



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Erika Puumala

SUOMALAISET AU PAIRIT MATKAILI- JOINA JA HEIDÄN MATKUSTUS- MOTIIVINSA YHDYSVALLOISSA

Liiketalous ja matkailu
2014

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Erika Puumala
Opinnäytetyön nimi	Suomalaiset au pairit matkailijoina ja heidän matkustusmotiivinsa Yhdysvalloissa
Vuosi	2014
Kieli	suomi
Sivumäärä	45+ 1 liitettä
Ohjaaja	Thomas Sabel

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia suomalaisten au pairien matkustusmotiiveja ja -tapoja Yhdysvalloissa. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miksi au pairit matkustavat au pair -vuotensa aikana Yhdysvalloissa ja minkälaisia he ovat matkailijoina.

Tutkimuksen teoreettisessa osuudessa selvennetään aluksi tärkeitä käsitteitä, kuten mitä tarkoitetaan au pairilla ja matkailijalla. Teorian tärkeimmät osat koskevat matkailijasegmenttejä, matkustusmotiiveja ja kuluttajakäyttäytymistä. Lisäksi teoriassa kerrotaan matkailijan kohdevalinnoista, vetovoimatekijöistä ja Yhdysvaltojen suosituimmista matkakohteista. Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja haastattelut suoritettiin teemahaastatteluina. Haastatteluihin osallistui viisi entistä au pairia.

Tutkimustulosten perusteella suomalaiset au pairit ovat matkailijoina seikkailunhaluisia, rohkeita ja sopeutuvaisia. Heillä on positiivinen asenne matkustamista kohtaan ja he ovat avarakatseisia. Päämotiiveina matkustamiseen oli saada au pair -vuodesta kaikki mahdollinen irti, halu nähdä ja kokea mahdollisimman paljon erilaisia paikkoja. Matkustaminen mahdollisti irtioton arjesta antaen vapautta ja itsenäisyyttä au pareille. Matkustamisen hyötyinä koettiin olevan unohtumattomat kokemukset ja muistot sekä luotto omaan kykyihin.

ABSTRACT

Author	Erika Puumala
Title	Finnish au pairs as travellers and their motives to travel in the USA
Year	2014
Language	Finnish
Pages	45+ 1 Appendices
Name of Supervisor	Thomas Sabel

The purpose of this thesis was to research Finnish au pairs' travelling motives and habits in the United States of America. The aim of the research was to find out why au pairs do travel during their au pair year in the USA and what kind of travellers they are.

The theoretical aspect deals first with some important terms, for instance what does the terms au pair and traveller mean. The most important parts of the theory aspect discusses about traveller segments, travelling motives and consumer behavior. The theory consists also information about destination choices, pull factors and the most popular attractions of the USA. The research was qualitative and the material was collected by interviews, in which five former au pairs participated.

Based on the study results Finnish au pairs are adventurous, brave and adaptable as travellers. They have positive attitude towards travelling and they are open-minded. The main motives to travel were to get the most out of the au pair year, to see and explore different kind of places as much as possible. Travelling provided an escape from everyday life giving some freedom and independence for the au pairs. The benefits from all travelling were unforgettable experiences, memories and credits in their own abilities.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	4
2	AU PAIRIEN MATKUSTAMINEN YHDYSVALLOISSA	5
	2.1 Au pair ja au pair -toiminta	5
	2.2 Käsitteet: matkailu, matkailija ja vapaa-aika	6
	2.3 Vapaa-ajan matkustus	8
	2.4 Matkailijasegmentit.....	9
	2.4.1 Psykograafiset matkailijatyypit.....	10
	2.4.2 Matkailijan roolit.....	11
	2.4.3 Nuori matkailija	11
	2.5 Motiivit matkustamiseen.....	13
	2.6 Matkailijan kuluttajakäyttäytyminen	16
	2.7 Matkailijan asenteet ja kohdevalinnat.....	17
	2.8 Attraktiot ja vetovoimatekijät	18
	2.9 Matkailu Yhdysvalloissa.....	19
3	TEOREETTINEN VIIITEKEHYS.....	22
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	23
	4.1 Tutkimusmenetelmät.....	23
	4.2 Tutkimuksen tavoite.....	24
	4.3 Haastattelujen toteutus	25
5	TUTKIMUSTULOKSET	27
	5.1 Au pair matkailijana.....	27
	5.2 Suhtautuminen matkustamiseen.....	28
	5.3 Motiivit matkustamiseen.....	29
	5.4 Matkapäätökseen vaikuttavat tekijät.....	30
	5.5 Au parien matkakohteet Yhdysvalloissa.....	30
	5.6 Asenteet ja mielikuvat Yhdysvalloista.....	32
	5.7 Matkustustavat	32
	5.8 Matkustamisen vaikutukset ja hyödyt.....	35

6	YHTEENVETO	36
6.1	Tulosten tarkastelu	36
6.2	Pohdinta	41
6.3	Tutkimuksen luotettavuus	42
6.4	Jatkotutkimusehdotukset	43
	LÄHTEET	44
	LIITTEET	

LIITELUETTELO

LIITE 1. Haastattelurunko

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on tutkia suomalaisten au pairien matkustusmotiiveja ja sitä, minkälaisia he ovat matkustajina au pair -vuotensa aikana Yhdysvalloissa. Kiinnostukseni tutkia au pairien matkustusmotiiveja ja -tapoja lähti omasta au pair -kokemuksesta. Olen työskennellyt vuoden au pairina Yhdysvalloissa ja matkustelin usein vuoteni aikana. Pidän aihetta mielenkiintoisena, sillä yleensä au pairit matkustavat paljon au pair -vuotensa aikana, ja onkin hyvä tutkia, mitkä motiivit ovat kaiken matkustamisen takana ja minkälaisia au pairit ovat matkustajina. Lisäksi aihetta on tärkeä tutkia enemmän, koska au paireista ei ole aiemmin tehty kuin yksi tutkimus, joka käsitteli au pairien kokemuksia kansainvälistymisestä.

Teoriaosuudessa perehdytään vapaa-ajanmatkustamiseen, matkustusmotiiveihin ja matkailijan kuluttajakäyttäytymiseen. Teoriaosassa kuvataan lisäksi, minkälainen on nuori matkailija, mitkä ovat matkailijan asenteet ja kohdevalinnat sekä mitkä ovat suosituimmat matkakohteet Yhdysvalloissa. Tutkimusosiossa selvitetään au pairien matkustusmotiiveja ja -tapoja matkailukokemusten kautta. Tutkimuksessani käytin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää ja haastattelin viittä entistä au pairia. Tavoitteena oli saada selville, miksi au pairit haluavat matkustaa au pair -vuotensa aikana ja minkälaisina matkustajina he näkevät itsensä.

Tutkimuksessani rajasin matkustajat pelkästään suomalaisiin au pareihin ja matkustuskohteena olivat Yhdysvallat. Tällä tavoin sain tietää juuri suomalaisten matkamieltymyksistä ja -tavoista Yhdysvalloissa, kuin jos olisin ottanut mukaan myös muita kansalaisuuksia ja maita, joissa he ovat olleet au paireina. Koin rajauksen tarpeelliseksi, jotta tutkimuksesta ei tullut liian laajaa, ja samalla halusin keskittyä juuri suomalaisten matkustustapoihin. Lopussa analysoin tutkimustuloksia ja tarkastelen niiden yhteyttä teoriaan. Lisäksi pohdin koko tutkimuksen onnistuneisuutta ja luotettavuutta sekä ehdotan mahdollisia jatkotutkimuksia aiheestani.

2 AU PAIRIEN MATKUSTAMINEN YHDYSVALLOISSA

Tämän luvun alle olen koonnut kaikki ne aihealueet, jotka koskevat au paireja, matkustamista ja Yhdysvaltoja. Aluksi selvitän tutkimuksen kannalta tärkeitä käsitteitä, kuten keitä ovat au pair ja matkailija. Käsitteiden jälkeen perehdytään vapaa-ajan matkustamiseen ja matkailijasegmentteihin, jota tukevat psykograafiset matkailijatyypit ja matkailijan roolit. Lisäksi selvitän, minkälainen on nuori matkailija. Teorian tärkeimpänä osuutena ovat motiivit matkustamiseen, jossa käsitteen syitä siihen, miksi ihmiset haluavat matkustaa. Teoriaosa etenee matkailijan kuluttajakäyttäytymisestä matkailijan asenteisiin ja kohdevalintoihin, joiden jälkeen on luvassa attraktioiden ja vetovoimatekijöiden esittelyä. Lopuksi kuvaan matkailua Yhdysvalloissa ja mainitsen siellä olevista suosituista matkakohteista.

2.1 Au pair ja au pair -toiminta

Au pairien historia alkoi Sveitsissä jo 1800-luvulla, jolloin haluttiin luoda järjestelmä, joka takaa nuorten naisten turvallisen työnteon kodin ulkopuolella. Nuoria naisia rohkaistiin muuttamaan perheisiin, ja lastenhoidon lisäksi nuoret naiset oppivat käytännön kotitöitä. Toisen maailmansodan jälkeen au pair -järjestelmä yleistyi, ja sveitsiläisiä nuoria naisia pyydettiin myös muihin maihin töihin. Virallinen au pair -käsite syntyi, kun Euroopan neuvosto asetti yleisiä ehtoja au pareille vuonna 1969 Strasbourgissa. Sopimuksen kaksikymmentäkaksi eri kohtaa käsittelevät muun muassa au pairien työoloja ja palkkausta. (European Agreement on au pair Placement 1969; Nurminen 2010, 4.)

Au pair sanana tulee ranskankielestä ja tarkoittaa tasavertaista. Au pair on lastenhoitaja, joka asuu isäntäperheen kanssa ja hoitaa lapsia, kun vanhemmat ovat töissä. Parhaimmassa tapauksessa au pair ei ole ainoastaan lastenhoitaja vaan osa perhettä, ja hän saa mahdollisuuden tutustua isäntäperheen kautta paikalliseen kulttuuriin. Au pairin työtehtäviin voi kuulua esimerkiksi lasten herättäminen aamulla, päiväkotiin/kouluun/harrastuksiin kuljettaminen, ruoan laittaminen, lasten huoneiden siivoaminen ja vaatteiden peseminen. Au pair myös leikkii lasten kanssa ja opettaa heille tärkeitä asioita.

Yleensä au pairilta edellytetään 18–26 vuoden ikää, runsasta lastenhoitokokemusta, toisen asteen koulututkintoa, ajokorttia, hyvää terveyttä ja puhdasta rikosrekisteriä. Tupakoimattomuudesta ja hyvästä englanninkielen taidosta on myös hyötyä. Au pairilla on palkkatyön lisäksi mahdollisuus opiskella ja matkustaa au pair -vuotensa aikana. Vuoden aikana on mahdollista itsenäistyä, oppia sujuva englannin kieli, saada uusia ystäviä ympäri maailmaa ja kansainvälistä työkokemusta. Yhdysvaltoihin lähtiessä au pair saa viisumin, joka edellyttää työskentelyä vähintään vuodeksi ja maksimissaan kahdeksi vuodeksi. Töitä au pair tekee maksimissaan 45 tuntia viikossa ja saa palkkaa vajaan 200 Yhdysvaltain dollaria viikossa.

Erilaisia au pair järjestöjä on monia riippuen siitä, minne haluaa lähteä au pairiksi. Yhdysvaltoihin au pairia välittävät järjestöt, kuten Allianssi, STS ja EurAuPair ry. EF:n (Educational First) Cultural Care Au Pair -järjestö on kuitenkin kaikista suurin ja kokenein au pairia Yhdysvaltoihin välittävä järjestö. Cultural Care Au Pair on toiminut jo vuodesta 1989 ja lähettänyt yli 85 000 au pairia Yhdysvaltoihin. Cultural Care Au Pair järjestää Suomessa aina infotilaisuuden ennen lähtöä, auttaa isäntäperheen löytymisessä, hoitaa lentoliput ja muut matkajärjestelyt isäntäperheeseen ja mahdollistaa neljän päivän koulutuksen New Yorkissa omassa au pair koulussaan. Järjestö myös luo turvan au pairille ja takaa aluevalvojan au pairin isäntäperheen lähellä, joka järjestää kuukausittaisia au pair -tapaamisia. (Cultural Care Au Pair; Timonen-Verma & Storlund 2002, 12–13.)

2.2 Käsitteet: matkailu, matkailija ja vapaa-aika

Matkailua on vaikea määritellä eikä sillä ole olemassa vain yhtä oikeaa määritelmää. Matkailu on ilmiönä niin moniulotteinen, jotta yksiselitteisen määritelmän antaminen on vaikeaa. YK on kuitenkin laatinut vuonna 1979 luokituksen matkailusta, jonka mukaan matkailun käsitteitä voidaan jakaa matkailun ja matkustamisen ominaispiirteillä. Nämä ominaispiirteet ovat matkustaminen eli fyysinen liikkuminen paikasta toiseen, matkan kesto ja matkan tarkoitus. On myös olemassa muutamia tietynlaisia ehtoja, jotka matkailun tulisi täyttää; matkustamisen tulee tapahtua oman tutun elinympäristön ulkopuolella, matkan pitää kestää vähintään 24 tuntia tai siihen pitää sisältyä yöpyminen. Jos matka kestää alle vuorokauden,

eikä siihen sisälly yöpymistä, sitä kutsutaan päivämatkaksi. Matka saa kestää korkeintaan vuoden, eikä se saa olla lopullinen maahanmuutto. Matka ei myöskään saa olla tilapäinen eikä se saa liittyä työtehtäviin.

Matkat voidaan jakaa erilaisiin ryhmiin matkan tarkoituksen mukaan, ja matkoja voivat olla virkistysmatkat, työmatkat ja muut matkat. Muilla matkoilla tarkoitetaan esimerkiksi opiskeluun liittyvää matkustamista. Matkailumuotoina sen sijaan voi olla kotimaan matkailu, incoming-matkailu tai ulkomaan matkailu. Kotimaan matkailulla tarkoitetaan matkustamista kotimaan sisällä, incoming-matkailulla ulkomaalaisten matkustamista valtion rajojen sisäpuolella ja ulkomaan matkailulla tarkoitetaan valtion oman väestön matkustamista ulkomailla.

Matkailijana pidetään siis henkilöä, joka järjestää matkansa asuinpaikkansa ulkopuolelle, on matkallaan vähintään 24 tuntia, mutta enintään kuitenkin vuoden ja jonka matkan tarkoituksena on jokin muu kuin työ. Matkailijan erottaa päiväkäviästä eli ekskursionistista yöpyminen. Päiväkävijän matkaan ei sisälly yöpymistä. Matkailijan ja päiväkävijän erot ovat pienet, mutta kuitenkin merkittävät. Vierailijoista matkailija kuluttaa enemmän rahaa matkallansa matkapalveluihin ja on siten rahallisesti tuottavampi matkustaja. (Albanese & Boedeker 2002, 15-18.)

Vapaa-aika luokitellaan vapaudeksi työstä, kotitöistä ja muista velvollisuuksista. Vapaa-ajalla voi tehdä, mitä itse haluaa. Täydellisen ajan vapauden ja ”puolivapaiden” askareiden raja on kuitenkin häilyvä. Vapaa-ajan määrittely on vaikeaa, sillä esimerkiksi matkustaminen kuuluu toisaalta vapaa-aikaan, mutta on kuitenkin tekemistä eikä sinänsä täysin vapaata aikaa. Vapaa-aikaa pidetään käsitteenä neutraalina, eikä siihen välttämättä kuulu kokemuksellista sisältöä. Leena Kurki toteaa teoksessaan Innostava matkailu: ”Vapaa-aika ei kuitenkaan itsessään ole tyydytyksen, ilon ja luovuuden aikaa, vaan se tarvitsee harjoitusta muodostuakseen todelliseksi vapaaksi ajaksi ja itsetoteutuksen kentäksi”. Tärkeintä on kuitenkin, että ihminen kokee vapaa-aikansa vapaaksi ajaksi ja tällöin toiminta on vapaaehtoista ja motivoivaa. (Kurki 2008, 19–21.)

2.3 Vapaa-ajan matkustus

Matkustaminen tapahtuu yleensä joko työn tai huvin vuoksi. Työ usein määrittelee liikematkustajan matkasuunnitelmat, kun taas vapaa-ajanmatkustajien matkustus riippuu käytettävissä olevasta vapaasta ajasta. Vapaa-aika on matkailun keskeinen voimavara, joka antaa ihmiselle mahdollisuuden poistua vakinaisen asuinpaikan tai työpaikkansa ulkopuolelle. Luonnollisesti matkustusmahdollisuudet kasvavat sen mukaan, kuinka paljon ihmisellä on vapaa-aikaa. Vapaa-ajasta on useita säädöksiä monissa laeissa, sillä yhteiskunnalle kuuluu lomien ja vapaa-ajan takaaminen. Tällaiset lait ja säädökset, jotka koskevat vapaa-aikaa, ovat tietysti tärkeitä matkailuyritysten kannalta ja vapaa-aikaa lisäävät säädökset ovat automaattisesti mahdollisuus matkailuelinkeinolle.

Vapaa-aika voidaan jakaa päivä-, viikonloppu-, loma- ja eläkevapaaseen. Lomaviettäjä ja eläkeläiset tekevät eniten matkoja ulkomaille ja ovat kansainvälisessä matkailussa tärkeimmät matkailijat. Nykyään tehdään kuitenkin myös paljon viikonloppumatkoja kotimaan ulkopuolelle, ja päivän kestäviä matkoja voidaan hyvin tehdä naapurimaihin. Niistä käytetään nimitystä rajaseutumatkailu. Yhtenä potentiaalisena matkailijaryhmänä nähdään työntekijät, jotka saavat yhä pidentyneitä vuosilomia käytettäväkseen. Vuosiloman jakaminen kesä- ja talvilomaan lisää kohteiden valinnan mahdollisuuksia johtuen vuodenaikojen vaihteluista ja sääolosuhteista. Matkailu kilpailee muiden vapaa-ajankäyttömahdollisuuksien kanssa lomalaisista ja kansainvälisen matkailun yhtenä kilpailijana on myös kotimaanmatkailu. Kotimaanmatkailun osuus kaikesta matkailusta on suurin, ja sitä suositaan erityisesti kotimaan talouden lama-aikana ja kansainvälisten kriisien vallitessa.

Väestön ikääntymisen myötä eläkeläisten osuus potentiaalisina matkailijoina on hyvin suuri ja jatkaa kasvamistaan koko ajan. On arvioitu, että Euroopan unionin jäsenmaissa olisi vuoteen 2030 mennessä noin sata miljoonaa eläkeläistä, mutta toisaalta kauan esillä ollut eläkeiän nostaminen vaikuttaisi vanhempien ihmisten vapaa-aikaan ja vähentäisi eläkeläisten määrää. Eläkeläiset ovat kuitenkin juuri

ne, joilla pitäisi olla eniten vapaa-aikaa, ja tämän takia he tuottavat matkapalvelujen kysyntää.

Sosiaalisten rakenteiden ja elämäntapojen muutosten myötä ihmiset ovat uupuneempia, stressaantuneempia ja masentuneempia kuin aiemmin ja siksi vapaa-ajalla on yhä tärkeämpi rooli. Matkailulla voidaan tyydyttää tarpeet, jotka ovat nykyihmiselle välttämättömiä. Näitä ovat esimerkiksi lepo, virkistäytyminen, ympäristövaihdokset ja henkinen ja fyysinen latautuminen. Matkailuyritykset hyötyvät vapaa-ajan lisäämisestä, ja näin ollen matkapalvelujen tuottajilla onkin tehtävää miettiessään, mikä tyydyttää uupuneen ja virkistystä kaipaavan ihmisen. (Albanese & Boedeker 2002, 37–39; Vuoristo 2003, 26–27.)

2.4 Matkailijasegmentit

Matkailijat jaotellaan erilaisiin ryhmiin ja tyyppeihin, mikä on hyvin tärkeää matkailuyrityksille ja matkapalvelujen kehittäjille oikeanlaisen markkinoinnin kannalta. Ryhmistä puhutaan markkinasegmentteinä, ja jotta kohdistettu markkinointi onnistuu, on tärkeää tietää segmenttien ominaisuudet hyvin. Matkailijat voidaan luokitella kahdella eri periaatteella; selkeästi määriteltävillä ominaisuuksilla eli kovilla muuttujilla tai vaikeammin määriteltävillä psykologisilla ominaisuuksilla eli pehmeillä muuttujilla. Pehmeät muuttujat liittyvät matkailijan tarpeisiin ja motivaatiotekijöihin. Kummatkin luokittelutavat ovat tärkeitä ja täydentävät toisiaan.

Selkeästi määriteltävillä indikaattoreilla pystytään selvittämään laajempaankin matkailijajoukkoon sisältyvät pienemmät osajoukot. Matkailijasegmentit jaetaan yleisesti neljään eri indikaattoriin, jotka ovat maantieteelliset, demografiset ja sosioekonomiset indikaattorit sekä aktiviteetit. Maantieteellisillä indikaattoreilla tarkoitetaan ryhmien jaottelua asuinpaikan mukaan esimerkiksi ulkomaalaiset ja suomalaiset, ulkomaalaiset kansallisuuksittain ja pääkaupunkiseudulla asuvat ja muut. Demografisiin ominaisuuksiin kuuluu muun muassa ikä, sukupuoli ja kieli. Sosioekonomisiin indikaattoreihin puolestaan kuuluu koulutus, tulot ja omistukset, kuten auto ja loma-asunto. Aktiviteetit voidaan jakaa kulttuuriharrasteisiin (museot, musiikkijuhlat) ja luontoaktiviteetteihin (laskettelu, urheilukalastus).

On mahdollista, että joissakin matkailijaryhmissä voi muodostua suuri joukko erilaisia yhdistelmiä. Matkailija-analyysia tehtäessä ei ole kuitenkaan mahdollista, että kaikkia eri indikaattoreita voitaisiin käyttää samaan aikaan. Edellä mainituilla indikaattoreilla voidaan vain saada pintapuolinen käsitys matkailijatyypeistä ja niiden ominaisuuksista. Syvempää ymmärrystä varten on myös tutkittava pehmeitä indikaattoreita eli sosiologisia ja psykologisia tekijöitä, jotka vaikuttavat matkailijakäyttäytymiseen ja kohdevalintoihin. Näiden avulla on mahdollista saada enemmän tietoa matkailijoista tyyppinä, alaryhminä ja asiakkaina. On siis tutkittava matkailijoiden motivaatioita ja tarpeita, ja analysoimalla näitä on saatu uusia luokituksia ja ryhmittelyjä. (Vuoristo 2002, 38-41.)

2.4.1 Psykograafiset matkailijatyypit

Stanley Plogin tekemä luokitus vuonna 1974 jakaa matkailijat psykograafisiin tyyppeihin. Luokitus perustui alun perin vain amerikkalaisiin, ja Plog jakoi heidät psykologisiin perustein kahteen eri ääriryhmään, psykosentrikoihin ja allosentrikoihin. Plogin mukaan ”psykosentrikot ovat itseensä keskittyneitä ahtaasti ja varauksellisesti ajattelevia henkilöitä, kun taas allosentrikot ovat avoimia ja ulospäin suuntautuneita”. Psykosentrikoille luonteenomaista ovat valmiit lomapaketit. He suosivat valmiita matkanjärjestelyitä ja pitävät passiivisista harrastuksista, kuten auringonotosta. Psykosentrikot haluavat ”tuttua ja turvallista” ympäristöltä ja ilmapiiriltä. He matkustavat matkakohteisiin mieluiten autolla, joka voi viitata yhteyteen lentopelon kanssa.

Allosentrikot järjestävät matkansa mielellään itsenäisesti eivätkä vaadi sen suurempia etukäteisjärjestelyitä. He pitävät uusista ja oudoistakin matkakohteista. Allosentrikot etsivät aina uusia kokemuksia ja elämyksiä, ja he ovat aktiivisia harrastajia. Allosentrikoille yleensä kelpaa kohtuullinen ja vaatimatonkin varuste- ja palvelutaso. Heillä on kiinnostusta vieraisiin kulttuureihin ja erilaisiin ihmisiin. Allosentrikot eivät vieroksu lentämistä matkakohteeseen niin kuin psykosentrikot.

Psykosentrikoiden ja allosentrikoiden välimuotona ovat midsentrikot, joilla on ominaisuuksia kummastakin äärityypistä. Midsentrikkoja on suurin osa väestöstä ja he muodostavat luonnollisesti isoimmat markkinat. Kuitenkin psykosentrikot

ovat hyvin tuottoisa asiakaskunta, sillä he käyttävät paljon rahaa valmiisiin paketteihin ja palveluihin.

Plogin luokitusta ei ole hyväksytty varsinaiseksi teoriaksi, sillä matkailijat saattavat käyttäytyä eri tavoin riippuen tilanteesta ja paikasta. Esimerkiksi lyhyillä lomilla matkailija voi käyttäytyä psykosentrisesti ja pidemmällä lomilla allosentrisesti. Lisäksi ihminen siirtyy psykograafisella asteikolla elämänkaarensa eri aikoina. Joku matkailija on saattanut nuorempana olla allosentrikko ja vanhempana käyttäytyä kuin psykosentrikko. Muun muassa näistä syistä teoria tarvitsee lisää merkittäviä perusteluja ja täsmennyksiä. (Vuoristo 2002, 45,47–48.)

2.4.2 Matkailijan roolit

Matkailijat on jaettu roolikäyttäytymisen perusteella erilaisissa tilanteissa neljään eri tyyppiin, jotka ovat järjestäytynyt massaturisti, yksilöllinen massaturisti, tutkimusmatkailija ja ajelehtija. Matkailijan rooliin vaikuttaa toisaalta uteliaisuus ja uusien kokemusten tarve, mutta toisaalta taas turvallisuus ja kotoisuuden tunne. Järjestäytynyt massaturisti vastaa psykosentrikkoa, joka suosii valmiita matkapaketteja. Yksilöllinen massaturisti on myös valmiiden matkapakettien ostaja, mutta on kuitenkin avoimempi ja joustavampi.

Tutkimusmatkailija järjestää itse oman matkansa ja poistuu hetkittäin joukkoturismin kuplasta. Tutkimusmatkailija suosii kuitenkin mukavuuksia majoituessaan ja liikkuessaan kulkuvälineillä. Ajelehtija puolestaan etsii koko ajan uusia ja tuntemattomimpia paikkoja ja haluaa kokea jopa hieman vaarallisiakin elämyksiä. Ajelehtija ei pelkää riskienottoa eikä sitoudu mihinkään aikatauluihin. Hän päättää itse omista reiteistään ja on kuin yksi paikallisista mukautuen paikalliseen kulttuuriin. (Vuoristo 2002, 48.)

2.4.3 Nuori matkailija

Henriette Helinin mukaan nuorisomatkailijoita ovat kaikki alle 26-vuotiaat, mutta ikää tärkeämpi mittari on matkustustapa. Matkailijat, jotka ikään ja siviilisäätyyn katsomatta haluavat kokea erilaisia asioita oma-aloitteisesti, ovat omatoimimatkailijoita. Suurin osa omatoimimatkailijoista on nykyään nuoria, jotka haluavat

matkustaa valtavirtojen ulkopuolella eikä tyytyä perusvaihtoehtoihin. Nuorten matkustaminen on riippumatonta, ja he haluavat etsiä matkoillaan uutta ja ainutlaatuista.

Omatoimimatkustamisen lisäksi toisena matkustustapana on motiivimatkailu tarkoittaen sitä, että nuoret matkustavat esimerkiksi konsertteihin ja urheilukisoihin, joissa tapaa muita nuoria saman mielenkiinnon kohteen parissa. Nuorten matkailijoiden matkustustapana on pyrkimys päästä mahdollisimman kauas mahdollisimman edullisesti. Nuorten matkustamisessa sujuvuus on toissijaista, mieluummin lennetään välilaskujen kanssa, jos näin saadaan lennot halvemmalla. Ominaista nuorten matkustamisessa on myös se, että nykyään matkat ovat kestoltaan pidempiä, ja majoitusjärjestelyt saatetaan hoitaa vasta kohteeseen saavuttua. (Helin 1992, 32–36.)

Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) artikkelissa Jani Mäkinen jakaa nuoret matkailijat kahteen ryhmään iän ja matkustamistottumusten perusteella. Ensimmäinen ryhmä on 15-20 –vuotiaat, jotka matkustavat yleensä ryhmässä, kaveriporukalla. He haluavat matkoiltaan aktiviteettejä, seikkailuja ja juhlintaa ystäviensä kanssa. Toiseen ryhmään kuuluvat ovat 20-26 –vuotiaita, jotka käyttäytyvät rauhallisemmin ja matkustavat ennemmin pariskuntina kuin ryhmässä. Nämä nuoret ovat itsenäisempiä ja itsevarmempia kuin ensimmäiseen ryhmään kuuluvat nuoret.

Nuorilla matkustajilla on yleensä kaksi tai kolme matkustusmotiivia, joista yleisimmät ovat toisiin kulttuureihin tutustuminen, jännityksen etsiminen ja hauskanpito ystävien kanssa. Nuoret matkaavat pääosin lentokoneella halpalentoyhtiöitä käyttäen ja paikan päällä kohteessa autolla tai junalla. He yöpyvät mieluiten halvoissa hotelleissa ja hostelleissa. Nuoret eivät yleensä tee matkajärjestelyjä ja varauksia etukäteen, vaan heillä on usein lentoliput valmiina kohteeseen, ja paikan päällä etsitään sopiva majoitus. Nuori matkailija on siis matkustajatyypinä joustava tehdessään matkajärjestelyitä.

Nuorten matkailijoiden matkat ovat pitkiä, noin yli viikon kestäviä, joita on puolet kaikista matkoista. Rahan kulutus on vähäistä päivää kohden, mutta pitkien matkojen takia kokonaiskulutus voi olla kuitenkin sama kuin muilla matkustajilla.

Yhteistä kaikille nuorille matkustajille on, että matkat ovat vapaa-ajan matkoja. Mäkinen toteaa kirjoituksessaan, että nuorisomatkailuun olisi hyvä panostaa, koska ”nuoriso käyttää enemmän paikallisia hyödykkeitä, ovat ennakkoluulottomampia uusia asioita ja paikkoja kohtaan, ovat helpompia markkinoinnin kohteita sekä ovat potentiaalisia tulevaisuuden asiakkaita”. (Mäkinen 2006, 3-7.)

2.5 Motiivit matkustamiseen

Motivaatio vaikuttaa ihmisen toimintaan ja käyttäytymiseen. Kuluttajakäyttäytymisessä motivaatiolla voidaan selvittää, miten ostokäyttäytyminen tapahtuu ja mihin se suuntautuu. Matkailussa tärkeintä on selvittää, miksi ihminen ylittäänsä haluaa matkustaa, mitä tarpeita matkustaminen tyydyttää ja miksi matkailija valitsee jonkin tietyn lomakohteen. Matkailijan motivaatio matkustamiseen koostuu yleensä useista eri matkustusmotiiveista, sillä harvoin kukaan matkustaa vain yhden syyn eli motiivin takia. Motiivi on sisäinen ärsyke, jonka vaikutuksesta käyttäytyminen muotoutuu. Matkailijoiden matkustusmotiiveja on hankala tutkia, koska ainoastaan matkustamiskäyttäytymistä voi havaita selkeästi. Matkustamisen syitä voi olla monenlaisia, ja pelkästään havainnoimalla käyttäytymistä ei voida selvittää oikeita motiiveja matkustamiseen.

Matkustusmotiiveja on hankala tutkia senkin takia, että matkailijat eivät halua kertoa motiiveistaan tai he eivät ole edes tietoisia kaikista motiiveistaan. On olemassa monia erilaisia luokituksia matkustusmotiiveista, joista ehkä tunnetuin on Cromptonin (1979) tekemä luokitus seitsemästä psykologisesta matkustusmotiivista:

- ”1. Pako arjesta. Matkalle lähdetään siksi, että matkustaja kokee arkielämänsä tylsäksi ja monotoniseksi.
2. Rentoutuminen. Matkan tavoitteena on latautua fyysisesti ja henkisesti. Tätä kutsutaan myös battery-efektiksi (suom. latautumisefekti).
3. Pako sosiaalisesti hyväksyttävistä arkirooleista. Matkalle lähdetään, jotta voitaisiin tehdä asioita, jotka tutussa arkiympäristössä herättäisivät pahennusta (esimerkiksi juopumishakuinen alkoholin käyttö tai seksipalvelujen ostaminen).
4. Itsetutkiskelu ja -arviointi. Matkalle lähdön perimmäinen syy on oman sisäisen maailman tutkiminen ja arviointi sekä uusien ulottuvuuksien etsiminen omasta persoonallisuudesta.

5. Statuksen kohottaminen. Matkalle lähdetään, jotta saataisiin sosiaalista arvostusta.
6. Perhesiteiden tiivistäminen. Matkalle lähdön syy on lähentää perheenjäsentä sekä henkisesti että fyysisesti vastapainoksi opiskelulle tai työlle, jotka pitävät perheenjäsenet erillään.
7. Sosiaalisen kanssakäymisen lisääminen. Matkalle lähdön syy on lisätä sosiaalisia kontakteja, tutustua paikallisiin ihmisiin tai muihin matkustajiin jne”. (Albanese & Boedeker 2002, 107–109.)

Näiden seitsemän matkustusmotiivin lisäksi ihminen voi matkustaa leikin tai pelaamisen takia. Matkana voi olla esimerkiksi ”larppaus”-matka eli roolipelaamista tai matka voi olla katsomaan jalkapallopelejä Englantiin. Matkan syynä voi olla myös ns. opettavainen mahdollisuus, eli matkustetaan, jotta opittaisiin jonkin kohteen historiaa tai osallistutaan englanninkielen kielikurssille ulkomailla. Yhtenä matkustusmotiivina voi olla myös toiveen täyttymys eli matkustetaan sellaiseen paikkaan, josta on unelmoitu kauan ja jonka eteen on tehty paljon töitä, jotta sinne päästään. Esimerkkinä voisi olla luonnosta kiinnostunut, joka matkustaa Galapagossaarille tai vaikkapa avaruusmatkailu. ”Shoppailu” on myös yksi matkustusmotiveista, ja ihmiset tekevät ostosmatkoja esimerkiksi naapurimaihin halvempien tuotteiden perässä. (Ryan 2003, 74–78.)

Iso-Aholan (1982) mukaan matkailijan lähtemiseen vaikuttaa eskapismi ja sisäisten palkintojen etsiminen. Eskapismi tarkoittaa pakoa arjesta, ja se voi liittyä henkilökohtaiseen ja sosiaaliseen ympäristöön. Henkilökohtaisella ympäristöllä voidaan tarkoittaa esimerkiksi henkilökohtaisia ongelmia ja epäonnistumisia, kun taas sosiaaliseen ympäristöön voi kuulua perheenjäsenet ja työkaverit. Sisäisten palkintojen etsiminen voidaan jakaa myös henkilökohtaisten ja sosiaalisten palkintojen etsimiseen. Henkilökohtaisiin palkintoihin voi kuulua uusien asioiden oppiminen ja sosiaalisiin palkintoihin puolestaan voi kuulua uusiin ihmisiin tutustuminen.

Krippendorfin (1987) mielestä ihmisen elämässä on paljon ristiriitaisia tarpeita ja hänen mallissaan vastakkaisina tarpeina ovat esimerkiksi työ-lepo, vaihtelunhalu-pysyväisyyden tarve ja seikkailunhalu-turvallisuuden tarve. Näitä tarpeita pystytään tasapainoittamaan ainakin jonkin verran lomalle lähtiessä. Esimerkiksi, jos ihminen on tehnyt paljon töitä, saa hän tarvitsemaansa lepoa lomalta. Erilaisten

matkustusmotiivien luokitusten väliset erot ovat pieniä, ja erot johtuvat lähinnä ainoastaan tutkijoiden valitsemista tarkastelunäkökulmista ja näin ollen eivät perustu konkreettisiin eroihin. (Albanese & Boedeker 2002, 109.)

Turisti viihtyy matkallaan paremmin, kun hänen tarpeensa ja odotuksensa täyttyvät. Ihmisen tarpeet vaihtelevat riippuen muun muassa iästä, elämäntilanteesta, sosiaalisesta asemasta ja kulttuurista. Toiset tarpeista ovat biologisia ja fysiologisia, kuten nälkä ja jano. Toiset taas ovat psykologisia tarpeita kuten rakkaus ja arvostus. Lisäksi ihminen voi kokea sosiaalisia yhteenliittymisen ja kommunikaation tarpeita. Turistin motivaationa ovat tarpeiden tyydytys, ja mitä paremmin tarpeet tyydyttyvät, sitä onnellisempi turisti on. (Kurki 2008, 82.)

Abraham Maslowin tarvehierarkian mallista on apua myös tutkittaessa tarpeita matkailumotivaation osatekijänä. Maslowin mukaan ihminen voi tyydyttää henkisiä tarpeitaan vasta, kun jokapäiväiset välttämättömät tarpeet on tyydytetty. Tarvehierarkian mallissa alimmalla tasolla ovat fysiologiset tarpeet, kuten nälkä, lepo ja liikunta. Turvallisuuden tarpeen jälkeen seuraa rakkauden ja yhteenkuuluvuuden tarpeet. Ylimpänä ovat arvostuksen ja itsensä toteuttamisen tarpeet. Ainakin järjestetyillä matkoilla matkanjärjestäjä pyrkii huolehtimaan matkailijan fysiologisista ja turvallisuuden tarpeista. Arvostuksen tarvetta voi tyydyttää puolestaan ns. statusturismissa ja itsensä toteuttamisen tarvetta vaikkapa pyhiinvaellusmatkalla. (Kurki 2008, 82; Vuoristo 2002, 41–42.)

Turismi on niin laaja ilmiö, jotta sen motivaatiot ovat myös moninaisia. Motivaatiot riippuvat kuitenkin matkan tyypistä. Esimerkiksi lomamatkalla motivaationa ovat rentoutuminen, aurinko ja ranta. Tällöin turisti ei ole kovinkaan kiinnostunut matkakohteesta, ja kosketus jää pinnalliseksi. Turistin rooli on lomamatkalla lomailijan, massaturistin tai ”jetsettiläisen”. Kulttuurimatkoilla motivaatio on kasvatuksellinen. Tällaisella matkalla turisti haluaa tutustua kulttuuriseen perintöön, ja turistit ovat usein valikoituneita ja koulutettuja henkilöitä kuten opettajia. Ympäristömatkoilla motivaationa voi olla mm. kasvisto ja eläimistö. Matkalla turisti voi liikkua usein normaalien turistireittien ulkopuolella, ja matkaan saattaa sisältyä

myös joitain riskejä. Turistin rooli on tällaisella matkalla retkeilijän, ekologin tai tutkimusmatkailijan.

Etnologisilla matkoilla halutaan tutustua toisenlaiseen elämään, kuin mitä oma elämä on. Turisti toivoo pääsevänsä vuorovaikutukseen eksoottisten kulttuurien kanssa ja yhteyteen paikallisen väestön kanssa. Turistin rooli tällä matkalla on seikkailijan, toimittajan tai opiskelijan rooli. Henkisellä matkalla puolestaan tavoitteena on irtautua jokapäiväisestä elämästä, ja turisti eläytyy paikallisväestön uskomuksiin ja riitteihin. Turistin rooli voi olla pyhiinvaeltajan, kulkurin tai hipin.

Turismissa on hyvä tietää matkailijoiden motivaatioista, sillä niiden avulla voidaan ymmärtää paremmin matkailijoiden käyttäytymistä, esimerkiksi miksi joku valitsee jonkin tietyn matkakohteen ja mitkä asiat miellyttävät tai mitä tarpeita halutaan tyydyttää. Kun kaikki elementit ovat kohdillaan, matkailija voi kokea parhaimmassa tapauksessa sellaista vapautta ja hyvinvointia, jota hän ei saa arki-elämästään irti. (Kurki 2008, 84–86.)

2.6 Matkailijan kuluttajakäyttäytyminen

Matkailijoiden kuluttajakäyttäytymisen myötä matkailusta on tullut useissa maissa kansantalouden keskeinen osa ja jopa johtava vientituote. Kansainvälisessä matkailussa matkailijan arvo kuluttajana voidaan määrittää sillä, mihin kansallisuuden tai segmenttiin matkailija kuuluu. Joissakin matkakohteissa käy taloudellisesti tuottavampia matkailijasegmenttejä kuin toisissa kohteissa. Näin on esimerkiksi Suomessa, jonne tulee paljon varakkaita venäläisiä ostosmatkailijoita. Jos kohdealue on erittäin suosittu ja tarjoaa monipuolisesti kaikkea, tällöin matkailijoita riittää monista eri segmenteistä ja kulttuureista. Matkailija on kuvattu määrätietoiseksi kuluttajaksi, jonka ostokäyttäytymistä määrittelevät seuraavanlaiset ominaisuudet:

- ”matkailijan tekemistä investoinneista ei ole saatavissa mitään konkreettista voittoa.
 - kulut ovat suhteettoman suuria ansiotuloon nähden.
 - ostokäyttäytyminen ei ole spontaania tai satunnaista.
 - kuluttaminen edellyttää säästämistä ja ennakosuunnittelua.”
- (Vuoristo 2003, 44.)

Matkan ostoprosessiin sisältyy monia eri vaiheita, mutta kaikki lähtee kuitenkin omasta halusta matkustaa. Tiedostetusta halusta matkustaa seuraa tarve hankkia tietoa matkakohteista ja arvioida tietoa. Näiden jälkeen syntyy matkapäätös ja matkavalmistelujen aloittaminen. Matkan tuottamaa tyydytystä arvioidaan jo matkan aikana sekä matkan jälkeen, mikä vaikuttaa taas seuraavien matkojen valintaan. Koko ostoprosessi etenee riippuen neljästä tekijästä, jotka liittyvät kaikki toisiinsa. Nämä neljä tekijää ovat matkailijan profiili, tietoisuus kohteen palveluista, kohteen vetovoimatekijät ja matkan ominaisuudet. Matkailijan profiiliin kuuluvat esimerkiksi ikä, tulot, koulutus ja motivaatio. Tietoisuus kohteen palveluista tarkoittaa taas riippuvuutta tietolähteiden luotettavuudesta. Matkakohteen vetovoimatekijät kertovat kohteen resursseista ja ominaisuuksista, jotka vetoavat ja houkuttelevat matkailijan kohteeseen. Matkan ominaisuuksiin kuuluvat etäisyys, matkan kesto ja mahdolliset riskit matkakohteessa. (Vuoristo 2002, 49.)

2.7 Matkailijan asenteet ja kohdevalinnat

Pietro Albanese ja Mika Boedeker määrittelevät asenteiden olevan opittuja taipumuksia reagoida asioihin ja tilanteisiin. (Albanese & Boedeker 2002, 110). Matkailijoiden asenteet matkakohteita kohtaan ovat tärkeitä matkailumarkkinoinnissa, sillä matkailijan kielteiset asenteet jotakin maata kohtaan saattavat vaikuttaa matkapäätökseen negatiivisesti. Toisaalta taas positiivinen asenne voi vaikuttaa myönteiseen matkapäätökseen. Asteet vaikuttavat ihmisten haluun vastaanottaa ja lähettää viestejä. Asiakaspalvelussa ja myyntityössä on kyse juuri viestien vastaanottamisesta, lähettämisestä ja tulkitsemisesta. On mahdollista, että jokin asia ymmärretään väärin asiakkaan ja myyjän välillä johtuen siitä, että asenteiden vastaisen tai uuden tiedon hyväksyminen saattaa olla vaikeaa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 156.)

Asenteet ovat opittuja ja niitä muokkaavat omakohtainen kokemus, toisilta saatu tieto ja markkinointiviestintä. Asteiden pysyvyydestä puhutaan silloin, kun kuluttaja pitää asenteistaan kiinni mahdollisimman pitkään. Yritys saa kilpailuedun, kun kuluttajan positiiviset asenteet jotakin tiettyä matkapalvelua kohtaan ovat pysyvät. On kuitenkin mahdollista, että pysyväkin positiivinen asenne muuttuu jos-

sain vaiheessa negatiiviseksi. Positiivisen asenteen säilyttämiseksi tai negatiivisen asenteen muuttamiseksi ei tarvita kuin oikeanlaiset markkinointitoimenpiteet. Asennetta pystytään siis muuttamaan, mutta se vaatii aikaa.

Positiivinen tai negatiivinen asenne vaikuttaa suoraan kuluttajan käyttäytymiseen ja selittää ostokäyttäytymistä. Vaikka kuluttajalla olisikin positiivinen asenne jotakin matkapalvelua tai -tuotetta kohtaan, se ei kuitenkaan takaa palvelun tai tuotteen ostamista. Asenne on vain yksi osatekijä kuluttajan ostokäyttäytymiseen. Asenteiden lisäksi ostopäätökseen vaikuttavat muun muassa kilpailevat matkailupalvelut, kuluttajan taloudellinen tilanne ja kuluttajan omista asenteista eroavat tuttavien mielipiteet. Matkailuyritysten ja matkapalvelujen tuottajien kannattaakin siis luoda mahdollisimman positiivinen imago, jotta he pystyvät vaikuttamaan potentiaalisten ostajien asenteisiin ja tätä kautta saamaan lisää matkapalvelujen ostajia. Asenteiden myötä pystytään selvittämään, mitä kuluttajat ajattelevat tietyistä matkapalveluista, mitä mieltä he ovat jostakin maasta tai kaupungista. Asenteilla voidaan vaikuttaa matkailupalvelujen asemointiin, kuluttajien ostopäätöksiin ja rakentaa brändejä. (Albanese & Boedeker 2002, 110–111.)

2.8 Attraktiot ja vetovoimatekijät

Attraktiot ja vetovoimatekijät vaikuttavat siihen, minkälaisena matkakohteena matkailija näkee jonkin tietyn lomakohteen. Attraktioihin ja vetovoimatekijöihin kuuluvat ne asiat, jotka houkuttelevat matkailijan johonkin kohteeseen. Matkailutuotetta mietittäessä on myös pohdittava, mitä matkailija tarvitsee lomansa aikana ja mitä hän vaatii matkailutuotteelta. Matkailutuote koostuu erinäisistä asioista, johon kuuluvat tavallisimmat matkailupalvelut kuten liikenne-, majoitus- ja ravitsemispalvelut. Matkailutuotteeseen voi kuulua myös ohjelma-, viihde- ja kulttuuripalveluita.

Matkailutuotteen osana on lisäksi monia asioita, jotka ovat sidoksissa paikkakuntaan eli matkailukohteeseen, jossa käytetään aiemmin mainittuja matkailupalveluita. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi paikkakunnan siisteys ja turvallisuus, matkailua palvelevat aukioloajat ja paikkakunnan attraktiot. Matkailutuote on siis kokonaisuus, joka koostuu matkapalveluista ja matkakohteeseen kuuluvista ominai-

suuksista sekä attraktioista. Matkailu voidaan määritellä kokonaistuotteeksi, joka koostuu kaikista niistä ominaisuuksista, jotka matkailija kuluttaa ja hyödyntää matkansa aikana. Kokonaistuotteeseen liittyvät myös matkailijan odotukset ja mielikuvat kohteesta.

Attraktioita on erilaisia ja yleisesti ne ovat kohteita tai tapahtumia, jotka liittyvät vahvasti johonkin tiettyyn paikkaan. Attraktioilla on suuri vetovoima ja ne houkuttelevat matkailijoita erilaisuutensa tai omaleimaisuutensa vuoksi. Tällaisia kohteita ovat esimerkiksi Niagaran putoukset, Grand Canyon ja Golden Gate Bridge Yhdysvalloissa. Attraktio voi olla myös jokin tapahtuma, kuten suuri musiikkifestivaali. Attraktioiden vetovoimaisuus johtuu vetovoimatekijöistä eli kohteen ominaisuuksista. Vetovoimatekijöinä voidaan pitää esimerkiksi luontoa ja maisemaa, kulttuuria ja historiaa sekä hintatasoa ja saavutettavuutta. Attraktiot, vetovoimatekijät ja mielikuvat yhdessä matkailupalvelujen kanssa muodostavat kohteista houkuttelevia ja luovat kokonaisuuden – matkailutuotteen. (Albanese & Boedeker 2002, 23–24.)

2.9 Matkailu Yhdysvalloissa

Yhdysvallat on yksi maailman kehittyneimmistä maista, ja siksi sillä onkin hyvä valmius vastaanottaa ulkomaalaisia matkailijoita. Monien erinomaisten turistikohteiden lisäksi liikenneverkot ja infrastruktuuri ovat korkeatasoisia. Liikenneongelmia kuitenkin esiintyy suurimmissa keskittymissä ja suosituimmissa matkailukohteissa. Muita matkailijoita arveluttavia riskitekijöitä Yhdysvalloissa ovat muun muassa rikollisuus, terrorismin uhka ja etniset jännitteet. Vuoden 2001 syksyinen terrori-isku vaikutti jo saman vuoden matkailutilastoihin, jolloin seitsemän miljoonaa vähemmän saapunutta matkailijaa matkusti Yhdysvaltoihin edeltävään vuoteen verrattuna. Terrori-iskusta huolimatta Yhdysvallat oli vuonna 2001 kolmantena maailmantilastossa saapuneiden matkailijoiden määrän ja matkustustulojen suuruuden mukaan.

Monipuolisen matkailun Yhdysvalloissa ovat mahdollistaneet maan alueellinen laajuus, vaihteleva luonto ja 1800-luvulta saakka alkanut vauhdikas tekninen ja taloudellinen kehitys. Yhdysvaltojen laajuuden myötä matkailijat voivat valita

matkamuotonsa aina massaturismista riskimatkailuun. Maalla on tarjota jokaiselle jotakin. Luonto on erityisessä osassa, sillä Yhdysvalloilla ei ole kovin rikasta historiaa eikä samankaltaisia kulttuurikohteita kuin Colosseum Roomassa ja pyramidit Egyptissä. Valtaosa Yhdysvaltojen tärkeimmistä ja suosituimmista attraktioista ovat kansallispuistoissa ja suojelualueilla. Kansallispuistot ovatkin niin omien kansalaisten kuin ulkomaalaistenkin matkailijoiden suosikkeja, ja maailman ensimmäinen kansallispuisto Yellowstone avattiin Yhdysvalloissa vuonna 1872.

Luonnonnähtävyyksien lisäksi amerikkalaiset ja ulkomaalaiset ovat kiinnostuneita suurkaupungeista ja huvi- ja teemapuistoista. Suurimmat lomailukeskukset ja suosituimmat huvittelupaikat sijaitsevat itärannikon suurkaupunkien lähetyvillä ja länsirannikolla, Kalifornian rannoilla. Vertailussa kiinnostuksen kohteista ulkomaalaisten kesken on selvinnyt, että esimerkiksi eurooppalaisten ja aasialaisten suosikkikohteissa on paljonkin eroavaisuuksia. Eurooppalaisten kolme suosituinta matkakohdetta Yhdysvalloissa ovat New Yorkin kaupunki ja osavaltiot Kalifornia ja Florida, kun taas aasialaiset matkaavat mielellään Havaijille ja Washingtonin osavaltioon. (Kostiainen 2004, 207-212; Vuoristo 2003, 359, 384-388.)

Touropia -nettisivusto on koonnut top 10 suosituinta turistikohdetta Yhdysvalloissa, ja listalla ensimmäisenä on Grand Canyon. Arizonassa sijaitseva kanjoni ei ole maailman syvin taikka pisin, mutta sen ylivoimainen koko ja värikäs ympäristö tarjoavat turistille upeita maisemia. Toisena listauksessa on Manhattan, joka on yksi New Yorkin viidestä alueesta. Manhattan on yleensä se, joka tulee ihmisille ensimmäisenä mieleen New Yorkista. Manhattanilla voi muun muassa nähdä pilvenpiirtäjiä, ottaa kuvan Vapauden patsaasta ja kävellä Central Parkissa. Yellowstonein kansallispuisto, josta mainitsin jo aiemmin, on listauksen kolmantena. Tämä maailman ensimmäinen kansallispuisto sisältää puolet koko maailman maalämön lähteistä yli 10 000 geysirillä ja kuumalla lähteellä.

Neljänneksi suosituin turistinähtävyys on Golden Gate Bridge, joka on San Franciscon tunnetuin symboli. Silta oli valmistuttuaan vuonna 1937 maailman pisin ja se värjättiin puna-oranssiksi, jotta se näkyisi hyvin sumun keskeltä. Niagaran putoukset viidentenä koostuvat oikeastaan kolmesta eri putouksesta. Nämä putouk-

set eivät ainoastaan ole yksi suosituimmista turistinähtävyyksistä Yhdysvalloissa, vaan myös yksi vierailluimmista kohteista koko maailmassa 14 miljoonalla vierailijalla joka vuosi. Kuudentena on Kilauea, joka sijaitsee Havaijilla ja on yksi aktiivisimmista tulivuorista koko maailmassa. Kilauea on purkautunut jopa kolmekymmentäkolme kertaa vuodesta 1952 lähtien lukuun ottamatta purkausta, joka alkoi vuonna 1983 ja on edelleen käynnissä.

Seitsemänneksi suosituin turistikohde on Florida Keys, joka on pitkä saarirykelmä Floridan eteläkärjessä. Saaret yhdistyvät lukuisten siltojen avulla, ja Key West on kaukaisin ja kuuluisin saari kaikista. Las Vegas Strip kahdeksantena tarjoaa elämyksen uhkapelin mekkana Nevadan osavaltiossa. Las Vegas Stripiltä löytyvät suurimmat kasinot ja hotellit luoden fantasiamaisen ilmapiirin. Listalla yhdeksäntenä on Denali National Park Alaskassa, josta löytyy Pohjois-Amerikan korkein vuori Mount McKinley. Denalin kansallispuisto suojelee erämaa-aluetta, jossa elää muun muassa karhuja, susia ja hirviä. Viimeisenä top 10 listalla on White House, joka sijaitsee Washington DC:ssä ja toimii Yhdysvaltain presidentin virallisena residenssinä ja toimistona. Vierailu Valkoiseen taloon on hankaloitunut, ja nykyään sinne otetaan vastaan vähintään kymmenen hengen ryhmissä ja varaus pitää tehdä noin puoli vuotta etukäteen. (Touropia 2013.)

Lonely Planetin kirjassa Discover USA on listattu top 25 parasta ”kokemusta”. Nämä kokemukset eli toisin sanoen kohteet ovat suurimmaksi osaksi kaupunkeja, kansallispuistoja ja teemapuistoja. Lonely Planetin ja Touropian tekemien listojen välillä on eroavaisuuksia, sillä top 25 listalta puuttuu esimerkiksi top 10 listan Niagaran putoukset ja Yellowstonen kansallispuisto, joiden luulisi olevan myös top 25:ssä niiden suosion takia. Top 25 listalla on monia tunnettuja suurkaupunkeja kuten Chicago, Los Angeles, Miami ja Boston. Listalla vähemmän tunnettuja kohteita ovat muun muassa Deep South ja Native American Sites. Deep South tarkoittaa muutamia eteläisiä osavaltioita kuten Georgiaa ja Louisianaa, jotka ovat tunnettuja hitaasta elämänrytmistä. Native American Sites puolestaan tarkoittaa lounaisosan osavaltioita kuten New Mexicoa ja sen kohteita, joissa yhdistyvät kaukainen menneisyys ja nykyhetki. (St. Louis 2012, 9,20,27.)

3 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Teoreettisen viitekehysten tarkoitus on lyhyesti selittää lukijalle, miksi kutakin teoriaa on käytetty tässä työssä. Olennaista on osoittaa teorian pääaiheiden yhteys tutkittavaan aiheeseen ja selventää, mikä merkitys teorialla on koko tutkimukselle. Teoriasta on apua esimerkiksi haastattelurunkoa tehtäessä, sillä haastattelukysymysten tulisi pohjautua teoriasta ja olla kytköksissä siihen. Teoria auttaa siis laatimaan kysymykset. Teoriapohjan jokaista aihe-aluetta voidaan käyttää myös apuna tutkimustuloksia analysoitaessa.

Työni teoreettinen viitekehys koostuu ainoastaan yhdestä pääluvusta, jonka alle olen koonnut kaikki toisiinsa sidoksissa olevat aihealueet alaotsikoin. Tutkimuksen kannalta on tärkeää avata aluksi tarpeellisia käsitteitä kuten au pair, matkailija ja matkailu. Koska tutkimukseni käsittelee matkustusmotiiveja ja sitä, minkälaisia au pairit ovat matkailijoina, on oleellista kertoa kaikista niistä motiiveista, jotka saavat ihmisen matkustamaan. Lisäksi on hyvä selvittää erilaisia matkailijatyyppejä ja –rooleja sekä ottaa selvää, minkälainen on nuori matkailija, koska yleensä au pairit ovat seikkailunhaluisia, nuoria naisia.

Tutkimuksessani on huomioitu au parien matkustaminen ainoastaan vapaa-ajalla, joten teoriaosuudessa kerrotaan myös vapaa-ajan matkustamisesta. Tärkeää on myös selvittää matkailijan kuluttajakäyttäytymistä eli sitä, mikä saa au parin tekemään ostopäätöksen ja lähtemään matkalle. Näiden lisäksi tutkin au parien kohdevalintoja Yhdysvalloissa, joten kerron teoriassa asenteiden vaikutuksista kohdevalintoihin ja Yhdysvaltojen suosituimmista ja yleisimmistä turistikohteista.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksen aiheen selvittyä olin ajatellut tekeväni sekä laadullisen että määrällisen tutkimuksen. Tarkoituksena oli lähettää kyselylomake Facebookissa olevaan au pair -ryhmään, mutta ryhmän sisältäessä lähes kolmetuhatta jäsentä mahdollisten satojen vastausten saaminen ja niiden läpikäyminen olisi ollut hyvin työlästä, miltei mahdotonta. Lisäksi määrällisessä tutkimusmenetelmässä arvelutti, voinko luottaa kaikkien vastaajien olevan oikeasti au pair-eja ja siihen, onko heillä kokemusta matkustamisesta. Olin myös ajatellut tekeväni yhteistyötä Cultural Care Au Pair -järjestön kanssa, mutta lopulta tein päätöksen, että paras vaihtoehto on tehdä opinnäytetyö laadullisena tutkimuksena ja ilman toimeksiantajaa.

Aluksi mukaan piti ottaa myös saksalaisia au pair-eja, joita olisin haastatellut opiskeluvaihdon aikana Saksassa ja myöhemmin vertaillut saksalaisten ja suomalaisten au pairien matkustusmotiiveja ja -tapoja. Opiskeluvaihto kuitenkin oli nopeasti ohi, enkä ehtinyt aloittaa opinnäytetyötäni Saksassa, joten päädyin rajaamaan tutkimukseni ainoastaan suomalaisiin au pair-eihin. Suunnitelmana oli tutkia pelkästään au pairien matkustusmotiiveja, mutta huomasin, että teoriaosuudesta olisi tullut hyvin suppea ja näin ollen haastattelukysymysten muodostaminen olisi ollut myös haastavaa. Niinpä päädyinkin tutkimaan motiivien lisäksi sitä, minkälaisia suomalaiset au pairit ovat matkustajina. Oikean tutkimusmenetelmän valinta ja aiheen rajaus eivät olleet siis aivan yksinkertaisia ja suunnitelmat muuttuivatkin paljon. Tässä luvussa kerron tarkemmin tutkimusmenetelmästäni, työni tavoitteista ja lopuksi haastattelujen toteutumisesta.

4.1 Tutkimusmenetelmät

Toteutin opinnäytetyöni kvalitatiivisena tutkimuksena, jolla tarkoitetaan laadullista tutkimusta. Laadulliselle tutkimukselle on ominaista tulkita ja ymmärtää syvällisemmin tutkittavia kohteita. Laadulliseen tutkimukseen kuuluvat haastattelut, ja vastauksia pyritään saamaan kysymällä millainen, miksi tai miten jokin asia on. Haastatteluissa kysymykset ovat avoimia, ja niihin saadaan vapaamuotoiset suulliset vastaukset. Haastatteluihin valitaan itse tietynlaiset henkilöt, ja tehtävänä on selvittää haastateltavien tunteita, asenteita ja motiiveja.

Laadullisen tutkimuksen aineisto on tarpeeksi laaja, kun tapahtuu saturaatio eli tutkimusaineiston kylläntyminen. Tällä tarkoitetaan sitä, ettei haastateltavilta saada enää uutta tietoa ja samat asiat alkavat toistua haastatteluissa. Vaikka laadullinen tutkimus on joustava ja siinä saadaan paljon tietoa, on kuitenkin otoskoko hyvin pieni ja tämän takia tuloksia ei voida yleistää. Yhtenä huonona puolena on myös, että laadullinen tutkimus vie enemmän aikaa kaikkine haastatteluineen kuin, jos täyttäisi pelkän kysymyslomakkeen määrällisessä tutkimuksessa.

Aiemmin mainittujen perusteluiden lisäksi valitsin mieluummin laadullisen tutkimuksen opinnäytetyöni tutkimusmenetelmäksi, koska halusin perehtyä paremmin tutkimusongelmaani ja haastateltavieni käyttäytymiseen. Siihen, miksi he matkustavat ja minkälaisia motiiveja heillä oli. Tällaisiin kysymyksiin ei olisi ollut mahdollista saada vastauksia määrällisestä tutkimuksesta tai se olisi ollut ainakin erittäin vaikeaa. Lisäksi analysoin mieluummin laadullisesta tutkimuksesta saatavia tarinoita kuin määrällisen tutkimuksen numeroita. Määrällinen tutkimus on kuitenkin melko looginen ja tarkka, ja siksi halusin tehdä laadullisen tutkimuksen, koska se on vapaampi ja tulkinnanvaraisempi kuin määrällinen tutkimus. Laadullisen tutkimuksen voi toteuttaa viidellä erilaisella lähestymistavalla, jotka ovat teema- ja syvähaastattelut, fokusryhmät, havainnointi ja projektiiviset menetelmät. Näistä vaihtoehtoista valitsin teemahaastattelun, jolle on ominaista pysyä tietyissä tutkittavissa teemoissa. (Heinonen, Mäntyneva & Wrange 2003, 31-32, 69-71.)

4.2 Tutkimuksen tavoite

Tavoitteena oli selvittää suomalaisten au parien matkustusmotiiveja eli syitä, miksi he matkustivat au pair vuotensa aikana. Lisäksi tavoitteena oli saada selville, minkälaisia suomalaiset au pairit ovat matkailijoina ja mitä heidän matkustustapoihin kuului. Kuten aiemmin mainitsin, tutkimusongelma oli aluksi liian suppea. Saadakseni tutkimuksesta hieman laajemman oli hyvä tutkia matkustusmotiivien lisäksi matkustustapoja. Näitä asioita pyrittiin selvittämään haastatteluilla, ja kysymysten tavoitteena oli saada au pareilta mahdollisimman kattavia ja syvällisiä vastauksia.

4.3 Haastattelujen toteutus

Toteutin haastattelun teemahaastatteluna, joka tarkoittaa henkilökohtaista haastattelua kasvokkain tai puhelimitse. Rakenteeltaan teemahaastattelu voi olla melko avoin tai tiukan rakenteellisesti määrätty eli strukturoitu. Haastattelurungon ollessa väljä vaatii haastattelu enemmän osaamista ja kokemusta haastattelijalta. Strukturoidussa haastattelussa on mahdollista pysyä tietyissä tutkimuksellisissa teemoissa, josta teemahaastattelun nimikin tulee. Vaikka teemahaastattelussa saadaan paljon tietoa, virheitä saattaa aiheuttaa muun muassa haastattelun ajankohta, haastattelijan vaikutus, lisäkysymysten puuttuminen tai kysymysten sanamuodon muuttaminen. Haastateltavaa ei saa johdatella, minkä haastattelija saattaa tehdä tarkoituksesta, mutta samalla aiheuttaa kuitenkin vahinkoa haastattelulle. Muita haasteita asettavat kiireelliset aikataulut ja fyysiset etäisyydet haastattelijan ja haastateltavan välillä. (Heinonen, Mäntyneva & Wrange 2003, 71.)

Haastattelut suoritettiin siis teemahaastatteluina ja puolistrukturoitua haastattelurunkoa käyttäen. Koin puolistrukturoidun haastattelurungon tarpeelliseksi, koska en ollut aiemmin tehnyt tämäläisiä haastatteluja, joten oli turvallisempaa haastattelujen kannalta, että kysymykset olivat jo valmiiksi muotoiltu ja mietitty tarkasti. Toki kysymysten esittämismuorilla ei ollut niin väliä, ja joihinkin kysymyksiin esitin tarpeen tullen myös lisäkysymyksiä. Jaoin haastattelurungon kahteen eri teemaan, ensimmäinen osa käsitteli motiiveja ja toinen osa matkustustapoja. Yhteensä kysymyksiä oli kaksikymmentäkolme. Suurin osa kysymyksistä pohjautui teoriasta ja kysymykset muotoiltiin mahdollisimman yksinkertaisiksi ja lyhyiksi, jotta ne olisi ollut helppo ymmärtää. Tärkeää oli myös miettiä kysymysten järjestystä, jotta haastattelu eteni loogisesti. Kysymysten tavoitteena oli selvittää au parien syitä matkustamiseen ja heidän matkustustapojansa. Kysymyksillä haettiin mahdollisimman syvällisiä ja perusteellisia vastauksia.

Haastateltaviksi valikoitui kuusi entistä au paria, joiden kanssa olen pitänyt yhteyttä myös au par -vuoden jälkeen. Koska haastateltavat olivat ennestään minulle hyvinkin tuttuja, helpotti se haastatteluiden järjestämistä. Otin yhteyttä heihin jo alkusyksystä ilmoittaen, että tulisin myöhemmin syksyllä haastattelemaan heitä.

Jokaiselta sain myöntyvän vastauksen haastattelun suorittamiseksi, mutta lopulta haastattelin viittä heistä, koska yhden kanssa aikataulut eivät vain sopineet yhteen. Tämä ei vaikuttanut kuitenkaan riittävän tiedon saamiseen, vaan viisi haastattelua riitti mainiosti, ja samat asiat alkoivat jo toistua haastatteluissa, joten kuudennella haastateltavalla ei olisi tuskin ollut enää kovinkaan suurta merkitystä tutkimuksen kannalta. Haastateltavat olivat kaikki alle kaksikymppisiä ollessaan au pareja, ja jokainen heistä oli lähtenyt Cultural Care Au Pair -järjestön kautta. Neljä heistä työskenteli au pairina vuoden ja yksi noin neljä kuukautta. Ennen haastattelujen suorittamista lähetin valmiit kysymykset haastateltaville, ja kaikki heistä olivat valmistautuneet haastatteluun miettimällä vastauksia etukäteen ja suurin osa oli myös kirjoittanut muistiinpanoja ylös, joten haastattelut etenivät jouhevasti.

Haastattelut tehtiin kasvotusten, ja haasteita asettikin melko pitkät välimatkat ja aikataulujen yhteensovittaminen. Yksi haastatteluista tehtiin marraskuun lopussa ja loput suoritettiin joulukuun aikana. Haastatteluiden takia matkustin Helsinkiin, Raumalle, Poriin ja Tampereelle. Olisin voinut toki suorittaa haastattelut puhelimitse tai sähköpostitse ja säästynyt kaikelta matkustamiselta, mutta haastattelut antoivat oivan mahdollisuuden nähdä vanhoja ystäviä ja muistella au pair -vuotta yhdessä. Lisäksi koin, että kasvotusten tehdyt haastattelut antoivat paremman mahdollisuuden lisäkysymysten esittämiselle ja haastateltavien eleiden ja ilmeiden huomioimiselle. Haastattelut kestivät noin 15-40 minuuttia ja haastattelutilanteet olivat rentoja ja niistä jäi kaikin puolin hyvä vaikutelma. Haastattelut äänitin iPhonella ja siirsin ne tietokoneelle. Aloitin litteroinnin eli puhtaaksi kirjoittamisen saatuaani kaikki haastattelut valmiiksi.

5 TUTKIMUSTULOKSET

Haastattelukysymyksiä oli kaiken kaikkiaan kaksikymmentäkolme, joita olen yhdistänyt alla oleviin alaotsikkoihin. Nämä kahdeksan alaotsikkoa sisältävät lähes kaikki haastattelukysymykset, joissa käyn läpi saamiani tuloksia. Yhteenvedossa tarkastelen tuloksia paremmin teoriaan viitaten.

5.1 Au pair matkailijana

Haastateltavilta kysyin, miten he kuvailisivat au pairia matkailijana, ja lähes kaikissa vastauksissa toistuivat adjektiivit seikkailunhaluinen ja rohkea sekä halu nähdä ja kokea uusia asioita. Monet mainitsivat au pairien olevan rohkeita matkailijoina, koska uskalsivat lähteä jo viettämään au pair -vuotta vieraaseen maahan. Todettiinkin, että: ”Hakeminen au pairiksi kertoo jo siitä, että on kiinnostunut kulttuureista, haluaa nähdä uusia kaupunkeja ja ihmisiä, on vaan sellainen into lähteä ja tehdä ex tempore-juttuja”. Muutama oli sitä mieltä, että ei voida yleistää au pairien matkustavan paljon, koska he tiesivät au paireja, jotka eivät matkustaneet juurikaan au pair -vuoden aikana; ”Host- perheen aiempi au pair ei ollut lähtenyt mihinkään, sellaisiakin siis löytyy”.

Suurin osa oli kuitenkin sitä mieltä, että au pairit matkustavat paljon, käyvät tunnetuissa kohteissa ja haluavat saada vuodestaan mahdollisimman paljon irti. Au pairia kuvailtiin matkailijana myös avarakatseiseksi ja sopeutuvaiseksi. Sopeutuvaisuudesta kertoo se, että: ”Ei oo niin tärkeää, missä hotellissa nukkuu ja ei haittaa vaikka matka kohteeseen kestääkin, au pair on hyvä suunnittelemaan budjettimatkoja -- au pair on onnellinen ja iloinen et pääsee matkustamaan, pääsee sellaisiin paikkoihin, joihin moni ei pääse koskaan”.

Muotoilin saman kysymyksen hieman eri tavoin ja kysyin entisiltä au pareilta, miten he kuvailisivat *itseään* matkailijana. Tarkoituksena oli verrata näiden kysymysten vastauksia ja selvittää, miten haastateltavien näkemys itsestä matkailijana erosi siitä, miten he kuvailivat au pairia matkailijana. Vastauksissa tuli ilmi samanlaisia adjektiiveja kuin aiemminkin. Rohkea, kokemisenhaluinen ja avarakatseinen nousivat esille monen vastauksista. Suurin osa kuvaili itseään ”perus

turistiksi” tarkoittaen, että pitävät nähtävyyksien kiertämisestä, valokuvaamisesta ja matkamuistojen ostamisesta.

Muutama haastateltava piti itseään suunnitelmallisena, huomauttaen, ettei matka saa kuitenkaan olla liian aikataulutettu. Muutama mainitsi oppineensa, että matkalla voi tapahtua mitä vain, joten aina kaikki asiat eivät mene niin kuin pitäisi. Pikku ongelmat eivät siis kaada koko matkasuunnitelmaa. Vastauksia oli laidasta laitaan, ja vaikka yhtäläisyyksiä oli jonkin verran, ilmeni myös eroavaisuuksia. Kun yksi on muuttunut itsenäisemmäksi matkailijaksi, niin toinen on vanhetessaan muuttunut varovaisemmaksi ja kolmas haluaa matkustaessaan lähteä pois omalta mukavuusalueeltaan. Vastauksissa esille nousivat vielä sanat innostunut, ennakkoluuloton ja utelias.

5.2 Suhtautuminen matkustamiseen

Halusin ottaa selvää, miten haastateltavat suhtautuvat matkustamiseen yleisesti ja erosiko tämä suhtautumistapa Yhdysvalloissa matkustettaessa. Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, ettei suhtautuminen eronnut mitenkään. Jokainen mainitsi aina pitäneensä matkustamisesta ja suhtautuvansa siihen positiivisesti. Mainittiin, että positiivinen suhtautuminen vain vahvistui au pair -vuoden jälkeen ja muutamat kokivat muuttuneensa paljon vaatimattomimmiksi matkustajiksi au pair -vuoden jälkeen; nyt voi tyytyä vähempään ja kaiken ei tarvitse olla valmiina. Muutamalle matkustaminen Yhdysvalloissa oli ensimmäinen kerta itsenäisesti ilman omia vanhempia, ja matkustaminen erosi siinä suhteessa aiemmasta, että piti olla yksin vastuussa kaikesta.

Muutama haastateltava kertoi tarkemmin, miksi kaikkien olisi hyvä matkustaa: ”Suhtaudun matkustamiseen hyvin avoimin mielin, kaikkien kannattaa matkustaa, se on suuri rikkaus elämässä, jos on matkustanut ja hyvin hyödyllistä ihmiselle itselle, jotenkin kasvattavaa”, ”jokaisen ihmisen pitäisi matkustaa, se on hyvä tapa tutustua erilaisiin kulttuureihin ja ihmisiin, siitä saa uutta näkökulmaa omaan elämään, kuin jos ei ikinä kävisi missään” ja ”ymmärsin au pair -vuoden jälkeen paremmin, kuinka tärkeää matkustaminen on, kannustan muitakin matkustamaan”.

5.3 Motiivit matkustamiseen

Haastateltavien mukaan pääsyy matkustamiseen oli se, että he halusivat saada au pair -vuodestaan kaiken irti ja nähdä niin paljon kuin mahdollista. Asuminen jo valmiiksi Yhdysvalloissa antoi oivan mahdollisuuden matkustamiselle ja tutustua maahan monipuolisesti. Kerrottiin näin: ”Tiesin, ettei varmaan koskaan enää tule samanlaista tilaisuutta, et vois matkustaa niin helposti Jenkeissä”, toisen haastateltavan jatkaessa: ”Au pair -vuosi tarjosi loistavat puitteet matkustamiselle, asumisesta ei tarvinnut maksaa, joten rahaa jäi matkusteluun”. Au pairit siis halusivat pois kotikulmilta nähdäkseen uusia, erilaisia paikkoja ja ihmisiä, esimerkiksi verratakseen itä- ja länsirannikkoa keskenään. Haluttiin avartaa omaa näkökulmaa ja mielikuvaa Jenkeistä ja käyttää koko aika hyväksi sekä päästä samalla irrottautumaan lasten kanssa vietetystä ajasta, mikä toi vastapainoa työlle.

Saadakseni selville lisää matkustusmotiiveja muotoilin aiemmin esitetyn kysymyksen uudelleen ja kysyin, mitä asioita au pairit halusivat kokea matkoillaan. Aikalailla samat vastaukset toistuivat, sillä au pairit pääsääntöisesti halusivat kokea uusia elämyksiä, tutustua uusiin ihmisiin ja nähdä erilaisia paikkoja. Haluttiin myös kokea ”once in a lifetime” tyyllisiä elämyksiä – asioita, joita ei aiemmin ollut koettu. Suurin osa mainitsi halunneensa kokea ja nähdä kaikkien tietämät ja tuntemat nähtävyydet suurkaupungeissa, kuten NYC:n Vapaudenpatsaan ja Washington DC:n Valkoisen talon. Muutama haastateltavista kertoi halunneensa kokea amerikkalaisen kulttuurin, sen miten se eroaa eri osavaltioiden ja kaupunkien välillä: ”Ennen kaikkea halusin kokea ja tutustua maan kulttuuriin. Yhdysvallat on kovin laaja maa, joten myös erilaisuutta on siellä paljon -- halusin nauttia täysillä elämästäni Yhdysvalloissa ja kokea tietynlaista vapautta ja itsenäisyyttä, joita matkustaminen toi”.

Kolmas motiiveihin liittynyt kysymykseni selvitti tarpeita, joita matkustaminen tyydytti. Tässäkin vastauksina olivat kokemisen halu ja näkemisen nälkä. Näiden lisäksi matkustaminen tyydytti uteliaisuutta ja ystävien näkemistä. Tärkeimmäksi mainittiin irtiotto arjesta. Matkustaminen koettiin niin sanotuksi henkireiäksi, jolloin pääsi pois arjen kuvioista ja sai nauttia hetken muustakin kuin lastenhoidosta.

5.4 Matkapäätökseen vaikuttavat tekijät

Matkapäätös syntyi ensinnäkin halusta lähteä matkalle. Toisena ja kolmantena vaikuttivat eniten käytettävissä olevat raha ja aika. Piti miettiä, kuinka paljon on rahaa ja miten aikataulut sopivat töiden kanssa. Useimpien au parien piti työkennellä myös viikonloppuisin, joten aika oli ehkä se suurin ongelma. Myös ystävillä oli vaikutusta matkapäätöksen tekemiseen. Muiden au pair -ystävien aikataulut ja rahatilanne piti myös huomioida matkoja suunniteltaessa. Muutamalla au pairilla oli etukäteen jo mietittynä kohteet, joihin he halusivat mennä, joten matkapäätös syntyi helposti. Muita matkapäätökseen vaikuttavia tekijöitä olivat uteliisuus, rohkeus ja halu kokea vapauden tunne.

Lähes kaikilla haastateltavilla matkakohteiden etäisyydet vaikuttivat matkapäätösten tekemiseen. Aika oli rajallista, eikä pitkiä vapaita juurikaan ollut, joten matkakohteet valikoituivat läheisen sijainnin perusteella. Kaikki au pairit asuivat aikoihaan Yhdysvaltojen itärannikolla, joten päivä- ja viikonloppureissut tuli tehtyä itärannikolla sijaitseviin kaupunkeihin. Näihin kohteisiin pääsi helposti ja nopeasti junalla, bussilla tai omalla autolla. Monet sanoivat, että olisivat matkustaneet pidemmälle, jos aikaa olisi vain ollut enemmän. Välimatkat siis rajoittivat matkustamista. Lyhyitä vapaita ei haluttu käyttää pelkkään paikasta toiseen matkustamiseen, jolloin kohteessa oloaika olisi jäänyt lyhyeksi. Muutama haastateltavista oli tehnyt pidemmän matkan heti au pair -vuoden jälkeen länsirannikolle ennen kotimaahan paluuta. Tällöin aikaa oli enemmän ja viisumikin oli vielä voimassa.

5.5 Au parien matkakohteet Yhdysvalloissa

Suurin osa au parien käymistä matkailukohteista sijaitsi Yhdysvaltojen itärannikolla. Kaupungit itärannikolla olivat New York City, Atlantic City, Philadelphia, Washington D.C., Boston ja Baltimore. Muut kohteet, jotka voidaan lukea kuuluvaksi itärannikolle, ovat Miami, Niagaran putoukset ja Lancaster, joka on tunnettu amisseista. Osa au pareista oli käynyt myös itärannikon pikkukaupungeissa, mutta niiden nimiä oli enää vaikea muistaa. Länsirannikolle oli matkustanut muutama, ja siellä matkakohteina oli ollut Las Vegas, San Diego, Los Angeles, San Francis-

co ja Yosemiten kansallispuisto. Matkustusmäärät vaihtelivat au pariin kesken, ja matkoja oli tehty neljästä kymmeneen kertaan eri paikkoihin.

Yllä olevien kohteiden valintaan vaikutti lähinnä ystävien kanssa yhdessä päättäminen ja itärannikon kohteiden läheinen sijainti, joten matkustaminen sinne oli helppoa ja edullista. Kohdevalintoihin oli vaikuttanut myös muiden positiiviset mielipiteet ja olemassa olevat mielikuvat, esimerkiksi Las Vegas haluttiin kokea itse ja nähdä minkälainen paikka se on todellisuudessa. Haluttiin nähdä eri kaupunkeja ja vertailla niitä keskenään. Monet kohteista olivat entuudestaan tuttuja TV-sarjojen ja elokuvien kautta, ja ne haluttiin nähdä itse. Miamiin haluttiin mennä rantojen, hyvän sään ja juhlimisen takia. Philadelphiaan ja Washington D.C:hen matkattiin puolestaan historian perässä. Sukulaisten ja ystävien tapaaminen vaikutti myös kohdevalintoihin: ”Nykyssä tutustuin ihmisiin ja sain hyviä kavereita sieltä, joten sinne niiden luokse palasin aina uudelleen”.

Kaikista matkakohteista NYC oli haastateltavien mielestä ylivoimaisesti paras. Yleisesti oltiin sitä mieltä, että NYC oli mieleenpainuvuin ja paras klassikkokohde, koska siellä riitti paljon nähtävää, eikä kaupunkiin voinut kyllästyä. NYC:sta oli tullut monelle tärkeä paikka, koska siellä käytiin usein ja siellä asui ystäviä. Kaupungin ostosmahdollisuuksia myös keuhuttiin ja NYC:n kokemuksia kuvattiin näin: ”Hurahdin aivan täysin kyseiseen kaupunkiin ja luulen, etten välttämättä koskaan tule kokemaan yhtä ihanaa ja rakasta paikkaa. New Yorkista tuli kaikkien aikojen lempikaupunki ja vierailinkin siellä lukuisia kertoja. Mielestäni jokaisen pitäisi kokea NYC, koska se on vain sellainen kaupunki, joka tarjoaa matkailijalle niin paljon”.

Yhdelle haastateltavista Niagaran putoukset olivat paras kohde, koska se oli niin uskomaton paikka, ja hän ei ollut nähnyt mitään vastaavaa aiemmin. Miellyttävän kohteesta teki sen, että siitä sai kaiken irti lyhyessä ajassa. Myös Las Vegasia ja Yosemiten kansallispuistoa keuhuttiin mieleenpainuviksi kohteiksi niiden erilaisuuden vuoksi.

5.6 Asenteet ja mielikuvat Yhdysvalloista

Haastateltavat kuvailivat asennettaan Yhdysvaltoja kohtaan positiiviseksi, myönteiseksi ja lämpimäksi. Yhdysvallat koettiin monipuoliseksi ja mielenkiintoiseksi matkakohteeksi, joka tarjoaa jokaiselle jotakin. Siellä voi kokea kaiken mahdollisen, sillä tarjontaa on valtavasti. Oman mielenkiinnon mukaan voi viettää kaupunkilomaa, suunnata rantalomalle tai vaikkapa maaseudulle. Haastateltavilla oli pääosin pelkästään hyviä ja positiivisia kokemuksia Yhdysvalloista matkakohteena, sillä palvelut olivat laadukkaita ja kaikki toimi kuten pitikin. Matkailijan näkökulmasta asioiden sujuvuus on tärkeää ja se toteutuikin hyvin matkoilla. Yhdysvaltojen valttikortteina nähtiin halpa hintataso ja amerikkalaisten ystävällisyys ja auttavaisuus. Yhdysvaltojen yhtenä rikkautena koettiin myös eri kulttuurit maan sisällä. Koska Yhdysvalloissa on jo valmiiksi paljon ulkomaalaisia, on sinne turistinakin helppo matkustaa.

Selvittäessäni haastateltavien mielikuvia ja ennakkokäsityksiä yhdenkään haastateltavan mielikuvat matkakohteista eivät juuri muuttuneet matkojen jälkeen. Monilla oli ennakkokäsityksiä kohteista perustuen elokuvissa ja TV:ssä nähtyihin paikkoihin, jotka olivat juuri sellaisia, mitä haastateltavat kuvittelivatkin. Kohteet siis vastasivat odotuksia, mutta tuntuivat epätodellisilta juuri TV:n ja elokuvien vuoksi. Las Vegas todettiin niin ihmeelliseksi kuin oli etukäteen ajateltukin ja haastateltavien mukaan NYC ylitti kaikki odotukset: ”Vaikea ajatella, mitä mä olen mielikuvista ajatellut kuusi vuotta sitten ennen kuin lähdin au pairiksi. Nykistä mielessä oli ainakin kaikki valot ja olihan se sitä ja paljon muutakin”. Muutama haastateltavista kertoi, että heillä on vielä paljon mielenkiintoa Yhdysvaltoja kohtaan ja samoissa kohteissa voisi käydä uudelleen. Samasta maasta löytyy vielä paljon uutta nähtävää.

5.7 Matkustustavat

Haastateltavat matkustivat pääasiassa muiden au pair -ystävien kanssa. Muiden au pairien kanssa oli luonnollista matkustaa, koska heidän kanssaan tuli vietettyä kaikki muukin aika. Lisäksi muut au pairit olivat hyvää matkaseuraa samanhenkisyiden ja ikänsä vuoksi. Vastauksissa mainittiin myös, että muut au pair -ystävät

olivat ainoita tuttuja oman isäntäperheen lisäksi, joten tämäkin vaikutti matkaseuraan. Muutamat olivat myös matkustaneet yksin tai Suomesta tulleen perheen kanssa.

Yleisesti au pairit matkustivat junalla ja linja-autolla. Välimatkat olivat suhteellisen lyhyitä itärannikon kohteisiin, joten junalla ja linja-autolla matkustaminen oli helppoa ja halpaa. Muutamat olivat vuokranneet auton oman perheen kanssa tehdyillä matkoilla, mikä oli toimivin tapa matkustaa. Lentokone valittiin kulkuneuvoksi kaukaisempiin kohteisiin välimatkojen vuoksi. Pääsääntöisesti kulkuneuvon valinnassa tärkeintä oli, että paikasta toiseen siirtyminen tapahtui mahdollisimman nopeasti tiukkojen aikataulujen vuoksi.

Suurin osa matkoista oli päiväreissuja ja viikonlopun mittaisia matkoja. Pidentyneet viikonloppureissut olivat kestoltaan noin 3-4 päivää, ja pisimmäksi matkaksi mainittiin kymmenen päivän matka. Työt rajoittivat matkustamista ja näin ollen vaikuttivat matkojen pituuteen.

Haastateltavat olivat suunnitelleet suurimman osan matkoistansa itse internetin avulla, koska se oli helpointa ja yksinkertaisinta. Tiukkojen aikataulujen myötä yksin suunnittelu oli vaivattomampaa ja pystyi suunnittelemaan matkat omiin aikatauluihin sopiviksi eikä tarvinnut olla riippuvainen matkanjärjestäjästä. Lisäksi ajateltiin matkatoimistopalvelujen olevan kalliita, joten niiden käyttäminen ei tullut edes mieleen. Muutamat haastateltavista olivat tosin käyttäneet matkanjärjestäjää pidemmän matkan varaamiseen länsirannikolle. Länsirannikolle tehty matka oli pakettimatka matkatoimistolta, johon kuului ryhmän mukana matkustaminen eri paikkoja kierrellen. Varsinaista matkatoimistopalvelua oli myös käytetty perheen kanssa tehdyllä matkalla, mikä oli hyvä ratkaisu, sillä matkatoimistosta sai hyviä ideoita ja sellaisia ratkaisuja, joita itse ei olisi osannut ajatellakaan.

Tietoa matkakohteista etsittiin lähinnä internetistä. Tietoa haettiin blogeista ja kaupunkien virallisilta turistikivuilta. Isäntäperheeltä ja muilta au pair -ystäviltä kysyttiin myös vinkkejä matkakohteista. Kohteeseen saavuttua tietoa etsittiin myös paikan päältä.

Selvittäessäni haastateltavien rahankäyttöä matkustettaessa, sain melko eriäviä vastauksia. Osa kuvaili rahankäyttöään hyvin tuhlaavaksi, sillä tarkoituksena ei ollut säästää au parin työstä saatuja tuloja vaan kuluttaa ne. Ostettiin mitä haluttiin ja rahaa kului eniten vaatteisiin, ulkona syömiseen, matkamuistoihin ja nähtävyyksiin. Osa puolestaan kuvaili rahankäyttöään kohtuulliseksi ja tiukan budjettimaiseksi. Matkustuskuluihin pyrittiin käyttämään mahdollisimman vähän rahaa, päädyttiin halvimpiin vaihtoehtoihin ja hienoissa ravintoloissa ei käyty. Nähtävyyksiä tuli kierrettyä ulkoisesti eikä sisäänpääsylippuihin kulutettu juurikaan rahaa.

Kaikista esittämistäni kysymyksistä vaikeimmaksi koettiin matkapalveluja käsittelevä kysymys. Halusin tietää, minkälaisia matkapalveluja haastateltavat vaativat matkoiltaan, mutta kysymys tuotti ongelmia ja vastaukset olivat hyvin suppeita. Yritin avata matkapalvelun käsitettä, ja tämän jälkeen sain vastaukseksi, että haastateltavat ovat pääsääntöisesti vaatimattomia palvelujen suhteen. Vastattiin, että matkakohteessa tulisi olla peruspalveluita, kuten ravintoloita ja ostosmahdollisuuksia. Mitä majoituspalveluihin tuli, olivat haastateltavat yksimielisiä siitä, että hotellien ja hostellien ei tarvitse olla huipputasoa, puhdas ja siisti majoitus riittää. Suorat lennot mainittiin myös yhtenä vaatimuksena, sillä välilaskut vievät vain turhan paljon aikaa.

Viimeinen matkustustapoihin liittyvä kysymys käsitteli tärkeitä asioita matkustettaessa, ja vastaukset olivat melko erilaisia. Tärkeiksi asioiksi mainittiin matkan sujuvuus, turvallisuus, rentous ja stressittömyys. Koettiin, että matkakohteen mielenkiintoisuus ja monipuolisuus ovat tärkeitä asioita, jotta nähtäisiin ja saataisiin paljon elämyksiä. Tärkeää on myös, että tehdyt varaukset pitävät, ettei tarvitse alkaa väitellä asioista esimerkiksi matkanjärjestäjän kanssa. Oikeanlainen matkaseura nostettiin myös tärkeäksi ominaisuudeksi matkustettaessa. Lisäksi tärkeänä pidettiin lyhyitä etäisyyksiä matkakohteessa ja hyvää hinta-laatusuhdetta koko matkalle.

5.8 Matkustamisen vaikutukset ja hyödyt

Haastateltavien mukaan matkustaminen antoi heille monia unohtumattomia kokemuksia, ihania muistoja ja luottoa omiin kykyihin. Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että matkustaminen antoi heille lisää itseluottamusta ja uskallusta matkustaa itsenäisesti. Todettiin, että kun on ollut yksin Yhdysvalloissa, pärjää myös yksin missä vaan. Matkustamisen koettiin vaikuttavan myös parempiin suunnittelu- ja organisointitaitoihin sekä lisäsi innostusta matkustamaan enemmän. Lisäksi mainittiin, että matkustaminen avarsi omaa maailmankuvaa, sillä maailma on paljon enemmän kuin mitä me täällä Suomessa näemme. Myös ajatus ”maailma on pieni” vahvistui matkustamisen myötä ja osa haastateltavista totesi, että jos on vain tarpeeksi tahtoa, niin on todella helppo lähteä matkalle.

Kysyessäni entisiltä au paireilta, mitä he oppivat matkoistaan tai itsestään, sain melko samanlaisia vastauksia kuin aiemmin yllä mainitut. Pääosin opittiin luottamaan omiin kykyihin, jotta pärjää yksinkin. Matkustaminen loi paljon uskoa omaan itseensä ja opittiin arvostamaan omaa perhettä ja Suomea, joita oli aiemmin pidetty hieman itsestään selvyytenä. Opittiin suunnitelmallisuutta ja sitä, että pienelläkin budjetilla ja lyhyessä ajassa voi toteuttaa hienoja matkoja. Eräs haastateltavista koki tulleen vaatimattomaksi matkustajaksi, sillä ennen au pair -vuotta hän ei olisi nukkunut vieraiden ihmisten kanssa samassa hostellihuoneessa tai matkustanut bussissa pitkiä matkoja ollakseen kohteessa vain lyhyen ajan. Haastateltavat mainitsivat oppineensa, että perusjärjellä tulee toimeen aina ja että käsitys siitä, että pitää matkustamisesta, vahvistui entisestään.

6 YHTEENVETO

Tutkimus onnistui mielestäni hyvin ja vastaa sitä, mitä tutkimukselta odotinkin. Halusin selvittää au parien matkustusmotiiveja ja -tapoja ja haastatteluista sain lähes kaiken sen irti, mitä tarvitsin tutkimustani varten. Tutkimustulokset eivät juurikaan yllättäneet, sillä vastaukset olivat sellaisia, joita olisin itsekkin antanut. Positiivista oli kuitenkin se, että sain haastateltavilta enemmän takaisin kuin mitä olin ajatellut. Tässä yhteenvedossa tarkastelen aluksi saamiani tutkimustuloksia kokonaisuutena ja esitän muutamia kytköksiä teoriaan. Pohdinnassa mietin koko tutkimuksen onnistuneisuutta ja sen luotettavuutta. Lopuksi ehdotan muutamia vaihtoehtoja jatkotutkimuksille.

6.1 Tulosten tarkastelu

Tutkimustulokset saatiin siis haastattelemalla viittä entistä au pairia, joilla kaikilla oli paljon muistoja ja kokemuksia kerrottavana. Tulokset vastaavat tutkimuksen tavoitetta, ja haastateltavien vastauksista sain etsimäni tiedot. Tekemäni tutkimus antaa selkeän kuvan siitä, mitä motiiveja au pareilla oli matkustamiseen, millaisia matkustustapoja heillä oli ja millaisia he olivat matkailijoina.

Haastateltavat pitivät au pairia seikkailunhaluisena ja rohkeana matkailijana, jolla on halu nähdä mahdollisimman paljon ja kokea uusia asioita. Oltiin sitä mieltä, ettei au pairia matkailijana voida kuitenkaan yleistää, sillä niitäkin au pareja oli, jotka eivät juuri matkustaneet. Suurin osa au pareista kuitenkin matkustaa paljon, he käyvät tunnetuissa kohteissa ja haluavat saada au pair -vuodestaan mahdollisimman paljon irti. Au pairia kuvattiin avarakatseiseksi ja sopeutuvaiseksi matkailijaksi. Kysyessäni miten haastateltavat kuvailisivat itseään matkailijana, sain vastaukseksi samanlaisia adjektiiveja ja kuvailuja kuin aiemmin esittämäni kysymykseen. Suurin osa piti itseään melko tavanomaisena matkailijana, joka pitää nähtävyyksien kiertämisestä, valokuvaamisesta ja matkamuistojen ostamisesta. Haastateltavat kuvailivat itseään matkailijana innostuneeksi, ennakoluulottomaksi ja uteliaaksi. Kerrottiin myös, että au pair -vuoden jälkeen on muututtu itsenäisemmäksi ja varovaisemmaksi matkailijaksi. Joskus halutaan myös lähteä pois omalta mukavuusalueelta matkustettaessa.

Au parien voitaisiin todeta olevan allosentrikoita. Teoriaosuudessa kerroin allosentrikoiden ominaispiirteistä, jotka sopivat hyvin äsken kuvailemiin au pareihin. Kuten teoriassa kerrotaan, allosentrikot ovat avoimia ja ulospäinsuuntautuneita, jotka järjestävät matkansa mielellään itse. Allosentrikot pitävät uusista kohteista, heillä on kiinnostusta vieraisiin kulttuureihin ja erilaisiin ihmisiin. Heille myös kelpaa kohtuullinen ja jopa vaatimatonkin palvelutaso. Au parit voitaisiin myös nähdä tutkimusmatkailijan roolissa, sillä he järjestävät itse matkansa ja poistuvat ajoittain joukkoturismin kuplasta. Tutkimusmatkailijat suosivat kuitenkin mukavuuksia majoittuessaan ja liikkeessään kulkuneuvoilla. Nämäkin kuvailut sopivat erinomaisesti au pareihin.

Matkustamiseen suhtauduttiin positiivisesti eikä suhtautumistapa eronnut mitenkään Yhdysvalloissa matkustaessa. Haastateltavat sanoivat aina pitäneensä matkustamisesta ja koettiin, että positiivinen suhtautuminen vain vahvistui au pair -vuoden jälkeen. Yleisesti oltiin sitä mieltä, että matkustaminen kannattaa aina ja kaikkien olisi hyvä matkustaa. Matkustaminen koettiin suureksi rikkaudeksi, sillä se on hyvä tapa tutustua erilaisiin kulttuureihin ja ihmisiin. Matkustamisesta saa myös uutta näkökulmaa omaan elämään.

Pääsyyksi matkustamiseen haastateltavat kertoivat sen, että he halusivat saada au pair -vuodestaan kaiken irti ja nähdä niin paljon kuin mahdollista. Haluttiin nähdä uusia ja erilaisia paikkoja ja ihmisiä. Matkustamisen koettiin avartavan myös omaa näkökulmaa ja samalla haluttiin selvittää omaa mielikuvaa Yhdysvalloista. ”Once in a lifetime” -kokemukset olivat se, mitä au parit matkoiltaan halusivat. Matkustaminen tyydytti kokemuksen halua ja näkemisen nälkää, ja se toi tietynlaista vapautta ja itsenäisyyttä. Lisäksi matkustaminen tyydytti uteliaisuutta ja ystävien näkemistä. Yhtenä tärkeimpänä syynä matkustamiselle koettiin olevan irtiotto arjesta, sillä matkustaminen oli niin sanottu henkireikä, joka toi vastapainoa työnteolle.

Haastateltavien vastauksista ilmeni monia matkustusmotiiveja, joista mainitaan myös teoriaosuudessani. Teoriassa mainitaan nuorilla matkustajilla (tässä tapauksessa au pareilla) olevan yleensä kaksi taikka kolme matkustusmotiivia, jotka

ovat toisiin kulttuureihin tutustuminen, jännityksen etsiminen ja hauskanpito ystävien kanssa. Tutkimustuloksissa oli matkustusmotiveja, jotka löytyvät myös Cromptonin tekemästä luokituksesta. Näistä motiveista au pareilla oli ainakin pako arjesta, rentoutuminen ja sosiaalisen kanssakäymisen lisääminen. Au pairit halusivat saada irtioton arjesta ja työstä matkustamisen avulla ja samalla näkivät ystäviään ja tutustuivat uusiin ihmisiin.

Matkan ostoprosessiin sisältyy teorian mukaan monia eri vaiheita, mutta kaikki lähtee kuitenkin omasta halusta matkustaa, ja au pareilla matkapäätöksen syntymiseen vaikuttikin siis ensin tietoinen halu lähteä matkalle. Toisena ja kolmantena vaikuttivat eniten käytettävissä olevat raha ja aika. Au parien piti miettiä, kuinka paljon heillä on rahaa käytettävissä ja miten aikataulut sopivat töiden kanssa. Ystävillä oli myös vaikutusta matkapäätöksen tekemiseen, yhdessä valittiin kohde, jonne haluttiin mennä ja samalla piti ottaa myös huomioon ystävän rahatilanne ja aikataulu. Muutamilla au pareilla oli jo etukäteen tiedossa kohteet, joihin haluttiin mennä, joten tämä helpotti matkapäätöksen tekemistä. Uteliaisuus, rohkeus ja halu kokea vapaudentunne vaikuttivat myös matkapäätökseen. Matkan ominaisuuksiin kuuluvilla etäisyydellä ja kestolla oli paljon vaikutusta matkapäätöksen tekemiseen, sillä aika oli rajallista, eikä pitkiä vapaita oikein ollut, joten matkakohteiden tuli olla suhteellisen lähellä. Välimatkat siis rajoittivat matkustamista ja haastatte- luista kävi ilmi, että au pairit olisivat matkustaneet toki kauemmaksi, jos aikaa vain olisi ollut enemmän.

Haastateltavat olivat pääsääntöisesti käyneet Yhdysvaltojen itärannikolla sijaitse- vissa suurkaupungeissa. Matkoja oli tehty muun muassa New York Cityyn, Wa- shington DC:hen, Bostoniin ja Philadelphiaan. Itärannikolla oli käyty myös Mia- missa ja Niagaran putouksilla. Osa haastateltavista oli käynyt länsirannikolla ol- lessaan muun muassa Las Vegasissa, San Franciscossa ja Yosemiten kansallis- puistossa. Kohteiden valintaan vaikutti lähinnä ystävien kanssa yhdessä päättämi- nen ja itärannikon kohteiden läheinen sijainti. Muiden ihmisten positiiviset mieli- piteet vaikuttivat kohdevalintoihin ja monet näistä kohteista olivat entuudestaan tuttuja TV-sarjojen ja elokuvien kautta ja siksi ne haluttiinkin nähdä itse. Matkoja tehtiin myös siitä syystä, että haluttiin nähdä sukulaisia ja ystäviä. Haastateltavien

mukaan NYC oli ylivoimaisesti paras kohde, sillä se oli mieleenpainuvien ja siellä riitti nähtävää. Kyseisestä kaupungista muodostui monelle tärkeä paikka, koska siellä vierailtiin usein ja siellä asui ystäviä. NYC:n lisäksi muita mieleenpainuvia kohteita olivat Niagaran putoukset, Las Vegas ja Yosemiten kansallispuisto erilaisuutensa vuoksi. Au parien käymissä kohteissa ja teoriaosuudessa mainituissa suosituimmissa kohteissa oli paljon yhtäläisyyksiä, sillä lähes kaikki au parien mainitsemat matkakohteet löytyivät top 10 ja top 25 -listoista.

Asennetta Yhdysvaltoja kohtaan kuvailtiin positiiviseksi, myönteiseksi ja lämpimäksi, mikä on osaltaan vaikuttanut myönteisiin matkapäätöksiin. Yhdysvallat nähtiin monipuolisena ja mielenkiintoisena matkakohteena, joka tarjoaa jokaiselle jotakin. Haastateltavilla oli pääosin pelkästään hyviä ja positiivisia kokemuksia Yhdysvalloista matkakohteena. Sen valttikortteina nähtiin halpa hintataso ja amerikkalaisten ystävällisyys ja auttavaisuus. Lisäksi hyvänä asiana mainittiin se, että siellä on jo valmiiksi paljon ulkomaalaisia, joten turistienkin on sinne helppo matkustaa. Haastateltavien mukaan mielikuvat matkakohteista eivät juuri muuttuneet matkojen jälkeen, ja monet ennakkokäsitykset elokuvissa ja TV:ssä nähdyistä paikoista vahvistuivat sekä pitivät paikkansa. Todettiin kuitenkin, että oli vaikea muistella, minkälaisia mielikuvia oli kohteista ennen au par vuotta ja miten ne mahtoivat muuttua matkojen jälkeen. Useilla on edelleen mielenkiintoa Yhdysvaltoja kohtaan ja samoissa kohteissa voisi hyvin vierailla uudelleen sekä nähdä samalla uusiakin paikkoja.

Haastateltavat matkustivat pääasiassa muiden au par -ystäviensä kanssa samanhenkisyyden vuoksi. Heidän kanssaan oli luonnollista matkustaa, koska muutenkin tuli vietettyä paljon aikaa yhdessä. Matkat tehtiin joko junalla tai linja-autolla. Tämä oli helppoa ja halpaa, sillä välimatkat itärannikolla oleviin kohteisiin olivat melko lyhyitä. Pidemmälle matkustettaessa kulkuneuvoksi valittiin lentokone. Pääsääntöisesti kulkuneuvon valinnassa tärkeintä oli, että paikasta toiseen siirtyminen tapahtui mahdollisimman nopeasti tiukkojen aikataulujen vuoksi. Suurin osa matkoista oli päiväreissuja ja viikonlopun mittaisia matkoja. Au parin työt rajoittivat matkustamista ja näin ollen vaikuttivat suoraan matkojen pituuteen. Matkat suunniteltiin suurimmaksi osaksi itse internetin avulla, koska se oli hel-

pointa ja yksinkertaisinta. Yksin suunnittelu oli vaivattomampaa eikä tarvinnut olla riippuvainen matkanjärjestäjästä. Muutama oli tosin käyttänyt matkanjärjestäjää pidemmän matkan varaamiseen länsirannikolle. Matkakohteista etsittiin tietoa lähinnä internetistä, blogien ja kaupunkien virallisten turistikivujen kautta. Lisäksi vinkkejä kysyttiin isäntäperheeltä ja muilta au pair -ystäviltä.

Rahankäyttö luonnollisesti erosi au pairien välillä, osa kuvaili rahankäyttöään hyvinkin tuhlavaksi, sillä tarkoituksena ei ollut säästää vaan kaikki au pair -työstä saadut tulot tuhlatiin. Tämä tutkimustulos kumoaa teoriassa esiintyvän väitteen siitä, että matkailijan kuluttaminen edellyttäisi säästämistä ja ennakosuunnittelua. Osa tosin kuvaili rahankäyttöään kohtuulliseksi, ja heillä oli jonkinlainen budjetti. Kysymys matkapalveluista koettiin jotenkin hankalaksi ja vastaukset olivat melko lyhytsanaisia. Pääsääntöisesti haastateltavat olivat melko vaatimattomia matkapalvelujen suhteen. Vastattiin, että peruspalvelut kuten ravintolat ja hyvät ostosmahdollisuudet tulisi olla matkakohteissa. Mainittiin, että hostellien ja hotellien ei tarvitse olla huipputasoa, puhdas ja siisti majoitus riittää. Yhtenä vaatimuksena mainittiin myös suorat lennot, sillä välilaskut vievät turhan paljon aikaa. Lopuksi todettiin, että tärkeät asiat matkustettaessa ovat matkan sujuvuus, turvallisuus, rentous ja stressittömyys. Lisäksi tärkeiksi asioiksi mainittiin hyvä hintalaatusuhde koko matkalle ja se, että tehdyt varaukset pitävät.

Matkustamisen hyötyinä pidettiin unohtumattomien kokemusten ja ihanien muistojen saamista sekä luottamista omiin kykyihin. Oltiin yksimielisiä siitä, että matkustaminen antoi lisää itseluottamusta ja uskallusta matkustaa itsenäisesti. Matkustaminen avasi omaa maailmankuvaa ja lisäsi innostusta matkustaa enemmän. Matkustaminen loi paljon uskoa omaan itseensä ja opittiin myös arvostamaan omaa perhettä ja Suomea, joita oli aiemmin pidetty hieman itsestään selvyytenä. Opittiin lisäksi, että pienelläkin budjetilla ja lyhyessä ajassa voi toteuttaa hienoja matkoja. Kaiken kaikkiaan käsitys siitä, että pitää matkustamisesta vain vahvistui entisestään.

6.2 Pohdinta

Koko opinnäytetyöprosessi oli melko pitkä, mutta kuitenkin antoisa. Opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoista aiheen kiinnostavuudesta johtuen, mutta samalla antoi sopivasti myös haastetta. Mielestäni valmis opinnäytetyöni vastaa tutkimuksen tavoitteita, ja se onnistui kokonaisuudessaan hyvin, mistä olen erittäin tyytyväinen. Tutkimukseni avulla halusin saada tietoa au pariin matkustusmotiiveista, matkustustavoista ja siitä, minkälaisia he ovat matkailijoina. Näihin tutkimusongelmiin sain mielestäni melko kattavat tulokset.

Haastattelut onnistuivat odotetusti ja sain riittävästi tarvittavaa tietoa. Pyrin saamaan mahdollisimman syvällisiä ja kattavia vastauksia, ja näitä jäinkin hieman kaipaamaan. Olin pääosin tyytyväinen vastauksiin, mutta olisin halunnut saada vielä syvempää pohdintaa haastateltavilta. Tästä syystä koen, että muutamat haastattelurungon kysymyksistä olisivat voineet olla selkeämpiä ja niitä olisi voinut hioa enemmän, jotta epäselvyyksiltä olisi välttytty. Haasteita asetti lisäkysymysten keksiminen haastattelutilanteissa, enkä välttämättä osannut selventää tarpeeksi haastateltaville epäselviä kysymyksiä. En kuitenkaan koe, että pienet epäselvyydet olisivat vaikuttaneet lopputulokseen.

Tulokset eivät sinänsä yllättäneet, ne vastasivat aika tavalla sitä, mitä olin odottanutkin. Positiivisesti kuitenkin ilahduin haastateltavien vaivannäöstä ja aidosta kiinnostuksesta olla tässä projektissa mukana. Olin etukäteen jo miettinyt haastateltavat valmiiksi ja iloitsin suuresti, kun sain kaikilta suostumuksen haastatteluun. Tuloksia voidaan kuitenkin pitää vain suuntaa antavina, sillä mitään yleistyksiä niistä ei voida tehdä pienen otannan vuoksi. Lähinnä vastauksista saadaan käsitys au pareista matkailijoina ja matkustamiseen liittyvistä tavoista sekä motiiveista. Asetetut aikataulut koko opinnäytetyön suhteen pitivät melko hyvin ja työ eteni itselleni sopivalla tavalla. Lopuksi voin todeta olevani tyytyväinen työni lopputulokseen.

6.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksessa tulosten luotettavuus ja pätevyys voivat vaihdella, ja tästä syystä on hyvä pyrkiä arvioimaan valmiin tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida useilla eri mittaus- ja tutkimustavoilla. Tärkeimmät luotettavuuden arviointikriteerit ovat reliabiliteetti ja validiteetti. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten toistettavuutta eli, jos kahdella eri kerralla saadaan samat tutkimustulokset, voidaan tuloksia pitää reliaabeleina eli luotettavina.

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa tärkeimpänä luotettavuuden mittarina on kuitenkin validiteetti, jolla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä. Validiteetilla pyritään selvittämään, ovatko mitatut asiat juuri sellaisia, joita oli tarkoituskin mitata. Esimerkiksi haastattelutilanteessa haastateltavat voivat ymmärtää jotkut kysymyksistä väärin, ja tällöin validiteetti horjuu ja vastaukset eivät ole aivan sellaisia, joita alun perin haettiin. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2003, 213-214.)

Haastattelin viittä henkilöä, mikä on mielestäni riittävä määrä laadullisessa tutkimuksessa. Jos haastateltavia olisi ollut vain muutama, olisi se toki laskenut tutkimuksen luotettavuutta. Henkilökohtainen haastattelu antoi mahdollisuuden tarkkojen kysymysten esittämiseen ja oikeanlaisten vastausten saamiseen. Kaikkiin kysymyksiin sain vastauksia, joskin yksi kysymys aiheutti hieman epäselvyyksiä eikä sitä ymmärretty täysin oikein. Muuten kysymykset ymmärrettiin hyvin ja muutamia kysymyksiä yritin selventää haastateltaville. ”Miten kuvailisit au pairia matkailijana?” -kysymyksestä ei voi saada kuin omiin mielipiteisiin perustuvia vastauksia, ja tällöin validiteetti voi horjua. Pidän tuloksia kuitenkin melko tarkoina henkilökohtaisten haastattelujen myötä, ja lisäksi kaikki vastaukset olivat yhteneväisiä, mikä lisää tutkimuksen luotettavuutta.

6.4 Jatkotutkimusehdotukset

Tästä samasta aiheesta voisi tehdä myöhemmin laajemman tutkimuksen, johon voisi pyytää apua EF:n Cultural Care Au Pair -järjestöltä, joka voisi lähettää suomalaisille au pareille sähköpostitse haastattelulomakkeen. Tällä tavoin saavuttaisi luotettavasti suomalaisia au pareja ja tutkimuksen otanta kasvaisi ja lisäisi näin ollen koko tutkimuksen luotettavuutta. Samalla järjestö voisi toki lähettää haastattelulomakkeen suomalaisten lisäksi vaikkapa saksalaisille au pareille, ja tutkimuksessa olisi mahdollista vertailla kahden eri kansallisuuden matkustustapoja ja -motiiveja. Jotta laadullisesta tutkimuksesta ei tulisi liian suuri, voisi kummastakin maasta ottaa vaikka kymmenen haastateltavaa.

Koska matkustustavoista ja -motiiveista on ehkä hankala kehittää nimenomaan jatkotutkimuksia, on mielessäni muutama aiheesta poikkeava tutkimusehdotus. Mielenkiintoinen tutkimus voisi olla au pareista, jotka vaihtavat isäntäperhettä kesken au pair -vuoden. Tutkimuksessa voisi haastatella näitä au pareja ja kysellä heiltä, mitkä olivat syyt perheen vaihtamiseen ja miten koko vaihtoprosessi onnistui ja oliko toinen isäntäperheistä lopulta sitten parempi. Usein perheen vaihdon taustalla ovat erimielisyydet toimintatavoista ja yksinkertaisesti siitä, ettei tulla keskenään toimeen, joten tätä olisi mielenkiintoista tutkia.

EF:n Cultural Care Au Pair -järjestön voisi ottaa myös toimeksiantajaksi ja teettää heille tutkimuksen asiakastyytyväisyydestä, miten asiat hoituvat ennen au pairiksi lähtöä, kohdemaassa ja au pair -vuoden jälkeen. Tästä tutkimuksesta olisi varmasti hyötyä EF:n toiminnalle ja he pystyisivät kehittämään au pair -toimintaansa eteenpäin.

LÄHTEET

Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki. Edita Prima Oy.

Cultural Care Au Pair. Viitattu 30.9.2013.
<http://www.culturalcare.fi/elamaa-au-pairina/>

European Agreement on au pair placement 1969. Viitattu 24.1.2014.
<http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/068.htm>

Heinonen, J., Mäntyneva, M. & Wrangé, K. 2003. Markkinointitutkimus. Helsinki. WSOY Oppimateriaalit Oy.

Helin, H. 1992. Nuori, joka ei pysynyt paikoillaan. Helsinki. Hakapaino Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2003. Tutki ja kirjoita. Vantaa. Dark Oy.

Kostiainen, A. 2004. Matkailijan ihmeellinen maailma. Matkailun historia vanhalta ajalta omaan aikaamme. Saarijärvi. Saarijärven Offset Oy.

Kurki, L. 2008. Innostava matkailu. Sosiokulttuurinen innostaminen ja vapaa aika. Helsinki. Oy FINN LECTURA Ab.

Mäkinen, J. 2006. Nuorisomatkailu. Matkailun edistämiskeskus. Viitattu 26.1.2014.
[http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/B5A994EBF55D94A3C2257145002B5895/\\$FILE/Nuorisomatkailu.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/B5A994EBF55D94A3C2257145002B5895/$FILE/Nuorisomatkailu.pdf)

Nurminen, H. 2010. Au parien kokemuksia kansainvälistymisestä. Opinnäytetyö. Mikkelin ammattikorkeakoulu.

Puustinen, A. & Rouhiainen, U.-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki. Edita Prima Oy.

Ryan, C. 2003. Recreational Tourism. Demand and Impacts. Englanti. Channel View Publications.

St. Louis, R. 2012. Discover USA. Kiina. Lonely Planet Publications Pty Ltd.

Timonen-Verma, P. & Storlund, G. 2002. Monin tavoin maailmalle. Helsinki. Hakapaino Oy.

Touropia. 2013. 10 Top Tourist Attractions in the USA. Viitattu 18.1.2014.
<http://www.touropia.com/tourist-attractions-in-the-usa/>

Vuoristo, K.-V. 2002. Matkailun muodot. Helsinki. WSOY Oppimateriaalit Oy.

Vuoristo, K.-V. 2003. Matkailun maailma. Kansainvälisen matkailun maantiede. Helsinki. WSOY Oppimateriaalit Oy.

Haastattelut

Muukkonen, M. Haastattelu 22.11.2013.

Puumala, K. Haastattelu 5.12.2013.

Haaparanta, M. Haastattelu 10.12.2013.

Keskitalo, E. Haastattelu 11.12.2013.

Kaukainen, M. Haastattelu 15.12.2013.

LIITTEET

LIITE 1. Haastattelurunko

Motiivit

1. Minkä syiden takia halusit matkustaa au pair vuotesi aikana Yhdysvalloissa?
2. Mitä asioita halusit kokea matkoillasi Yhdysvalloissa?
3. Mihin kohteisiin matkustit vuotesi aikana Yhdysvalloissa?
4. Miksi matkustit juuri näihin kohteisiin? / Mikä sai sinut valitsemaan nämä kohteet?
5. Mitkä matkakohteista olivat sinun mielestäsi parhaimmat? Miksi?
6. Millaisena matkakohteena pidät yleisesti koko Yhdysvaltoja?/asenne Yhdysvaltoja kohtaan?
7. Miten mielikuvat/ennakkokäsitykset kohteista muuttuivat matkustamisen jälkeen?
8. Mitkä asiat vaikuttivat matkapäätöksen tekemiseen?
9. Oliko matkakohteiden etäisyyksillä vaikutusta matkapäätöksen tekemiseen?
10. Mitä tarpeita matkustaminen tyydytti?
11. Millä tavoin matkustaminen vaikutti au pair vuoteesi/ nykyhetkeesi? Mitä hyötyä matkustamisesta oli?

Matkustustavat/Au pair matkustajana

12. Miten suhtaudut matkustamiseen yleisesti ja erosiko tämä suhtautumistapa Yhdysvalloissa matkustettaessa?
13. Miten kuvailisit itseäsi matkailijana/turistina?
14. Keiden kanssa teit matkojasi vuoden aikana? Miksi?
15. Millä kulkuneuvoilla matkustit? Miksi?
16. Kuinka pitkiä matkoja teit?
17. Käytitkö matkustaessasi matkatoimistopalveluja vai suunnittelitko matkasi itse?
18. Mistä sait tietoa matkakohteista?
19. Minkälaisia matkapalveluja vaadit matkoiltasi? Miksi?
20. Millainen oli rahankäyttösi matkustaessasi?
21. Mitkä asiat/ominaisuudet ovat sinulle tärkeitä matkustaessa?
22. Miten kuvailisit au pairia matkailijana?
23. Mitä opit matkoistasi/itsestäsi matkojen aikana/jälkeen?