matalan arvion tärkeydessä, liittyy varmasti bussimatkailussa arvostettuun huolettomuuteen. Bussimatkoille osallistuvat ovat valmiita luopumaan valinnanvapaudestaan jotta heidän ei tarvitse itse huolehtia ruokapaikan valinnasta, vaan saavat kävellä ns. valmiiseen pöytään. Toisaalta valinnanmahdollisuudesta luopuminen liittyy todennäköisesti osittain myös luotettavuuteen, eli matkustajat luottavat että matkanjärjestäjä on valinnut hyvän ruoka- tai kahvipaikan heidän puolestaan. Myös turvallisuuden tunne on tässä taustalla, esimerkiksi ulkomailla kielitaidottoman on helpompaa ja turvallisempaa mennä ryhmän mukana syömään valmiiksi varattuun ja yleensä myös valmiiksi maksettuun ruokailuun, kuin etsiä itse kaupungilta sopiva ravintola ja yrittää valita mahdollisesti vain paikallisella kielellä olevasta ruokalistasta sopiva ruoka.

Anniskelumahdollisuus ruokailun yhteydessä jäi tärkeydessä selvästi vähiten tärkeäksi ruokapaikan ominaisuudeksi. Tämä yhdessä esimerkiksi vapaissa kommentteissa esitettyjen mielipiteiden kanssa (esim. ”En halua matkustaa humalaisten seurassa”), osoittaa että tutkimuksessa tutkittujen bussimatkojen kaltaisilla matkoilla alkoholin nauttimista ei pidetä kovinkaan tärkeänä.

7.8 Käyntikohteiden ominaisuudet

Käyntikohteissa, eli museoissa, näyttelyissä, kirkoissa, kartanoissa tms., vastaajat pitivät ehdottomasti tärkeimpänä asiantuntevaa opastusta. Seuraavina tärkeydessä

tulivat historiallisten tietojen kuuleminen ja uusien asioiden oppiminen. Näiden ominaisuuksien järjestys ja korkea arvostus käyvät yhteen matkanjohtajan toiminnassa arvostetun faktatietojen kertomisen arvostuksen kanssa. Samoin kuin matkanjohtajan toiminnassa, viihteellisemmät tarinat ovat myös käyntikohteissa faktatietoja vähemmän tärkeässä asemassa. Bussimatkoille lähdetään siis oppimaan uutta, mutta usein ”oppiminen” toteutuu vapaamuotoisemmin kuin esimerkiksi varsinaisten opintojen yhteydessä, viihteen keinoin (ks. ”info-tainment/edu-tainment” luku 2.6).

Itsenäisen tutustumisen mahdollisuus ja käyntikohteessa oleva ostosmahdollisuus jakaa vastaajia taustan, lähinnä ikäryhmän mukaan. Nuoremmilla ikäryhmillä riittää terveyttä ja uskallusta tutkia kohdetta omin päin, kun taas iäkkäämmät mieluiten tutustuvat kohteeseen turvallisesti matkanjohtajan tai oppaan mukana ja iän mukanaan tuomien fyysisten vaivojen takia eivät ole välttämättä halukkaita ylimääräiseen liikuntaan. Iäkkäämmät matkustajat usein toteavat matkamuisto- ym. myymälöissä kodissa kirjahyllyjen jo olevan täynnä kaikenlaista kippoa ja patsasta, joten ylimääräisen tavaran hankkiminen matkoilta on vähemmän tärkeää. Vanhemmat ikäryhmät ovat myös eläneet tiukempia taloudellisia aikoja, eivätkä ole tottuneet viettämään aikaansa ”shoppaillen”, kuten nuoremmat.

Toiminnallinen osallistuminen käyntikohteessa, esimerkiksi valmistetaan itse joku matkamuisto tms., oli kaikille vastaajille selvästi vähiten tärkeää. Bussimatkalle osallistuvat haluavat selkeästi nauttia muiden tarjoamista palveluista ja itse tekeminen ei ole kovinkaan tärkeää. Ikärakenne on varmasti tässä merkittävässä asemassa, eli iän mukanaan tuomat fyysiset rajoitteet (näkö, liikkuminen ym.) vähentävät halua toiminnalliseen osallistumiseen.

7.9 Majoituspaikan ominaisuudet

Bussimatkalla käytettävien hotellien ja muiden majoituspaikkojen ominaisuuksista olivat tärkeimmät henkilökunnan palvelualltius ja huoneiden varustetaso. Yhdessä seuraavaksi tärkeimpien ominaisuuksien, hotellin sijainnin lähellä keskustaa ja ostosmahdollisuuksien läheisyys, kanssa vastaukset vahvistavat huolettomuus- ja help-

poustekijöiden tärkeyttä bussimatkailijoiden keskuudessa. Ostosmahdollisuudet ja hotellin sijainti keskustassa jakaa vastaajia ikäryhmän mukaan samoin kuin käyntikohteiden kohdalla itsenäisen tutustumisen mahdollisuus ja ostosmahdollisuudet kohteessa. Nuoremmille ikäryhmille myös majoituspaikan kohdalla nämä ominaisuudet ovat tärkeämpiä kuin vanhemmille, johtuen todennäköisesti samoista syistä kuin käyntikohteiden kohdalla.

Majoituspaikan oheispalveluiden, eli kuntosalin, kylpylän tms., tärkeys ei ole kovin suuri bussimatkoille osallistuville. Tässäkin on varmasti takana samat syyt kuin käyntikohteiden kohdalla toiminnallisen osallistumisen osalta, eli matkoille osallistuvien ikärakenne vaikuttaa tällaisten oheispalvelujen tärkeyteen. Bussimatkoille osallistuvat todennäköisesti lähtevät erikseen esimerkiksi kylpylämatkalle nauttimaan kylpylähoidoista ym., eivätkä nämä palvelut ole tutkitun kaltaisilla bussimatkoilla tärkeitä.

Viihdepalvelujen, esimerkiksi tanssiravintolan tai yökerhon, löytyminen majoituspaikasta tai läheltä on myös bussimatkoille osallistuville vähän tärkeää. Miehillä ja työsikäisillä nämä palvelut ovat hieman muita tärkeämpiä, mutta heilläkin ominaisuuksista toiseksi viimeisimpänä. Bussimatkalle lähdetään selvästi rentoutumaan muuten kuin viihdepalvelujen tai esimerkiksi alkoholin avulla. Tätä vahvistaa ruokapaikan ominaisuuksien kohdalla anniskelumahdollisuuden saama vähäinen arvostus.

Se, että hotellin kuuluminen tunnettuun ketjuun on majoituspaikan ominaisuuksista vähiten tärkeää, voidaan yhdistää bussimatkailijoiden matkoissa arvostamaan luotettavuuteen. Eli matkustajille ei ole tärkeää bussimatkoille osallistuttaessa majoittua tunnetussa hotelliketjussa, vaan he luottavat ammattitaitoisen matkanjärjestäjän valinneen puolestaan hyvän hotellin vaikka se ei kuuluisikaan tunnettuihin ketjuihin. Kun hotellimajoitusta varataan itse, on tunnettu hotelliketju usein matkustajan valintana helpon tiedonsaannin ja tuttuuden vuoksi.

7.10 Bussimatkalle osallistumisen syitä

Huolettomuuteen liittyvät tekijät nousivat tärkeimmiksi syiksi kysyttäessä vastaajilta syitä bussimatkoille osallistumiseen. Se, ettei tarvitse itse huolehtia aikatauluista, varauksista tms., on yhdessä matkanjohtajan tai kuljettajan osoittaman huolenpidon kanssa erittäin tärkeäksi arvostettuja huolettomuuteen liittyviä ominaisuuksia. Nämä huolettomuuteen liittyvät tekijät nousivat erityisesti matalammin koulutettujen vastaajien osalta esiin, johtuen todennäköisesti kielitaidossa olevista eroista.

Nauttimiseen tai rentoutumiseen liittyvät asiat, eli se että pääsee irti arkirutiineista ja että pystyy nauttimaan maisemista paremmin kuin omalla autolla liikkeessään, olivat myös erittäin tärkeiksi arvioituja asioita. Arkirutiineista irrottautuminen on muita ryhmiä tärkeämpää nuoremmille ikäryhmille ja työssäkäyville todennäköisesti johtuen työ- ja vapaa-ajan suhteesta verrattuna esimerkiksi eläkeläisiin, joilla käytännössä on vain vapaa-aikaa eikä arki kietoudu niin paljon työn ja perheen ympärille.

Bussimatkoilla käydään usein kohteissa joihin ei pääse välttämättä lainkaan vierailemaan muuten kuin ryhmänä. Tämä ominaisuus koettiin vastaajien kohdalla myös erittäin tärkeäksi. Tämä sekä matkan kohteen saama arvostus bussimatkan valintakriteerinä vahvistaa käsitystä bussimatkailusta matkailumuotona, jossa itse matkan kohteella on suuri merkitys ja sitä kohtaan matkustajilla on kenties suurimmat odotukset.

Bussimatkojen hintatason tärkeys tämän matkailumuodon ominaisuuksien joukossa sai kohtuullisen korkean arvostuksen. Ryhmämatkailun etuna yksilömatkailuun verrattuna on usein edullisempi hinta johtuen ryhmälennuksista ruokailuissa, kohteissa ja hotelleissa. Myös itse matkanteko bussilla on suhteessa edullisempaa kuin esimerkiksi omalla autolla. Ammatti- ja koulutustausta vaikutti jonkin verran hintatason merkitykseen, koska yleensä matalammin koulutetut ja alemmalla organisaatiotasolla työskentelevät ansaitsevat vähemmän, joten heille matkan hinnalla on suurempi merkitys.

Bussimatkailun ympäristöystävällisyys matkalle lähdön syynä sai arvostukseensa arvion asteikon puolivälin tuntumilta. Joukkoliikenteen ympäristöystävällisyydestä on julkisuudessa puhuttu paljon ja todennäköisesti matkustajilla on kohtuullisen hyvin tiedossa bussimatkailun ympäristöystävällisyys verrattuna moniin muihin kulkumuotoihin. Bussimatkalle lähdetään kuitenkin lähinnä nauttimaan huolettomasta matkailusta ja matkailumuodon ympäristöystävällisyydellä ei ole niin suurta merkitystä kuin monilla muilla tekijöillä.

Sosiaalisuuteen liittyvät tekijät, eli muiden matkustajien seura ja mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin, arvostettiin kysytyjen ominaisuuksien joukossa vähiten tärkeimmiksi. Tämä voi johtua siitä, että bussimatkalla on totuttu matkustamaan muiden seurassa ja tutustumaan uusiin ihmisiin, eikä näitä ominaisuuksia pidetä tärkeinä syinä bussimatkalle lähtöön, vaan automaattisina bussimatkailun piirteinä.

7.11 Bussimatkalle lähdön esteitä

Kaikki viisi bussimatkalle lähdön esteeksi kyselylomakkeessa esitettyä ominaisuutta saivat varsin pienet arvot, eli eivät ole kovinkaan merkittäviä esteitä vastaajille. Tämä on luonnollista, koska vastaajista suuri osa osallistuu bussimatkoille aktiivisesti.

Hintataso on suurimman arvon matkalle lähdön esteenä saanut tekijä, vastaajan taustasta riippumatta. Vaikka ryhmämatkailumuotonsa puolesta bussimatkat ovat edullisia verrattuna siihen että samat palvelut ostettaisiin yksityisesti, matkan hinta saattaa vaikuttaa korkealta koska bussimatkat sisältävät usein paljon etukäteen varattuja ja maksettuja palveluja. Matkaa ostettaessa ei välttämättä ajatella kuluja, joita matkan aikana tulee maksettavaksi jos ne eivät sisälly itse matkapakettiin.

Se, ettei pysty itse vaikuttamaan matkan ohjelmaan ja aikatauluun ja että bussimatkailu on hitaampaa kuin monet muut matkailumuodot, ovat suurempia esteitä matkalle lähtöön samoille ryhmille kuin esimerkiksi itsenäinen kohteeseen tutustuminen on tärkeää. Nuoremmat, korkeammassa asemassa olevat ja korkeammin koulutetut pitävät näitä ominaisuuksia suurempina esteinä bussimatkalle osallistumiselle, koska

ovat todennäköisesti matkustelleet myös itsenäisesti, jolloin voi itse päättää aikatauluistaan ja muusta matkan sisällöstä.

Se, että mukana on tuntemattomia ihmisiä, ei ole merkittävä este millekään ryhmälle. Bussimatkalle lähdettäessä on luonnollista että mukana on muitakin ja matkalle lähtemään valikoituu automaattisesti sellaisia henkilöitä, joille tämä ei ole suuri haitta. Myöskään bussimatkailun tuntemattomuus matkailutuotteena ei ole este matkalle lähtöön, syynä on varmasti se että kaikki vastaajat ovat osallistuneet vähintään yhdelle bussimatkalle saadessaan tutkimuslomakkeen vastattavakseen.

Cooperin (2004, 120) mainitsemista matkailun esteistä bussimatkalle osallistuvilla näyttää vaikuttavan eniten taloudelliset syyt. Myös fyysiset syyt, mm. terveys ja liikuntarajoitteet mainittiin vapaissa vastauksissa syiksi, jotka rajoittavat matkalle osallistumista. Toisaalta pelko muita matkustustapoja kohtaan (lentopelko) saa matkailijan valitsemaan bussimatkan.

7.12 Yhteenvetoa eri tekijöistä

Huolettomuus

Bussimatkailun yhtenä merkittävimpänä ominaisuutena voidaan vastausten perusteella pitää sen huolettomuutta. Tämän teeman alle kuuluvat kysymykset saivat korkeita arvostuksia kaikissa eri kysymysten osa-alueissa. Kuljetuksen osalta turvallisuus ja kuljettajan palvelualltius, matkanjohtajan ja kuljettajan huolenpito matkustajista, se ettei tarvitse itse huolehtia aikatauluista ja varauksista, se että rahanmenosta ei tarvitse huolehtia kun kaikki on etukäteen maksettu ja luotettavaksi koettu palvelu ovat kaikki tekijöitä jotka liittyvät huolettomuuteen.

Helppous

Varsinkin vapaissa vastauksissa korostettiin useita helppoutteen liittyviä asioita. Matkalle lähtöä pidettiin helppona kun pääsee läheltä kotia bussin kyytiin, samoin kuin sitä että bussilla pääsee lähelle käyntikohteita. Bussimatkailua pidettiin helppona

tapana nähdä kerralla paljon eri paikkoja. Myös esimerkiksi matkatavaroiden kulke-
minen kätevästi mukana oli ominaisuus, joka voidaan lukea helppous-teeman alle.
Huolettomuus ja helppous kietoutuvat osassa ominaisuuksia yhteen, esimerkiksi juu-
ri se ettei tarvitse itse varailla palveluita on vastaajien mielestä sekä huoletonta että
helppoa. Se, että valinnan mahdollisuus ruokapaikan suhteen ei ollut juurikaan tär-
keää, osoittaa myös sen että helppouden takia ollaan valmiita tinkimään valinnan-
mahdollisuudesta.

Nauttiminen, rentoutuminen

Maisemista nauttiminen, arkirutiineista irti pääseminen, bussin matkustusmukavuus,
ruokapaikkojen viihtyvyys ja ruokavaihtoehtojen monipuolisuus olivat kaikki tärkeäk-
si arvioituja nauttimiseen ja rentoutumiseen liittyviä tekijöitä. Myös kuljettajan sekä
ravintolan ja hotellin henkilökunnan palveluالتتius voidaan lukea tähän teemaan,
hyvästä palvelusta yleensä saadaan jonkinlaista nautintoa. Nautinnon ja rentoutumi-
sen hakeminen alkoholin ja viihdepalvelujen kautta ei näytä olevan tutkitun kaltaisille
bussimatkoille osallistuville tärkeää.

Faktat vs. viihteellisyys

Matkanjohtajan opastuksissa sekä käyntikohteissa bussimatkailijoita kiinnostavat
faktatiedot enemmän kuin viihteellisemmät tarinat. Matkoilla halutaan selvästi oppia
uusia asioita, nähdä uusia paikkoja ja kuulla eri paikkojen historiasta.

Sosiaalisuus

Ryhmässä matkaileminen on aina sosiaalinen tapahtuma. Tässä tutkimuksessa sosi-
aalisuuteen liittyvät tekijät eivät erityisesti korostuneet tärkeydellään, vaan arviot
asettuivat asteikon keskivaiheille. Vapaissa vastauksissa viitattiin muihin matkustajiin
usean vastaajan mainitsemilla laulun sanoilla: ”Linja-autossa on tunnelmaa”, jonka
voidaan katsoa kertovan siitä, etteivät muut matkustajat ainakaan häiritse vastaajia.
Vapaissa vastauksissa mainittiin myös mahdollisuudesta käyttää matkan aikana tois-
ten matkustajien osaamisalueita hyväksi ja toivottiin matkan aluksi vapaaehtoista

esittelykierrosta, jotta tutustuttaisiin muihin matkustajiin. Tämä viittaa siihen että matkustajat ovat kiinnostuneita toisista matkustajista.

Toiminnallisuus, omatoimisuus

Toiminnallinen osallistuminen ja omatoimisuutta vaativat asiat jakoivat vastaajia. Ruokapaikan valinnanmahdollisuus, itsenäinen tutustuminen kohteeseen, toiminnallinen osallistuminen kohteessa, majoituspaikan oheispalvelujen saatavuus sekä ostomahdollisuudet ovat selvästi tärkeämpiä nuoremmille matkailijoille. Myös huolettomuuteen liittyvien tekijöiden arvostus kertoo, että vanhemmat ikäryhmät haluavat bussimatkoilla pääasiassa rentoutua tekemättä kovinkaan paljon ylimääräistä.

Ihmisen toimintaan liittyvät tekijät

Ominaisuudet, joissa on mukana ihmisen toimintaa erottuvat kaikissa ryhmissä lähes korkeimmat arviot saaneina. Kuljettajan palvelualltius, matkanjohtajan ja kuljettajan huolenpito matkustajista, matkanjohtajan kertomukset, ravintolahenkilökunnan palvelualltius, asiantunteva opastus kohteessa ja hotellin henkilökunnan palvelualltius ovat tärkeämpiä kuin fyysinen ympäristö kuten huoneiden varustetaso tms. Myös matkustuksen turvallisuus, joka sai tutkimuksen korkeimman arvion, riippuu hyvin paljon kuljettajan inhimillisestä toiminnasta.

7.13 Motivaatioteorioiden soveltuvuus bussimatkailuun

Kuten luvussa 2.6 tuli ilmi, matkailuun liittyvät motiivit ja motivaatioteoriat eivät ole yksinkertaisia ja selviä asioita. Motivaatioita voidaan tarkastella monesta näkökulmasta, ne muuttuvat ajan myötä ja jopa samalla ihmisellä voi olla hyvin erilaisia syitä lähteä erilaisille matkoille. Tässä tutkimuksessa kävi selvästi ilmi, että bussimatkoille osallistuvilla on hyvin erilaisia syitä matkalle lähtöön ja myös se, että erilaisille bussimatkoillekin lähtöön on eri syyt. Tekijöistä löytyi viitteitä niin useiden tutkijoiden esittämään matkailijoiden matkustuksen syiden lajitteluun kuin push-pull –teoriaan.

Pearcen (2005) TCP-malli soveltuu mielestäni hyvin myös bussimatkoille osallistuvien matkailijoiden motiivien mallintamiseen. Selkeästi on erotettavissa kaikille tärkeitä elementtejä, kuten turvallisuus, huolettomuus ja helppous. Toiseksi on myös tekijöitä joiden tärkeys vaihtelee, esimerkiksi halu omatoimisuuteen tai ostosmahdollisuuksien tärkeys. Nämä voidaan lukea hyvin TCP-mallin keskitasoon kuuluviin tekijöihin, eli jotka muuttuvat ”matkailu-uran” myötä. Tuloksista oli selkeästi havaittavissa että esimerkiksi omatoimisuus on tärkeämpää nuoremmille matkustajille kuin iäkkäämille ja taas maisemien ihailu oli tärkeämpää vanhemmille matkustajille. Uloimpaan, vähiten merkitykselliseen tasoon voisi bussimatkailun osalta tämän tutkimuksen tulosten mukaan kuulua esimerkiksi viihteellisyys, joka sai matalat arviot kaikilta vastaajilta.

8 MITÄ VOIMME TEHDÄ?

8.1 Bussimatkailun vahvuuksien hyödyntäminen

Bussimatkoille osallistuville on selvästi tärkeää matkailun huolettomuus ja helppous. Näitä tekijöitä markkinoinnissa ja matkojen toteuttamisessa korostamalla bussimatkoille voidaan saada uusia asiakkaita. Tämän matkailumuodon vahvuudet ovat todennäköisesti varsin tuntemattomia sellaisille ihmisille, jotka eivät ole bussimatkoille osallistuneet. Mielikuvat palveluja käyttämättömien keskuudessa voivat olla hyvinkin erilaisia kuin todellisuus.

Bussimatkoja järjestävät yritykset ovat varsin pieniä ja markkinointiin käytettävissä olevat resurssit ovat rajalliset. Tästä syystä yleinen mielikuvamarkkinointi ja bussimatkailun saama julkisuus esimerkiksi erilaisissa lehtiartikkeleissa on hyvin vähäistä verrattuna vaikka etelän rantalomien hyvin yleiseen tunnettuuteen. Yritysten välisellä yhteistyöllä ja esimerkiksi alan kattojärjestö Linja-autoliiton panostamisella mielikuvien luomiseen bussimatkailusta voitaisiin luoda yleisön keskuudessa mielikuvaa

helppona ja huolettomana matkailumuotona kaikenikäisille. Monissa muissa Euroopan maissa bussimatkojen järjestäjät ovat koonneet tarjontansa yhteen paikkaan internetissä, esimerkiksi Isossa-Britanniassa www.coachholidays.com -sivulta löytyy yli kymmenen eri bussimatkanjärjestäjän matkoja (Coachholidays, 2012). Yhteistyöllä matkojen näkyvyys ja löydettävyys suuren matkailutarjonnan joukosta paranee huomattavasti.

Bussimatkailua järjestävien yritysten olisi myös kiinnitettävä huomiota tuotteidensa laatuun. Hyvin usein asiakas muodostaa mielikuvan koko alasta yhden tai muutaman yrityksen palvelujen perusteella. Yksikin huono kokemus bussimatkoista voi viedä matkailijalta innon osallistua enää ikinä kenenkään järjestämille bussimatkoille. Tässä tutkimuksessa esiin nousseisiin matkustajille tärkeisiin asioihin panostamalla matkustajat saadaan todennäköisesti tulemaan uudelleen bussimatkalle ja todennäköisesti myös kertomaan hyvistä kokemuksistaan ystävilleen ja tuttavilleen. Kiinnittämällä huomiota esimerkiksi bussien matkustusmukavuuteen (autojen siisteys ja kunto, istuimien väljyys, ilmastointi), kuljettajan ja matkanjohtajan palvelun laatuun sekä matkaohjelman laatimiseen asiakkaitten arvostuksien mukaan saadaan tyytyväisiä asiakkaita.

Laadukkaille palveluille on varmasti tulevaisuudessa edelleen kysyntää. Kuten kyselyn tuloksetkin osoittivat, suuri osa matkustajista aikoo todennäköisesti lisätä bussimatkailuaan lähitulevaisuudessa. Esimerkiksi Isossa-Britanniassa ja Keski-Euroopassa bussimatkailu on merkittävä matkailun ala ja siellä on tarjolla myös huippulaadukkaita bussimatkoja, joissa matkan hinta sisältää paljon lisäpalveluita, esimerkiksi matkatavaroiden kuljetuksen bussista hotellihuoneen ovelle tai vaikkapa vapaan virvoitusjuomatarjoilun bussimatkan aikana. Myös itse bussit ovat näillä matkoilla huippuvärusteltuja, mm. erittäin hyvillä istuimilla ja suurilla jalkatiloilla varustettuja. Yhä suurempi osa väestöstä Euroopassa kuuluu ikäryhmiin, jotka ovat jo kokeneita matkailijoita ja ovat valmiita panostamaan matkailun laatuun. Heillä on myös yhä enemmän vapaa-aikaa. Iän tuomat rajoitteet kuitenkin vähentävät heidän matkailua kaukokohteisiin ja tästä syystä kiinnostus helpompaan ja huolettomampaan matkailumuotoon lisääntyy.

Monissa muissa matkailutyypeissä, esimerkiksi etelän rantalomissa, on viime vuosina tullut yhä enemmän tarjolle ”all inclusive” –matkailutuotteita, joissa yhdellä kertaa ostetaan kaikki matkalla tarvittavat palvelut, esimerkiksi ruokailut hotellissa ja allasbaarin juomat ovat vapaasti käytettävissä koko matkan ajan. Bussimatkan ovat jo pitkään olleet samantyyppisiä ”all inclusive” –matkoja, koska matkapaketti yleensä sisältää kaiken kuljetuksista ruokailuihin ja majoituksesta pääsylippuihin. Markkinoinnissa pitäisikin enemmän tuoda esille bussimatkailun ominaisuutena myös sitä, ettei matkalle lähtijän tarvitse juurikaan huolehtia rahanmenosta matkan aikana koska kaikki on maksettu etukäteen. Tällöin ihmisillä mahdollisesti bussimatkailusta oleva hintamielikuva, ainakin pidempien matkojen osalta, muuttuisi edullisemmaksi.

8.2 Matkustajat ovat erilaisia

Matkustajan taustan tunteminen auttaa matkojen suunnittelemisessa ja toteuttamisessa. Vaikka sanotaan, että kaikki matkailijat ovat erilaisia, on heidän taustatietojen tietämisellä mahdollista jo etukäteen arvioida mikä kenellekin on matkalla tärkeää. Jos tietty matka suunnitellaan varta vasten tiettyä valmista ryhmää varten, voi matkanjärjestäjä tietää hyvinkin tarkkaan millaista väkeä matkalle on lähdössä. Jotkut ryhmät voivat olla hyvinkin homogeenistä, esimerkiksi hyvin samanikäistä ja samassa ammatissa toimivia ihmisiä samalta paikkakunnalta. Tällöin matkan ohjelmassa voidaan huomioida hyvin ryhmän kiinnostuksen kohteet ja toiveet.

Suurelta osin bussimatkat myydään kuitenkin yksittäisille matkustajille tai pienille ryhmille, joita voi olla samalla matkalla useita. Tällöin matkaa suunnitellessa matkanjärjestäjän pitää miettiä millaista väkeä tämäntyyppiseen kohteeseen tai matkalle lähtee ja tämän perusteella suunnitella muut matkapaketin osat sopimaan kyseiselle kohderyhmälle. Esimerkiksi jos matkakohde tai matkan ajankohta on sellainen että matkalle lähtee todennäköisesti iäkkäämpää matkustajakuntaa, kannattaa matkan muutkin palvelut kohdistaa heille sopiviksi. Kuten vastauksista tuli ilmi, esimerkiksi omatoimista tutustumista kohteeseen arvostettiin iäkkäämpien keskuudessa vä-

hemmän kuin nuorempien, eli tällaisella matkalla matkaohjelma kannattaa suunnitella siten että suurin osa ajasta on ohjattua toimintaa.

Matkanjohtajan tai kuljettajan toiminta bussimatkan aikana on erittäin tärkeä osa matkan onnistumista. Heidän olisikin tärkeä huomioida matkustajien erilaisuus ja osata matkan aikana ”lukea” ryhmän käyttäytymistä. Havainnoimalla millaista väkeä on matkalla mukana ja mikä heitä kiinnostaa tai ei kiinnosta, voivat kuljettaja tai matkanjohtaja kohdistaa voimavarojaan matkustajille tärkeisiin asioihin. Esimerkiksi jos mukana on epävarman oloisia matkustajia, jotka eivät mielellään lähde vaikkapa kaupungille omatoimisesti tutustumaan, voi kuljettaja tai matkanjohtaja mahdollisuksiensa mukaan tarjoutua auttamaan heitä. Jos taas ryhmän jäsenet vaikuttavat hyvinkin omatoimisilta ja pärjääviltä, voidaan esimerkiksi antaa enemmän aikaa omatoimiseen tutustumiseen. Matkaohjelmassa voisi olla jo valmiiksi joidenkin kohteiden kohdalla mahdollisuus tutustua kohteeseen omatoimisesti tai vaihtoehtoisesti osallistua johonkin ohjattuun toimintaan. Tällöin matkustajat tietäisivät jo matkaa varatessaan että tekemistä löytyy monentyyppiselle matkustajalle.

8.3 Matkan kohde tärkeintä

Tärkeä tässä tutkimuksessa esiin tullut seikka on että bussimatkan kohde oli tärkein asia matkaa valittaessa yli 80 %:lle vastaajista ja tätä voidaankin käyttää hyväksi bussimatkoja järjestettäessä. Koska suurin osa bussimatkoille osallistuvista on eläkkeellä, luonnollisesti matkan ajankohta ei ole heille niin tärkeää kuin itse kohde. Bussimatkoja järjestettäessä kannattaakin käyttää hyväksi sesonkien ulkopuolisia ajankohtia, jolloin myös matkustajille hankittavat palvelut, kuten majoitus, ruokailut ja pääsyliiput, ovat suurelta osin edullisempia kuin matkailusezonkien aikana. Matkailukohteissa on yleensä myös vähemmän ruuhkia sesonkien ulkopuolella, joten matkustajille pystytään tarjoamaan rauhallisempia ja miellyttävämpiä vierailuita kohteissa. Ajankohdan valinnassa on huomioitava millainen on matkan kohderyhmä, eli jos matkalle lähtee todennäköisesti työssäkäyvää ja nuorempaa väkeä, on huomioitava tarkemmin yleiset loma- ja vapaa-ajat.

Bussimatkailu näyttää tämän tutkimuksen perusteella olevan muidenkin kysymysten perusteella hyvin kohderiippuvainen. Bussimatkalle lähtemisen syissä korkealle sijoitui se, että bussimatkalla pääsee kohteisiin, joihin ei yksin pääsisi. Käyntikohteissa yleisesti matkojen ohjelmassa oleva ja tässä kyselyssä kohteiden osalta eniten arvostettu opastus on usein tarjolla vain ryhmille. Bussimatkojen markkinoinnissa voisi käyttää enemmän hyväksi näitä ominaisuuksia, vaikkapa korostamalla että bussimatkalla esimerkiksi saa kohteista enemmän irti kuin omatoimimatkalla.

9 TUTKIMUKSESTA

9.1 Validiteetti ja reliabiliteetti

Validiteetti kertoo tutkimuksen tai mittarin pätevyyden eli sen, kuinka hyvin se mittaa sitä mitä on tarkoitus mitata. Validiteetti voidaan jakaa useisiin eri alalajeihin, mm. sisältövaliditeettiin ja ulkoiseen validiteettiin. Sisältövaliditeetilla tarkoitetaan sitä kuinka hyvin mittari mittaa sitä mitä on tarkoitus mitata. Ulkoinen validiteetti taas kertoo kuinka hyvin tulokset ovat yleistettävissä koko perusjoukkoon. Ulkoinen validiteetti riippuu paljon otoksen valinnan onnistumisesta, eli siitä kuinka hyvin otos edustaa perusjoukkoa. Validiteettiin liittyvät tekijät pitää huomioida hyvin jo tutkimuksen suunnitteluvaiheessa. (KantiMOTV 2012, Research Rundowns 2012.)

Tutkimusta valmistellessani käytin paljon aikaa kysymysten sisällön, kyselylomakkeen muotoilun ja asettelun sekä aineiston keräämisen suunnitteluun. Kysymykset pyrin asettamaan siten, että ne olisivat yksiselitteisiä ja ymmärrettäviä ja lomakkeen muotoilemaan siten, että se etenee loogisesti aihe kerrallaan syvemmälle tutkittavaan aiheeseen. Kysymysten ymmärrettävyydestä ja kyselylomakkeen onnistuneesta suunnittelusta kertoo mielestäni paljon se, että lähes kaikki lomakkeet oli täytetty virheettömästi alusta loppuun. Huomionarvoista on vielä se että vastaajista noin puolet oli yli 65-vuotiaita. Mielestäni kysymyksillä sain vastauksen tutkimuksen tut-

kimuskysymyksiin. Muutaman kysymyksen kohdalla olisi kysymyksen tai vastausvaihtoehtojen muotoilulla voinut saada vielä syvällisempää tietoa. Avoimen kysymyksen runsas vastausmäärä (n. 1/3 vastaajista kirjoitti avoimeen kysymykseen jotain) kertoo vastaajien mielenkiinnosta aiheesta kohtaan ja vastaukset tukivat vahvasti monivalintakysymyksissä esiin tulleita asioita.

Tutkimuksen ulkoista validiteettia on vaikea arvioida kattavasti, koska bussimatkailusta ei ole saatavilla kattavaa tilastoa, johon otoksen sisältöä voisi verrata. Taustatekijöittäin tehdyssä vertailussa on oltava kriittinen sen suhteen, kuinka hyvin tiettyjen ryhmien osalta tuloksia voidaan yleistää, koska osassa ryhmistä oli varsin vähän vastaajia. Otoksen koko kokonaisuudessaan oli kuitenkin kohtuullisen suuri, joten kaikkien vastaajien vastaukset ovat varmasti hyvin valideja tutkimuksen kohteena olevien bussimatkojen kaltaisille matkoille osallistuvien suhteen.

Reliabiliteetilla tarkoitetaan mittarin johdonmukaisuutta, eli että se mittaa aina kokonaisuudessaan samaa asiaa. Reliaabelius tarkoittaa siis tutkimuksen tai mittarin kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Reliabiliteetin osatekijöitä ovat stabiliteetti ja konsistenssi, eli mittarin pysyvyys ajassa ja mittarin yhtenäisyys. Reliabiliteetti liittyy vahvasti validiteuteen. Vaikka mittari olisi reliaabeli mitaten johdonmukaisesti samaa asiaa, se ei välttämättä ole validi, eli mittari mittaaakin väärää asiaa. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2007, 226, KantiMOTV 2012, Research Rundowns 2012.)

Kysymystenasettelulla ja saatekirjeen ohjeistuksella pyrin siihen, että tutkimukseen ei vaikuttaisi se millä matkalla tai kenen matkanjärjestäjän matkalla vastaaja on, vaan että vastaaja miettisi bussimatkailuaan yleisemmin. Pyrin myös kysymään eri teemoihin liittyviä asioita eri aihealueiden yhteydessä, jolloin kysymysten vastauksia voi verrata keskenään. Kuten vastauksien analysoinnissa havaittiin, eri aihealueissa nousivat esille voimakkaasti samat asiat (esim. huolettomuus, helppous), eli kysymysten voidaan arvioida mitanneen johdonmukaisesti samaa asiaa. Tutkimuksen tulokset vahvistivat myös jo pidemmän ajan kuluessa suorittamani havainnoinnin perusteella tekemäni johtopäätökset bussimatkailun vetovoimatekijöistä. Tämän johdosta vahva käsitykseni on että jos tutkimus tehtäisiin jonkin ajan kuluttua uudelleen, olisivat tulokset samansuuntaiset.

9.2 Tutkimuksen hyödynnettävyys

Vaikka tutkimus on tehty yhden matkanjärjestäjän asiakkaiden keskuudessa, ovat tulokset hyödynnettävissä laajemmin alan keskuudessa Suomessa, osittain myös kansainvälisesti. Tutkimuskysymys ja kyselylomakkeen kysymykset oli suunniteltu alun perin niin, ettei tutkimuksen tuloksiin vaikuta että kyselyssä on mukana vain yhden yrityksen asiakkaita. Tutkimuksen rajaus rajasi mukaan vain tietynlaiset bussimatkat ja niiden asiakkaat, mutta tulokset ovat suurelta osin hyödynnettävissä myös muunlaisten bussimatkojen kehittämisessä. Esimerkiksi risteily-, konsertti- tai teatterimatkoille lähtemisen motivaatioissa ja syissä on varmasti paljon samaa kuin tässä tutkimuksessa tutkituissa, hieman monitahoisemmissa bussimatkoissa. Huolettomuus ja helppous ovat myös näissä matkoissa oleellinen tekijä.

Tutkimuksen tuloksia hyödyntämällä bussimatkoja järjestävät yritykset voivat kehittää tuotteistaan entistä paremmin asiakkaita tyydyttäviä. Tuntemalla asiakkaan paremmin voidaan panostaa asioihin, jotka ovat juuri tietyille asiakasryhmälle tärkeitä ja karsimaan turhat ja tarpeettomat toimenpiteet. Matkojen kannattavuuteen tällä on vaikutusta kahdella tapaa: tarpeettomat asiat karsimalla saadaan kustannuksia alas ja asiakas on toisaalta valmiimpi maksamaan enemmän tuotteesta, joka on hänen tarpeisiinsa paremmin sopiva.

Tämän tutkimuksen tuloksia voivat hyödyntää monet matkailutoimialan toimijat, ei pelkästään bussimatkoja järjestävät tahot. Monelle matkailuyritykselle, ravintolalle tai hotellille bussiryhmät ovat merkittävä asiakasryhmä. Tämän tutkimuksen tuloksista nämä toimijat varmasti löytävät asioita, joihin panostamalla asiakkaista saa entistä tyytyväisempiä. Ryhmien erityispiirteet ja tiettyjen taustatekijöiden vaikutuksen huomioimalla he voivat kohdistaa voimavaransa asioihin, jotka juuri tietyille ryhmälle ovat merkityksellisiä ja tärkeitä.

9.3 Jatkotutkimuksen aiheita

Tässä tutkimuksessa tutkittiin vain bussimatkalle osallistuvien matkailijoiden arvostuksia ja mielipiteitä. Bussimatkailun tulevaisuuden kehittämisen kannalta olisi tärkeää tutkia myös ei-käyttäjien mielipiteitä. Vaikka tutkimuksen tuloksien mukaan bussimatkoille näyttäisi riittävän kysyntää vielä ainakin lähitulevaisuudessa, myös uusien matkailijoiden saaminen bussimatkoille on tärkeää. Mitkä ovat ei-käyttäjien mielikuvat bussimatkoista ja mitkä ovat esteitä bussimatkoille osallistumiselle, olisivat tärkeimmät tutkimuskysymykset potentiaalisia uusia käyttäjiä tutkittaessa. Haasteena tämän kaltaiselle tutkimukselle on otoksen määrittäminen, vastaajien tavoittaminen ja motivointi vastaamaan.

Koska tämä tutkimus ei ollut asiakastytyväisyystutkimus, tärkeä tutkimuksen aihe olisi myös tämän tutkimuksen tuloksiin liittyen tutkia kuinka matkailijoiden tärkeänä pitämät asiat toteutuvat bussimatkojen aikana. Tämä olisi lähinnä yrityskohtainen tutkimus joka hyödyttäisi kohteena olevan yrityksen tuotteiden kehittämisessä. Resurssien salliessa tällaisen tutkimuksen voisi tehdä myös isommalla otoksella useiden alan yritysten asiakkaiden keskuudessa, jolloin saataisiin kattavampaa tietoa koko bussimatkailualaa koskien.

Tämän tutkimuksen aikana kerättyä kyselylomakeaineistoa voisi jatkotutkimuksessa vielä analysoida tarkemmin. Esimerkiksi matkailun määrän vaikutuksia arvostuksiin voisi vertailla tekemällä lisää ristiintaulukointeja. Tällä voitaisiin testata esimerkiksi tarkemmin Pearcen (2005) TCP-mallin soveltuvuutta bussimatkoille osallistuvien matkailijoiden motivaatioiden selittämisessä.

Yksi mielenkiintoinen aihe jatkotutkimukselle bussimatkailun suhteen olisi myös niiden sosiaalisen luonteen vaikutus matkalle osallistumiselle. Osittain tässä tutkimuksessa yritin löytää vastauksia myös tähän teemaan liittyen ja yllätyin hieman siitä, että ryhmähenki, ryhmän tuki tms. asiat eivät nousseet kovinkaan voimakkaasti esiin. Omien havaintojeni mukaan sosiaalisuudella on kuitenkin kohtuullisen suuri osuus bussimatkailussa, koska siinä matkustajat ovat väistämättä tekemisissä muiden mat-

kustajien kanssa. Tähän teemaan voisi paneutua enemmän laadullisilla tutkimusmenetelmillä, esimerkiksi erilaisilla havainnointimenetelmillä bussimatkojen aikana.

LÄHTEET

Alasuutari, P. 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.

Ateljevic, I. 2000. Tourist Motivation, Values and Perceptions. Teoksessa Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure. Woodside A.G. et.al. CABI Publishing.

Becken, S. 2005. Toward Sustainable Tourism Transport: An Analysis of Coach Tourism in New Zealand. *Tourism Geographies*, Vol. 7, No. 1, s. 23 – 42.

Bussimatkailututkimus 2011. Innolink Research Oy. Teettäjänä Linja-autoliitto ry (LAL) ja Suomen matkatoimistoalan liitto ry (SMAL). Tuloksia esitelty mm. Matka 2012 -messuilla seminaarissa tammikuussa 2012.

Chang, J. C. 2007. Travel motivations of package tour travelers. *Tourism*. Vol. 55. No. 2. s. 157 – 176.

Coachholidays. 2012. Viitattu 25.11.2012. <http://www.coachholidays.com>

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. 2004. *Tourism. Principles and Practice*. Third Edition. Prentice Hall.

Decrop, A. 2000. Personal Aspects of Consumers' Decision-Making Processes Revisited Through a Grounded Theory of Belgian Vacationers. Teoksessa Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure. Woodside A.G. et.al. CABI Publishing.

Downward, P & Lumsdon, L. 1999. The Determinants of Day Excursion Coach Travel: A Qualitative Marketing Analysis. *The Service Industries Journal*. Vol. 19, No. 4.

Driven in style. *Travel Weekly*. 21.5.2007 s. 20 – 21.

Eurobarometer 2011. Survey on the attitudes of Europeans towards tourism. Analytical report Wave 3. Flash Eurobarometer 328. European Commission.

Hanefors, M. & Mossberg L. L. 2000. Package Tourism and Customer Loyalties. Teoksessa Consumer Behavior in Travel and Tourism. Pizam, A. & Mansfeld, Y (toim.). The Hayworth Hospitality Press.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. painos. Helsinki: Tammi.

Heinonen, S. 2009. Matkailun tulevaisuus. Megatrendejä ja heikkoja signaaleja. Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Turun kauppakorkeakoulu. Prof. Sirkka Heinosen luentomateriaali Matkatieto 2009 –päivillä. <http://www.smal.fi/file.php?233>

Hemmi, J. & Vuoristo, K-V. 1993. *Matkailu*. Porvoo: WSOY.

Hudson, S. & Gilbert, D. 2000. *Tourism Constraints: the Neglected Dimension of Consumer Behaviour Research*. Teoksessa *Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure*. Woodside A.G. et.al. CABI Publishing.

Juntunen J. 2011. Mennään bussilla. *Yhteishyvä* 8/2011. 54 – 55.

KvantiMOTV 2012. Kvantitatiivisten menetelmien tietovaranto. Viitattu 29.11.2012. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/intro.html>

Liikenne- ja viestintäministeriö. 2011. Julkisen liikenteen suoritetilasto 2009. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 13/2011.

MEK. 2006. *Matkailu vuonna 2020 – faktaa ja fiktiota*. Matkailun edistämiskeskuksen päivitetty skenaarioraportti. Saatavilla MEK:n sivuilta <http://www.mek.fi>

Meng, F. 2010. Individualism/collectivism and group travel behavior: a cross-cultural perspective. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. Vol 4. No 4. s. 340 – 351.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. *Kehittämistyön menetelmät*. Uudenlaisista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Page, S. J. 2009. *Tourism Management. Managing for Change*. 3. painos. Butterworth-Heinemann.

Paris, C. M. & Teye, V. 2010. Backpacker Motivations: A Travel Career Approach. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 19. s. 244 – 259.

Pearce P. L. 2005. *Tourist Behaviour. Themes and Conceptual Schemes*. Channel View Publications.

Researc Rundowns. 2012. Instrument, Validity, Reliability. Viitattu 11.12.2012 <http://researchrundowns.wordpress.com/quantitative-methods/instrument-validity-reliability/>

Songshan, H. 2010. Measuring Tourist Motivation: Do scales matter?. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. Vol. 5. No 1. s. 153 – 162.

Swarbrooke, J. & Horner, S. 2007. *Consumer Behaviour in Tourism*. Butterworth-Heinemann.

The 2011 – 2012 Travel & Tourism Market Research Handbook. Richard K. Miller & Associates. s. 177.

Tilastokeskus. 2012. Väestön ikärakenne. Viitattu 2.11.2012. http://tilastokeskus.fi/tup/vl2010/vaelak_findi_vaik.html

Van Bennekom, F. C. 2002. *Customer Surveying. A Guidebook for Service Managers*. Customer Service Press.

Vartiainen, S. 2012. Tältä alalta saa töitä ilman koulutustakin. Matkailu- ja ravintola-palveluiden MaRa ry:n toimitusjohtaja Timo Lapin haastattelu Taloussanomissa. Viitattu 11.12.2012. <http://www.taloussanomat.fi/palvelut/2012/12/11/talta-alalta-saa-toita-ilman-koulutustakin/201243537/12?rss=13>

Veal, A. J. 2006. Research Methods for Leisure and Tourism. A. Practical Guide. Third edition. Prentice Hall.

Liite 1. Saatekirje

Tervehdys arvoisa bussimatkailija!

Opiskelen työni ohessa Jyväskylän ammattikorkeakoulussa Palveluliiketoiminnan koulutusohjelmassa ylempää ammattikorkeakoulututkintoa (restonomi, ylempi amk). Opinnäytetyönäni teen tutkimusta bussimatkoille osallistumiseen liittyvistä tekijöistä. Toivon, että Sinulla olisi muutama minuutti aikaa vastata liitteenä olevaan kyselylomakkeeseen ja näin antaa minulle ja koko bussimatkailualalle tärkeää tietoa tekijöistä, jotka ovat Sinulle tärkeitä syitä osallistua bussimatkoille. Korostan, että tämä ei ole oman yritykseni asiakastytyväisyystutkimus, vaan tarkoituksena on saada tietoa bussimatkoille osallistuvien matkustajien matkustamisen syistä ja arvostuksista yleisemmällä tasolla ja tulosten avulla kehittää bussimatkailualaa. Vastatessasi toivonkin Sinun ajattelevan bussimatkailua laajemmin kuin vain matkailua *"Mannisen matkassa!!"*.

Bussimatalla tarkoitetaan tässä kyselyssä tilausbussilla tehtävää, matkanjärjestäjän tai esimerkiksi jonkun yhdistyksen järjestämää matkapakettia, johon yleensä kuuluu bussikuljetus, käyntikohteita, ruokailuita ja kahvituksia sekä useamman päivän matkoilla majoitus. Kyselyssä **Ei siis tarkoiteta** säännöllisen aikataulunmukaisen linjaliikenteen busseilla (pikavuorot, vakiovuorot, palveluliikenne) tehtävää matkailua.

Halutessasi voit täyttää alla olevan yhteystietolomakkeen. Kaikkien yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan 10 kpl Bussi-Mannisen matkalahjakortteja. Yhteystiedot käsitellään erikseen, eikä mitään vastauksia voi yhdistää tiettyyn vastaajaan. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja vain tutkimuksen tekijän toimesta. Palautathan lomakkeen heinäkuun loppuun mennessä oheisella palautuskuorella, **postimaksu on jo maksettu!**

Annan mielelläni lisätietoja kyselyä koskien!

Anssi Manninen
Lehdonkuja 5
34600 Ruovesi
anssi.manninen@busmanni.fi
puh. 0500 559 859



Osoitelähde: Bussi-Manninen Oy:n asiakasrekisteri

----- Leikkaa tästä ja liitä kyselylomakkeen mukaan palautuskuoreen -----

HALUAN OSALLISTUA MATKALAHJAKORTTIEN ARVONTAAN

Nimi: _____

Osoite: _____

Puhelinno: _____

Sähköposti: _____

Yhteystietojasi **ei käytetä** markkinointiin tms. ja ne tuhotaan välittömästi arvonnän jälkeen.

Liite 2. Kyselylomake

Vastausohje: vastaa kysymyksiin ympyröimällä sopiva vaihtoehto/sopivat vaihtoehdot, esimerkiksi: ①

1. Kuinka usein osallistut **bussimatkoille**?

(mieti tilannettasi parin-kolmen viimeisen vuoden ajalta, katso tarvittaessa **bussimatkan** määritelmä saatekirjeestä)

- 0 harvemmin kuin kerran vuodessa
 1 1 – 2 kertaa vuodessa
 2 3 – 5 kertaa vuodessa
 3 yli 5 kertaa vuodessa

2. Kuinka usein osallistut **erityyppisille bussimatkoille**?

(valitse ympyröimällä **jokaiselta riviltä yksi** vaihtoehto)

| | en koskaan/ alle kerran vuodessa | noin kerran vuodessa | 2-3 kertaa vuodessa | yli 3 kertaa vuodessa |
|---|--|-------------------------|------------------------|--------------------------|
| 1 päivän kiertomatkat bussilla Suomessa | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 1 päivän teatteri-, konsertti- tai oopperamatkat bussilla ... | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 1 päivän messu- tai ostosmatkat bussilla | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2 – 4 päivän bussimatkat Suomessa | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 5 päivän tai pidemmät bussimatkat Suomessa | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Risteilymatkat Ruotsiin tai Viroon, sisältäen bussimatkan .. | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 2 – 4 päivän bussimatkat ulkomaille | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 5 päivän tai pidemmät bussimatkat ulkomaille | 0 | 1 | 2 | 3 |

3. Minkälaisessa **seurueessa** osallistut bussimatkoille?

(valitse ympyröimällä **jokaiselta riviltä yksi** vaihtoehto)

| | en koskaan | silloin tällöin | useim- miten | aina |
|--|---------------|--------------------|-----------------|------|
| Yksin | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Puolison kanssa | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Lasten tai lastenlasten kanssa | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Vanhempien tai isovanhempien kanssa | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Yhden – kahden ystävän/tuttavan kanssa | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Suuremman ystävä-/tuttavaseurueen kanssa | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Osana suurempaa ryhmää (esim. yhdistys, seura tms.) | 0 | 1 | 2 | 3 |

4. **Mitkä asiat** ovat merkittäviä kun teet päätöstä bussimatkalle lähdöstä?

(**numeroi** alla olevat **tärkeysjärjestykseen** numeroilla 1 – 6, jossa 1 = sinulle tärkein asia, 2 = toiseksi tärkein asia, jne.)

- ___ matkan kohde/kohteet
 ___ matkan ajankohta
 ___ matkan hinta
 ___ matkakumppanin/kumppaneiden mielipide
 ___ kuka järjestää matkan (matkatoimisto, yhdistys tms.)
 ___ ketä muita samalle matkalle lähtee
 ___ joku muu syy, mikä? _____

5. Kuinka arvelet **oman** bussimatkailusi **määrän muuttuvan** lähitulevaisuudessa?

(ympyröi sopiva vaihtoehto)

0 vähenee nykyisestä

1 pysyy ennallaan

2 lisääntyy nykyisestä

(jatkuu seuraavalla sivulla...)

2 (4)

6. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia asioita bussimatkoilla?

(ympyröi jokaiselta riviltä yksi vaihtoehto, arvioi asteikolla: 1 = ei lainkaan tärkeää – 5 = erittäin tärkeää)

ei lainkaan
tärkeääerittäin
tärkeää**Kuljetus:**

| | | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|
| Bussin matkustusmukavuus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Kuljettajan palveluattius | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Matkustuksen turvallisuus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Opastus/matkanjohtajan* toiminta:

(* = myös kuljettaja voi toimia matkajohtajana bussimatkoilla)

Faktatietojen kertominen kohteista ja

| | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---|
| matkareitin varrelta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------|---|---|---|---|---|

Tarinoiden ja kertomusten kertominen

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| käyntikohteista ja matkareitiltä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Matkanjohtajan huolenpito matkustajista ... | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

Ruokailut ja kahvipaikat:

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Ruokailu- tai kahvipaikan viihtyisyys | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Ruokavaihtoehtojen monipuolisuus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Ruokavaihtoehtojen terveellisyys | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|

Anniskelumahdollisuus ruuan kanssa

| | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|---|
| (viini, olut tms.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------|---|---|---|---|---|

Mahdollisuus yhteiseen hetkeen muiden

| | | | | | |
|---------------------------|---|---|---|---|---|
| matkustajien kanssa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|---|---|---|---|---|

Ravintolan/kahvilan henkilökunnan

| | | | | | |
|---------------------|---|---|---|---|---|
| palveluattius | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------|---|---|---|---|---|

Oma valinnanmahdollisuus ruoka- tai

| | | | | | |
|---------------------------|---|---|---|---|---|
| kahvipaikan suhteen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------|---|---|---|---|---|

**Käyntikohteet (museot, näyttelyt, kirkot,
kartanot ym.):**

| | | | | | |
|--------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Asiantunteva opastus kohteessa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|
| Uusien asioiden oppiminen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Historiallisten tietojen kuuleminen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

Toiminnallinen osallistuminen (esimerkiksi

| | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| valmistetaan jotain itse, tms.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-----------------------------|---|---|---|---|---|
| Tarinoiden kuuleminen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------|---|---|---|---|---|

Mahdollisuus tutustua itsenäisesti

| | | | | | |
|------------------|---|---|---|---|---|
| kohteeseen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|
| Ostosmahdollisuus kohteessa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|

Majoitus (hotellit ym.):

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Hotellin sijainti kaupungin keskustassa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

Hotellin kuuluminen johonkin tunnettuun

| | | | | | |
|----------------------|---|---|---|---|---|
| hotelliketjuun | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|-----------------------------|---|---|---|---|---|
| Huoneiden varustetaso | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|
| Hotellin henkilökunnan palveluattius | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|

Majoituspaikan oheispalvelut (sauna,

| | | | | | |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|
| kylpylä, kuntosali tms.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|

Viihdepalvelujen (tanssiravintola, yökerho

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| tms.) löytyminen hotellista tai läheltä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

| | | | | | |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Ostosmahdollisuuksien läheisyys | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------------|---|---|---|---|---|

(jatkuu seuraavalla sivulla...)

3 (4)

7. Kuinka tärkeitä **syitä bussimatkalle osallistumiseen** sinulle ovat seuraavat?

(ympyröi jokaiselta riviltä yksi vaihtoehto, arvioi asteikolla: 1 = ei lainkaan tärkeää – 5 = erittäin tärkeää)

| | ei lainkaan tärkeää | | | | erittäin tärkeää |
|---|------------------------|---|---|---|---------------------|
| Bussimatkailun ympäristöystävällisyys | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ei tarvitse itse huolehtia aikatauluista, maksuista, varauksista ja matkareiteistä | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Pääsee irti arkirutiineista | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Muiden matkustajien seura | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Matkanjohtaja/kuljettaja pitää huolta matkustajista ja auttaa tarvittaessa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Pystyy nauttimaan maisemista paremmin kuin omalla autolla liikuttaessa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Pääsee kohteisiin, joihin ei yksin pääsisi | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mahdollisuus tutustua uusiin ihmisiin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Bussimatkojen hintataso | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

8. Kuinka merkittäviä **esteitä bussimatkalle osallistumiseen** sinulle ovat seuraavat?

(ympyröi jokaiselta riviltä yksi vaihtoehto, arvioi asteikolla: 1 = ei lainkaan merkittävä este – 5 = erittäin merkittävä este)

| | ei lainkaan merkittävä este | | | | erittäin merkittävä este |
|---|-----------------------------------|---|---|---|--------------------------------|
| En pysty itse vaikuttamaan matkan ohjelmaan tai aikatauluun | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Mukana on ennestään tuntemattomia muita matkustajia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Bussimatkat ovat minulle tuntematon matkailutuote | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Bussimatkojen hintataso | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Bussimatkailu on hitaampaa kuin esimerkiksi omalla autolla tai lentäen liikkuminen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

9. Toivoisin, että kirjoittaisit tähän vielä **vapaasti mielipiteitäsi** bussimatkailusta tai bussimatkoista, esimerkiksi sinulle tärkeistä syistä lähteä tai olla lähtemättä bussimatkoille (asioista, joita ei aikaisemmissa kysymyksissä mainittu) tai bussimatkailusta verrattuna muihin matkailutapoihin:

(HUOM!! jatkuu seuraavalla sivulla...)

Taustatiedot:

(ympyröi sopiva vaihtoehto jokaisesta kysymyksestä)

- 10. Sukupuoli**
- 1 nainen
 - 2 mies
- 11. Ikä**
- 1 20 – 35 vuotta
 - 2 36 – 50 vuotta
 - 3 51 – 65 vuotta
 - 4 yli 65 vuotta
- 12. Työtilanne tällä hetkellä**
- 1 töissä
 - 2 työtön
 - 3 eläkkeellä
 - 4 opiskelija (ohita seuraava kysymys)
- 13. Ammattiasemasi (jos olet työtön tai eläkkeellä, valitse viimeisin ammattisi)**
- 1 yrittäjä/maatalousyrittäjä
 - 2 johtavassa asemassa
 - 3 toimihenkilö/esimies
 - 4 työntekijä
 - 5 muu, mikä? _____
- 14. Koulutus (valitse korkein suorittamasi tutkinto)**
- 1 kansakoulu/peruskoulu
 - 2 toisen asteen tutkinto/ammattikoulu/lukio
 - 3 opistoasteen tutkinto
 - 4 korkeakoulututkinto
 - 5 muu, mikä? _____
- 15. Asuinpaikkakuntasi**
- 1 alle 10.000 asukkaan kunta/kaupunki
 - 2 10.000 – 50.000 asukkaan kunta/kaupunki
 - 3 50.000 – 100.000 asukkaan kaupunki
 - 4 yli 100.000 asukkaan kaupunki

Kiitos vastauksestasi!!***Jos haluat osallistua arvontaan, muistathan liittää saatekirjeessä oleva yhteystietolomake vastauksesi mukaan!***