



Vanhuuseläkkeellä olevien suomalaisten motiivit matkakohteen valitsemiseen kotimaanmatkailussa

Josefiina Kärkkäinen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu
Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma
Opinnäytetyö
2022

Tiivistelmä

Tekijä Josefiina Kärkkäinen
Tutkinto Restonomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Vanhuuseläkkeellä olevien suomalaisten motiivit matkakohteen valitsemiseen kotimaanmatkailussa
Sivu- ja liitesivumäärä 52 + 7
<p>Maailman väestön ikääntyminen ja vanhuuseläkeikäisten ikäluokkien suuri kasvu lähitulevaisuudessa ovat erittäin ajankohtaisia asioita. Erityisesti Suomessa seuraavien vuosien suurimmat ikäluokat tulevat olemaan vanhuuseläkeikäisiä. Näiden johdosta kotimaanmatkailussa, kuten myös muillakin toimialoilla, asian huomioiminen on tärkeää, jotta yritykset pystyvät vastaamaan kasvavaan kysyntään.</p> <p>Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Suomen matkailualan liitto ry (SMAL). Opinnäytetyön tavoitteena on löytää mahdolliset puutteet ja kehityskohteet kotimaanmatkailussa vanhuuseläkkeellä olevien matkustajien näkökulmasta. Tämän kautta toimeksiantaja voi työn pohjalta auttaa kehittämään etenkin SMALin jäsenistöön kuuluvien Suomen matkatoimistojen ja muiden matkailualan toimintaa harjoittavien yritysten tarjontaa kasvavan kysynnän mukaan.</p> <p>Tämä opinnäytetyö on kartoittava tutkimus, joka sisältää tietoperustan lisäksi kvantitatiivisen kyselytutkimuksen vanhuuseläkkeellä oleville suomalaisille. Työn tutkimus on rajattu suomalaisten vanhuuseläkeläisten kotimaanmatkailuun, mutta tietoperustassa käsitellään myös vanhuuseläkeläisten matkailua yleisesti. Lisäksi tutkimus on rajattu kohderyhmän iän kohdalla vähintään 63-vuotiaisiin, sillä Suomessa vanhuuseläke voi alkaa tällä hetkellä aikaisintaan 63-vuotiaana.</p> <p>Opinnäytetyön kyselytutkimus tehtiin huhtikuussa 2022. Sähköinen kyselylomake julkaistiin SMALin sosiaalisen median sivustoilla, kuten Facebookissa ja LinkedInissä. Lisäksi kyselylomake jaettiin matkailuaiheisissa Facebook-ryhmissä ja eri Suomen kaupunkien Facebook-ryhmissä. Kyselylomake oli auki 11.–17.4.2022, jonka aikana vastauksia kertyi 82 kappaletta. Kyselyn tulokset käsiteltiin prosenttijakaumien ja painotettujen keskiarvojen kautta. Tulokset havainnollistettiin pylväsdiagrammeilla, sekä palkki- ja ympyräkaavioilla vastausten tulkitsemisen helpottamiseksi.</p> <p>Kyselytutkimuksessa saadut tulokset mukailivat paljolti tietoperustassa käsiteltyä aikaisempaa kirjallisuutta aiheesta. Vastaajat kokivat tärkeimpinä asioina kotimaanmatkakohteissa olevan rentoutumisen mahdollisuudet, sijainnin lähellä luontoa, nähtävyyksissä vierailun mahdollisuudet ja matkan hinnan. Kotimaan matkakohteisiin matkustamisen syiksi ilmoitettiin eniten loma- ja virkistäytymissyöt, uuden näkeminen ja kokeminen, sekä perheen ja sukulaisten tapaaminen. Kotimaanmatkustamisessa puutteena matkailussa on koettu olevan muun muassa vanhuuseläkeläisten matkailijoiden huonosti huomioituiden tarpeet. Vanhuuseläkeläisten kokemia puutteita matkailussa olivat kotimaanmatkailun korkea hintataso, alhainen palvelutaso sekä matkakohteen ja matkailupalveluiden informaation puutteet.</p> <p>Tutkimuksesta tuli jatkotutkimusehdotuksena suomalaisten vanhuuseläkkeellä olevien matkailutottumukset tarkemmin jaoteltuna, esimerkiksi tutkimukset majoituksista, matkailun kulkutavoista ja matkakohteista.</p>
Asiasanat eläkeläinen, kotimaanmatkailu, Suomi, motiivi, matkailu

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Vanhuuseläkeläisten kotimaanmatkailu Suomessa	4
2.1	Matkailun määritelmä	4
2.2	Kotimaanmatkailu Suomessa	4
2.3	Matkailijan määritelmä.....	5
2.3.1	Vanhuuseläkeläiset matkailijasegmenttinä	5
2.3.2	Vanhuuseläkeläisten matkustus Suomessa	7
2.4	Megatrendit ja matkailu	8
3	Matkailun motiivit.....	10
3.1	Dannin teoria työntö- ja vetovoimatekijöistä	11
3.2	Vanhuuseläkeläisten matkailun motiivit	11
3.3	Vanhuuseläkeläisten matkailupalveluiden käyttö.....	13
3.3.1	Vanhuuseläkeläisten matkojen suunnittelu ja varaaminen	13
3.3.2	Vanhuuseläkeläisten matkustuksen kulkutavat ja majoitus matkakohteissa	14
3.3.3	Vanhuuseläkeläisten aktiviteetit matkakohteissa.....	15
3.4	Vanhuuseläkeläisten rajoitukset matkailussa.....	15
3.5	Vanhuuseläkeläisten matkailijoiden asiakasprofiilit.....	16
4	Tutkimuksen suorittaminen.....	18
4.1	Tutkimusmenetelmä	19
4.2	Kyselyn laatiminen	20
4.2.1	Suomalaisten vanhuuseläkkeellä olevien kotimaanmatkailijoiden kyselylomake ..	22
4.2.2	Tutkimuksen suorittaminen ja otanta.....	23
4.3	Tulosten käsittely	24
5	Tutkimustulokset	25
5.1	Vastaajien taustatiedot.....	25
5.2	Vastaajien matkailutottumukset kotimaanmatkailussa Suomessa	26
5.3	Vastaajien matkojen suunnittelu ja ostokäyttäytyminen	31
5.4	Vastaajien kotimaan matkakohteisiin matkustamisen motiivit	33
5.5	Vastaajien kokemukset kotimaanmatkailusta Suomessa.....	35
5.6	Vastaajien mielipiteet kotimaanmatkailusta	37
5.7	Tiivistelmä tutkimuksen tuloksista.....	39
6	Pohdinta.....	41
6.1	Tutkimuksen tavoitteiden toteutuminen ja kehittämisehdotukset.....	43
6.2	Tutkimuksen luotettavuus ja toistettavuus	46
6.3	Oman oppimisen arviointi	48

Lähteet.....	50
Liitteet.....	53
Liite 1. Tutkimuskyselylomake suomalaisille vanhuuseläkkeellä oleville	53

1 Johdanto

Maailman väestö ikääntyy ja vähintään 65-vuotiaiden ikäluokka kasvaa tällä hetkellä nopeammin kuin mikään muu ikäluokka. Vuonna 2018 yli 65-vuotiaat ylittivät ensimmäistä kertaa historiassa alle 5-vuotiaiden määrän maailmassa. Ennusteiden mukaan vuonna 2050 maailman väestöstä 16 prosenttia, eli yksi kuudesta ihmisestä, tulevat olemaan vähintään 65-vuotiaita. Tämä olisi lähes kaksinkertainen määrä verrattuna vuoden 2019 yhdeksän prosentin osuuteen. (United Nations s.a.) Osasyynä väestön ikääntymiselle on elinajanodote, joka on kasvanut aiempaa korkeammaksi ja jatkaa edelleen kasvuaan (Horwath HTL 2015). WHO:n (2020) mukaan maailmanlaajuisesti elinajanodote on tällä hetkellä noin 73 vuotta. Nopeasti kasvavan ikäluokan seurauksena matkailusakin yksi nopeimmin kasvava asiakassegmentti odotetaan olevan ikäihmiset (Otoo & Kim 2020).

Kuten maailmallakin myös Suomessa vanhuuseläkeikässä olevat ovat nopeimmin kasvava ikäluokka. Tämänhetkisten ennusteiden mukaan vanhuuseläkeikäiset tulevat olemaan Suomen suurin ikäluokka tulevaisuudessa. Suomessa elinajanodote on miehillä 79 vuotta ja naisilla 85 vuotta. Molempien sukupuolien elinajanodotteen keskiarvo on 82 vuotta. (Koskinen 2021.) Iän tuomien kehon muutosten ja sairauksien myötä seniorimatkailijoilla on matkailulle tiettyjä tarpeita ja motiiveja, jotka eroavat muista matkailijoista (Horwath HTL 2015). Tämän johdosta suomalaisten matkailualan yritysten tulisi kiinnittää huomiota ikäihmisten tarpeisiin matkailussa ja tarvittaessa kehittää tuotteitaan ja palveluitaan ikäihmisille sopivimmiksi.

Opinnäytetyöni on kartoittava tutkimus, jossa selvitetään vanhuuseläkkeellä olevien suomalaisten matkakohteiden valintaan vaikuttavia motiiveja kotimaanmatkailussa. Työn tietoperusta koostuu aiheen aikaisemmasta kirjallisuudesta, jonka lisäksi työtä varten toteutetaan määrällinen eli kvantitatiivinen kysely tutkimuksen kohderyhmälle. Tietoperustassa käytetään sekä ulkomailla että Suomessa tehtyjä tutkimuksia ja kirjallisuutta vanhuuseläkeläisten matkailusta, sillä Suomessa vanhuuseläkeläisten kotimaanmatkailua ei ole paljoa tutkittu. Tätä hankittua aineistoa käytetään myös työtä varten tehtävän kyselytutkimuksen kysymysten laatimisen tukena sekä tulosten analysoinnin apuna ja vertailumateriaalina. Kyselytutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa suomalaisten vanhuuseläkkeellä olevien matkailijoiden motiiveja ja mielipiteitä kotimaanmatkailussa. Tämän kautta pyritään löytämään mahdolliset kehittämiskohteet Suomen matkailussa ja matkailuyritysten palveluissa vanhuuseläkeläisten näkökulmasta.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Suomen matkailualan liitto ry (SMAL). SMAL on perustettu vuonna 1940. Tällä hetkellä heidän jäsenistönsä muodostuu noin 280 yrityksestä, joista noin 180 ovat matkatoimistoja, matkanjärjestäjiä ja incoming-matkatoimistoja ja noin 100 ovat muita matkailualan yrityksiä. Näihin sisältyy muun muassa majoitusliikkeitä, matkailualan oppilaitoksia, kotimaisia ja ulkomaisia matkailutoimistoja, kuljetusyhtiöitä sekä matkailualan medioita, konsultteja ja

teknologiayrityksiä. Suomessa lähes 95 prosenttia vuoden 2019 matkatoimistomyynnistä tuli SMALin jäsenistöön kuuluvilta yrityksiltä. SMALin toiminnan keskiössä on myös viranomaisyhteistyö ja alan lainsäädäntöön vaikuttaminen. (Suomen matkailualan liitto ry s.a.)

SMALin toiminta perustuu Suomessa olevien matkatoimistojen ja matkailualan toimintaa harjoittavien yritysten kehittämiseen, edistämiseen ja etujen ajamiseen. Lisäksi SMAL valvoo näiden yritysten oikeuksia ja hyvien liiketapojen noudattamista. SMAL pyrkii mahdollistamaan toiminnallisen yhteistyön SMALin jäsenyritysten sekä muiden matkailualan yritysten kesken ja luomaan edellytyksiä hyvien suhteiden rakentamiselle ja ylläpitämiselle. (Suomen matkailualan liitto ry s.a.)

Matkailualalla työni aihe on merkittävä. Tulevaisuudessa aiheen merkittävyys tulee lisääntymään eritoten Suomen kotimaanmatkailussa, sillä Suomessa suurimmat ikäluokat tulevat lähitulevaisuudessa olemaan vanhuuseläkeikäisiä. Esimerkiksi vuonna 2020, Suomen 10:stä suurimmasta ikäluokasta viisi luokkaa olivat vuosina 1956, 1961, 1962, 1963 ja 1964 syntyneet, jotka ovat tai tulevat muutaman vuoden sisässä olemaan, vanhuuseläkeikäisiä (Tilastokeskus 2021). Näin ollen mahdollisesti suurin potentiaalinen asiakaskunta Suomen kotimaanmatkailussa tulevat olemaan vanhuuseläkeikäiset, joten olisi tärkeää kehittää matkailua eritoten heidän tarpeidensa ja kiinnostuksensa mukaisesti.

Opinnäytetyön aihe on täten myös toimeksiantaja SMALille tärkeä, sillä työn tuloksia voidaan hyödyntää Suomen matkailuyritysten kehittämisessä, jotta he osaavat ottaa paremmin huomioon vanhuuseläkeläisten tarpeet matkailussa jo nyt ja tulevaisuudessa. Lisäksi tuloksia voi hyödyntää myös tulevien restonomien koulutuksessa, jotta hekin ymmärtävät ja oppivat ikäihmisten tarpeet ja odotukset matkailulta ja osaavat käyttää tietoa heidän toimialallaan koulutuksen jälkeen.

Työn tarkoitus on, että toimeksiantaja voi työn pohjalta auttaa kehittämään etenkin SMALin jäsenistöön kuuluvien Suomen matkatoimistojen ja muiden matkailualan toimintaa harjoittavien yritysten tarjontaa kasvavan kysynnän mukaan. Työn päätavoitteena on löytää mahdolliset puutteet ja kehityskohteet kotimaanmatkailussa suomalaisten vanhuuseläkkeellä olevien matkustajien näkökulmasta.

Päätavoitteeseen pyritään vastaamaan seuraavilla alatavoitteilla:

- Mitä tekijöitä vanhuuseläkkeellä olevat suomalaiset hakevat matkakohteistaan?
- Mitä puutteita kotimaanmatkailusta löytyy vanhuuseläkeläisen näkökulmasta?
- Mitkä tekijät mahdollistavat ikääntyvien ihmisten valmiudet matkailuun?
- Millaiseksi ikäihmiset kuvaavat onnistuneen matkan osatekijöitä?

Tutkimustuloksista pyritään selvittämään, mitä muutoksia kotimaanmatkailussa tulisi huomioida ja tehdä, jotta kotimaan matkakohteet ja matkailualan palvelut olisivat houkuttelevimpia vanhuuseläkeläisille, ja ne voisivat vastata vanhuuseläkeikäisten matkailijoiden odotuksiin.

Opinnäytetyössä tutkimus on rajattu kotimaanmatkailuun, sillä olen kiinnostunut vanhuuseläkeläisten matkailusta etenkin Suomessa, jossa aihetta on tutkittu vähemmän. Suomessa ilmiön vähäisen tutkitun tiedon vuoksi työn tietoperustassa käsitellään myös vanhuuseläkeläisten matkailua ulkomailla, mutta tutkimus ja työssä toteutettava kyselytutkimus keskittyvät kotimaanmatkailuun. Lisäksi tutkimuksen ikä on rajattu vähintään 63-vuotiaaseen vanhuuseläkkeellä olevaan, sillä Suomessa vanhuuseläke alkaa aikaisintaan 63-vuotiaana (Eläketurvakeskus 2022), vaikka monet lähteet ja tutkimukset vaihtelevat siinä, minkä ikäisiä tarkoitetaan, kun viitataan eläkeläisiin ja ikäihmiisiin. Koska aikaisemmissa tutkimuksissa ja kirjallisuudessa on käytetty useita eri termejä tämän tutkimuksen kohderyhmästä puhuttaessa, työssä käytetään vaihdellen termejä vanhuuseläkeläinen, vanhuuseläkeikäinen ja ikäihminen. Opinnäytetyö tulee antamaan mahdollisia suosituksia siitä, kuinka Suomen matkailualan yritysten tulisi kehittää palveluitaan, mutta varsinaista ohjeistusta ei tulla toteuttamaan.

2 Vanhuuseläkeläisten kotimaanmatkailu Suomessa

2.1 Matkailun määritelmä

Matkailu on kulttuurinen, sosiaalinen ja ekonomisen ilmiö. Matkailu tarkoittaa sitä, että ihmiset liikkuvat vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muun tarkoituksen vuoksi paikkoihin, jotka eroavat heidän tavanomaisesta elinpiiristään. Matkalla oleskelun keston tulee olla alle 12 kuukautta, jotta se määriteltäisiin matkailuksi, sillä tätä pidemmät matkat määriteltäisiin maahanmuutoksi. (UNWTO s.a.)

Matkailu voidaan jakaa kahteen kategoriaan: kotimaanmatkailuun ja ulkomaanmatkailuun. Matkailussa kotimaanmatkailu viittaa matkailijoiden matkustavan sen maan sisällä, jossa he asuvat pysyvästi. Tällöin matkan pääkohteena on paikka, kaupunki tai kohde matkailijan asuinmaan sisällä. Ulkomaanmatkailussa on kaksi erityyppistä matkailumuotoa: inbound-matkailu ja outbound-matkailu. Inbound-matkailu on maan ulkopuolella asuvan matkailijan matkustus maahan tai sen matkakohteeseen. Outbound-matkailu tarkoittaa maan asukkaiden matkailua maan ulkopuolelle. (UNWTO s.a.)

2.2 Kotimaanmatkailu Suomessa

Kotimaanmatkailu on vähitellen kasvava trendi. Suomessa kotimaanmatkailu on suuri osa Suomen matkailuelinkeinosta, sillä koko maan matkailukysyntää tarkasteltaessa isoin osa liittyy kotimaanmatkailuun ja näin ollen tulot ovat sen mukaiset. Lisäksi esimerkiksi majoitustilastoissa vuonna 2019 kotimaanmatkailijat muodostivat kokonaisuudessaan 69 prosenttia majoitusliikkeiden yöpymisistä. Kotimaanmatkailun kiinnostus on kasvanut Suomessa viimeisen vuosikymmenen aikana. Etenkin viimeisimpien kahden vuoden ajan, 2020–2021, covid-19 pandemia on lisännyt kiinnostusta kotimaanmatkailuun. Esimerkiksi vuonna 2020, 83 prosenttia yöpymisistä muodostui kotimaanmatkailijoista. Tämä on myös Työ- ja elinkeinoministeriön tilaaman tutkimuksen mukaan korostanut kotimaanmatkailun merkitystä Suomen matkailuelinkeinolle sekä osoittanut tarvetta kotimaanmatkailun kehittämiseksi aikaisempaa enemmän. Tällä hetkellä useat kotimaanmatkailun tuotteet ja palvelut ovat hinnoitukseltaan ja olemukseltaan suunniteltu ulkomaan matkailijoille eikä niinkään kotimaan matkailijoille, jotka ovat tottuneet kuluttamaan vähemmän matkailussa. (Honkanen, Sammalkangas & Satokangas 2021, 9.)

Kotimaanmatkailun kiinnostusta lisääviä tekijöitä ovat muun muassa lisääntynyt vastuullisuus ja kiinnostus matkailun ympäristölle aiheuttavista vaikutuksista. Lisäksi turvallisuus, matkan teon helppous ja mahdollisuus myös lyhytkestoisiin matkoihin ovat asettaneet kotimaanmatkailun suosioon. Suomen luonto ja siihen liittyvät toiminnot ja aktiviteetit ovat yksi vetovoimatekijä niin ulkomaanmatkailijoille kuin myös kotimaanmatkailijoille. (Honkanen ym. 2021, 9.) Tilastokeskuksen

(2020a) 2019 vuoden tutkimuskin osoittaa Suomen kotimaanmatkailussa suurimpana motiiveina ja kohteen valintaan vaikuttavina tekijöinä olevan luonto, oma hyvinvointi sekä kulttuuri- ja liikuntapalvelut. Vähiten motiivina toimi ostosten tekeminen (Tilastokeskus 2020a).

Tilastokeskuksen (2020a) tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2019 maakunnista Uusimaa, Pirkanmaa, Pohjois-Pohjanmaa ja Lappi olivat Suomessa suosituimpia kotimaanmatkailun kohteita vapaa-ajan matkoilla, jotka sisälsivät maksullisen yöpymisen. Ilmaismatkojen suhteen Uusimaa, Varsinais-Suomi, Pirkanmaa ja Pohjois-Pohjanmaa olivat suosituimpia kohteita. Ilmaismatkoilla majoittuminen on esimerkiksi omalla mökillä tai sukulaisten tai tuttavien luona. Maksullisissa yöpymisissä suosituimpina majoituskohteina olivat hotellit, lomakylät ja leirintäalueet. Myös vuokramökit ja Airbnb olivat suosittuja majoituskohteita. Suosituimpana tapana kulkea kotimaanmatkoilla olivat henkilöauto ja juna, joidenka jälkeen olivat bussi, lentokone ja muut kulkutavat. (Tilastokeskus 2020a.)

2.3 Matkailijan määritelmä

Matkailijasta on useampi määritelmä, jonka lisäksi on monta eri tapaa luokitella matkailijoita. UNWTO:n (s.a.) mukaan matkailijaksi määritellään henkilö, joka liikkuu paikasta toiseen riippumatta matkan pituudesta tai tarkoituksesta. Matkailija voidaan jakaa yöpyväksi vierailijaksi eli turistiksi, joka yöpyy matkakohteessa vähintään yhden yön tai päiväkävijäksi, joka matkustaa kohteeseen vain yhden päivän ajaksi. Matkailija voidaan jakaa myös kotimaanmatkailijaksi ja kansainväliseksi matkailijaksi. Kotimaanmatkailija tarkoittaa matkustajaa, joka matkustaa oman asuinmaansa sisällä. Kansainvälinen matkustaja tarkoittaa matkustajaa, joka matkustaa kohdemaahan, mutta ei ole asukas siellä tai matkustajaa, joka matkustaa oman asuinmaansa ulkopuolelle. (UNWTO s.a.)

2.3.1 Vanhuuseläkeläiset matkailijasegmenttinä

Segmentointi on asiakkaiden ryhmittämistä yhteisiin samanlaisiin homogeenisiin ryhmiin perustuen heidän samanlaiseen asiakaskäyttämiseensä markkinoilla. Segmentoinnin kriteereinä voidaan käyttää esimerkiksi demograafisia tekijöitä, kuten henkilön ikää tai sukupuolta, sosioekonomisia tekijöitä kuten tulotasoa tai koulutautumistasoa, psykograafisia tekijöitä kuten henkilön elämäntyyliä, arvoja ja normeja, sekä henkilön ostokäyttämistä. Samoissa segmenteissä olevilla on paljolti samoja haluja ja tarpeita liittyen tuotteisiin ja palveluihin ja myös heidän ostokäyttämiseensä on samantyyppistä. Segmentointi helpottaa tuotteiden ja palveluiden oikeanlaisen tarjonnan, kehittämisen ja kohdentamisen oikeille henkilöille. (Peelen 2013, 148-149.) Matkailussakin käytetään segmentointia eri matkailijoiden erottamiseen ja ostokäyttämisen ymmärtämiseen. Yhtenä matkailijasegmenttinä on vanhuuseläkeläiset matkailijat.

Maailman väestön ikääntymisen ajatellaan olevan yksi suurimpia sosiaalisen muutoksen aiheuttajista, ja sillä tulee olemaan vaikutuksia kaikkiin yhteiskunnan pyörittämiseen liittyviin alueisiin kuten rahoitusmarkkinoihin, työvoimaan, sekä palveluiden ja tuotteiden kysyntään (United Nations s.a.). Näin ollen väestön rakennemuutokset vaikuttavat tulevaisuudessa kysyntään myös matkailualalla. Ikääntymisellä ei näytä olevan hidasteita halukkuudelle matkustaa, vaan matkustuksessakin ikäihmiset nähdään jatkuvasti kasvavana asiakaskuntana, joten nopeasti kasvavan ikäluokan myötä vanhuuseläkeiässä olevat tulevat olemaan suuri mahdollinen asiakassegmentti matkailun tulevaisuudessa (Patterson 2018, 3; Horwath HTL 2015).

Matkailututkimuksissa on käytetty monipuolisesti eri termejä, kun on puhuttu vanhemmista matkailijoista tai vanhuuseläkeiässä olevista matkailijoista. Muutamia esimerkkejä eri termeistä ovat seniori, ikäihminen, vanhuuseläkeikäinen ja suuret ikäluokat eli baby boomers. Myös ikähaarukat, jotka on sisällytetty näihin termeihin, voivat vaihdella paljolti. Monissa tutkimuksissa alaikäraja on ollut vähintään 65-vuotiaat, kun taas toisissa tutkimuksissa vähintään 50-vuotiaat. Kuitenkin yleisimmin käytetty ikä ikäihmisten matkatottumuksista puhuttaessa on vähintään 65 vuotta, sillä tämä on yleisimmin virallinen vanhuuseläkkeen saavuttanut ikä maailmalla, kuten Yhdysvalloissa. (Balderas-Cejudo 2019, 266.) Vanhuuseläke voidaan määrittellä ajaksi tietyn iän jälkeen, jolloin henkilö voi jättäytyä työnteosta ja alkaa saamaan eläkettä eli tuloja, jotka määräytyvät hänen työuransa keston mukaan. Suomessa vanhuuseläkeikä määräytyy henkilön syntymävuoden mukaan. Tällä hetkellä eläkkeelle voi jäädä noin 63–65-vuotiaana. (Eläketurvakeskus 2022.)

Horwath HTL:n (2015) tekemän markkinatutkimuksen mukaan ikäihmiset, heidän tutkimuksessaan yli 60-vuotiaat, jakavat tiettyjä piirteitä matkailussaan. Näitä ovat muun muassa valmius kuluttaa matkoilla, esimerkiksi laadukkaampiin hotelleihin, halukkuus personalisoituihin ja räätälöityihin palveluihin, hyvinvointipainotteiset matkat ja kokemusten hakeminen matkoilta fyysisten tavaroiden sijasta. Kuten muillakin asiakassegmenteillä myös vanhuuseläkeiässä olevilla matkustajilla on tiettyjä odotuksia ja haluja matkojen suhteen, mistä johtuen personalisoitujen matkojen tärkeys on korostunut heidän keskuudessaan. Lisäksi seniorimatkailijoiden kohdalla iän ja sairauksien tuomat mahdolliset tarvittavat lisätarpeet ja avut, kuten esteettömät tilat ja palvelut, lisäävät halua personalisoiduille matkailupalveluille. (Horwath HTL 2015) Koska ikäihmiset ovat kuitenkin nykyään terveempiä kuin aikaisemmin, sairauksien tuomat esteet matkailulle ovat vähentyneet. Lisäksi vanhuuseläkkeellä olevilla on nykyään enemmän varallisuutta, esimerkiksi eläkkeen ja säästöjen muodossa, jota he voivat ja ovat valmiita kuluttamaan matkailuun. Nämä lisäävät halukkuutta ja innostuneisuutta matkustaa eläkeiässä enemmän, ja tekemään myös pidempiä ja uudenlaisia matkoja. (Frilander 2013; Robbins 2018.)

Suurin osa vanhuuseläkkeellä olevista eivät käy enää töissä, joten heillä on enemmän vapaa-aikaa ja mahdollisuuksia matkustaa vapaammin ja monimuotoisemmin riippumatta vuodenajasta. Heillä on aikaa tehdä useampia matkoja vuoden aikana tai kauemmas suunnattuja kaukomatkoja, sillä heidän ei tarvitse miettiä työn tai muiden velvoitteiden tuomia aikarajoituksia. (Kon-Tiki 2013.) Teknologian kehityksen myötä ikäihmisillä on helpompi pitää yhteyttä myös läheisiinsä tarvittaessa. Matkustaminen ei tunnu niin pelottavalta tai vaikealta, kun ei ole täysin sulkeutunut läheisistään ja he tietävät missä henkilö on. Jos jotain sattuu, apua ja tukea saa nopeammin. (Patterson 2018.) Zielinska-Szczepkowskan (2021) tutkimuksen mukaan kuitenkin suurin osa ikäihmisistä suosii lyhyempiä matkoja kotimaassaan. Lisäksi tutkimuksen mukaan vanhuuseläkeläisten yleisimpinä matkakumppaneina olivat joko heidän puolisonsa tai ystävät. Suosituin vuodenaika matkustaa oli kesäkausi ja vähiten suosituin talvikausi.

Huomioitavaa on kuitenkin, että matkustushalukkuus ja matkustus itsessään on huomattu lisääntyvät eritoten juuri eläköityneiden ikäihmisten kohdalla ja jatkuvan ensimmäisten eläkevuosien aikana, mutta myöhemmässä iässä matkustus on vähentynyt, kun iän tuomat rajoittavat tekijät, kuten sairaudet ja kunnan heikentyminen, ovat tulleet esteeksi. (Patterson 2018.) Vaikka vanhuuseläkeikäiset matkustajat jakavat samoja piirteitä matkailussa, Pesosen, Komppulan & Riihisen (2015) mukaan on vaikeaa tehdä tarkkoja yleistyksiä vanhuuseläkeläisistä matkailijoista, sillä heidän on huomattu olevan melko heterogeeninen segmentti. Näin ollen eri henkilöiden matkustustottumukset voivat vaihdella paljolti, joka tulee ottaa huomioon segmentistä puhuttaessa (Pesonen, Komppula & Riihinen 2015).

2.3.2 Vanhuuseläkeläisten matkustus Suomessa

Tilastokeskuksen (2022) mukaan Suomessa oli vuoden 2021 lopussa noin 1,28 miljoona vähintään 65 vuotta täyttänyttä henkilöä. Suomen vanhuuseläkeikäisistä noin 713 tuhatta ovat naispuolisia ja 566 tuhatta miespuolisia. Kuten muuallakin maailmalla, myös Suomessa vanhuuseläkeläisten määrä tulee lisääntymään huomattavasti seuraavien vuosien aikana suurten ikäluokkien johdosta (Koskinen 2021).

Tilastokeskuksen (2020a) tekemän tutkimuksen mukaan 65–74- ja 35–44-vuotiaat kasvattivat kotimaanmatkailuaan eniten vuonna 2019. Kun verrataan molempien kotimaan- ja ulkomaanmatkailun tilastoja vuosilta 2009 ja 2019, 65–74-vuotiaiden matkustus on lisääntynyt huomattavasti enemmän verrattuna muihin ikäryhmiin. Esimerkiksi kotimaanmatkailussa 65–74-vuotiaiden matkojen määrät, jotka sisälsivät maksullisen yöpymisen, olivat 370 tuhatta vuonna 2009 ja 940 tuhatta vuonna 2019. Matkojen määrät 35–44-vuotiaiden ryhmässä olivat 1,17 miljoonaa vuonna 2009 ja 1,65 miljoonaa vuonna 2019. Ensimmäisessä ikäryhmässä kasvua oli 154 prosenttia ja toisessa ikäryhmässä 41 prosenttia. Tämä on huomattava korotus ikäihmisten matkailussa kotimaassa.

Ulkomaanmatkailussa, jossa matkailija yöpyi kohdemaassa, nousua oli hieman vähemmän, mutta 65-74-vuotiaiden matkojen määrä kasvoi huomattavasti enemmän tässäkin. 65-74-vuotiaiden kohdalla matkojen määrät nousivat 116 prosentilla ja 35-44-vuotiaiden kohdalla 62 prosentilla. (Tilastokeskus 2020b.) Myös Zielinska-Szczepkowskan (2021) tutkimus eurooppalaisten ikäihmisten matkailusta osoitti kotimaanmatkailun olevan ikäihmisten suosiossa.

Työeläkevakuutusyhtiö Ilmarisen tekemä tutkimus suomalaisten vanhuuseläkkeellä olevien kokemuksista eläkerahojen riittävydestä vuonna 2019, osoitti eläkeläisten taloudellisen tilanteen olevan keskiarvoltaan hyvä. Tutkimuksessa Suomalaisten vanhuuseläkeläisten keskimääräinen eläke oli noin 2000 euroa, joista pelkästään naisten keskiarvoeläke oli noin 1700 euroa. Tutkimuksessa tuli ilmi, että pakollisten menojen, kuten asumismenojen jälkeen, suurin osa käytti eläkkeestä ylimääräisen rahan vapaa-ajan viettoon ja matkailuun. Vaikka melkein puolet kyselyyn vastanneista kokivat eläkkeen olevan liian vähäinen, rahaa oltiin silti valmiita käyttämään matkailuun. (Kiander 2019.)

2.4 Megatrendit ja matkailu

Matkailuala on alati maailman trendien alla, sillä matkailuun vaikuttavat maailmalla tapahtuvat asiat jatkuvasti. Sitran (s.a.) tulkinnan viisi megatrendiä, joiden uskotaan olevan tämän vuosikymmenen erityisesti Suomen kannalta tärkeimpiä tulevaisuuteen vaikuttavia ja sitä muokkaavia yhteiskunnan ilmiöitä, ovat: 1. Ekologisen jälleenrakennuksen kiireellisyys, 2. Väestön ikääntyminen ja monimuotoutuminen, 3. Teknologian sulautuminen kaikkeen, 4. Verkostomaisen vallan vahvistuminen, sekä 5. Talousjärjestelmä hakee suuntaa.

Megatrendit eivät ole nopeasti muuttuvia trendejä, vaan ne ovat pidemmällä ja hitaammalla aikavälillä muokkaantuvia maailman kehityskulkuja, jotka myös yleensä liittyvät toisiinsa. Megatrendien avulla voidaan nähdä tulevaisuuteen vaikuttavia asioita kokonaisuuksina ja seurata maailmaa muokkaavia muutoksia. Koska näiden megatrendien koetaan olevan yhteiskuntaan vaikuttavia asioita ja sitä muokkaavia kehityskulkuja, tulevat ne vaikuttamaan myös matkailuun ja sen kehittämiseen. (Sitra s.a.)

Ekologisen jälleenrakennuksen kiireellisyys viittaa ilmastonmuutokseen ja siihen vaikuttaviin seikkoihin, joihin pitäisi puuttua ja korjata nopeasti, sillä ilmastonmuutoksesta aiheutuvat haitat tulevat koskemaan jokaista henkilöä maailmalla. Esimerkiksi maailman resurssien ylikulutus, ilmaston lämpeneminen, jäteongelmat ja kuudes joukkosukupuutto eli useiden lajien sukupuutto ihmisten tekojen takia, ovat kestävyyskannalta asioita, jotka tulisi huomioida ja joihin tulisi puuttua nopeasti. Matkailussa esimerkiksi lentämisen vähentäminen olisi suotavaa, mutta lentäminen on

lisääntynyt ja sen odotetaan lisääntyvän ennestään kasvavan matkailun seurauksena. (Dufva 2020, 13-14.)

Väestön ikääntyminen ja monimuotoistuminen ovat seurausta ihmisten syntyvyyden vähenemisestä, lapsettomien ihmisten yleistymisestä, pidentyneistä eliniänodotuksista ja maahanmuuton lisääntymisestä. Läntisissä yhteiskunnissa, kuten Suomessa, ikäihmiset tulevat olemaan enemmistöä ja nuoret vähemmistöä. Ihmiset myös muuttavat enemmän kaupunkeihin ja maaseudut jäävät tyhjiksi, mutta ympäristösyistä lisääntyvä kotimaanmatkailu voi mahdollisesti lisätä työpaikkoja maaseuduille. Lisäksi myös terveyshaasteet muuttuvat, kun väestön vanhenemisen seurauksena esimerkiksi ikäihmisten sairaudet kuten dementia ja kunnosta johtuvat ongelmat, kuten kaatumiset, lisääntyvät. Ikäihmisten ikäluokkien kasvu tulee näkymään myös matkailussa, sillä se tulee vaikuttamaan yhteiskuntaan kokonaisuutena. (Dufva 2020, 21-23.)

Teknologian sulautuminen kaikkeen koskee teknologian nopean kehityksen seurauksena luomia muutoksia yhteiskunnassa. Teknologia on kasvavasti osana ihmisten jokaista päivää eri tavoin, kuten puhelinsovellusten, tekoälyn, automaation, videopuheluiden tai terveydentilaa seuraavien laitteiden muodossa. (Dufva 2020, 37-38) Matkailussa teknologia näkyy esimerkiksi mahdollisuutena varata matkoja puhelimilla, saada matkaliput sähköisessä muodossa ja mahdollisuutena hakea kohteista tietoa internetin ja sosiaalisen median kautta (Marques 2017).

Verkostomaisen vallan voimistuminen viittaa maailman valtasuhteiden ja erilaisen vallankäytön muutoksiin. Vuorovaikutus ja suhteet muihin ovat tärkeämpiä, sillä enää pelkästään valtiot eivät ole tärkeitä päätöksentekijöitä, vaan myös kaupungit, yritykset, instituutiot ja lobbaajat ovat avainasemissa. Talousjärjestelmän suunnanhaku liittyy talouden kasvamiseen maailmanlaajuisesti. Vaikka vauraus lisääntyy maailmalla, se tulee jakautumaan vain tietyille ja yhä harvemmille alueille. Suomessakin talouden kasvusta huolimatta rikkaiden ja köyhien väliset varallisuuserot lisääntyvät. (Dufva 2020, 29-31, 45-46.)

3 Matkailun motiivit

Motiivit ovat syitä ihmisten tekemille toiminnoille ja käyttäytymiselle. Esimerkiksi ihmisten tarpeet ja halut ovat osana motiiveja. Motiivit ovat esillä ihmisten jokaisessa toiminnassa ja ne ohjaavat ja selittävät ihmisten käyttäytymistä. Ne voidaan jakaa ensisijaisiin ja toissijaisiin motiiveihin, jossa ensisijaisia motiiveja ovat biologiset ihmisten selviytymiseen vaikuttavat asiat, kuten jano, nälkä ja uni. Toissijaiset motiivit taas ovat sosiaalisia ja opittuja asioita. Vaikka ne ovat oleellisia ihmisten emotionaalisessa kehityksessä, ihmiset eivät tarvitse niitä selviytyäkseen. Näitä ovat muun muassa kuuluvuuden tunne, elämänsaavutukset ja vallan tunne. (Mielen Ihmeet 2019.)

Matkailussa motiivit ovat syitä, joiden takia matkailijat lähtevät matkalle. Matkailijoilla voi olla useita eri syitä matkustaa ja motiiveina voi olla monet eri tekijä. Jokaisella matkailijalla katsotaan kuitenkin olevan yksi päätavoite, jonka takia hän matkustaa. Matkailijalla on tiettyjä aktiviteetteja, joita hän tekee matkallaan riippuen matkan päätavoitteesta. Matkan päätavoite voidaan karkeasti jakaa matkailuun henkilökohtaisessa tai ammatillisessa tarkoituksessa. Matkan päätavoitteen lisäksi matkailijalla voi olla myös toisenlaista toimintaa, jota hän tekee matkallaan. (United Nations 2010, 25.)

Henkilökohtaisessa matkailussa matkan päätavoite voi olla matkat loma, virkistys sekä vapaa-ajan tarkoituksessa, matkat terveys ja sairaanhoito tarkoituksessa, matkailu koulutusmielessä, shoppailumatkat, sukulaisten luona vierailut, kauttakulkumatkat tai matkailu uskonnon harjoittamisen tarkoituksessa (United Nations 2010, 25).

Loma, virkistys ja vapaa-ajan matkailussa matkustajan aktiviteetit liittyvät ei-ammattimaiseen toimintaan. Muun muassa nähtävyyksien näkeminen, historiallisissa kohteissa käyminen, lomakohteissa oleskelu sekä tapahtumiin osallistuminen ja urheilu vapaa-ajan mielessä ovat ei-ammattilista toimintaa. Terveys- ja sairaanhoitomatkoilla toiminta pyörii matkailijan terveyttä edistävien asioiden ympärillä, joita ovat esimerkiksi hoidon hakeminen klinikoilta, sairaaloista ja muista terveysinstituutioista. Koulutusmielessä käyty matka sisältää kursseilla käymistä sekä uuden taidon oppimista virallisilta kursseilta, kuten kielikursseilta tai muunlaisilta erikoistumiskursseilta. Shoppailumatkoilla matkan päätavoite on ostosten teko itselle tai lahjaksi muille. Sukulaisten luona vierailu voi olla pelkkää tavanomaista vierailua, lyhytaikaisen hoidon antamista ikäihmiselle tai sairaalle tai esimerkiksi häiden, hautajaisten tai muiden sukutapahtumien osallistumistarkoituksessa vierailua. Kauttakulkumatkoilla kohteisiin pysähdytään matkalla toiseen kohteeseen ilman mitään erityistä syytä. Uskontoon liittyvä matkailu sisältää esimerkiksi uskonnollisiin tapahtumiin osallistumista sekä pyhiinvaellusta. (United Nations 2010, 25.)

Liikematkailuksi lasketaan yrittäjän itsensä tai jonkin yrityksen työntekijöiden aktiviteetit matkakohdeissa. Liikematkailu voi sisältää esimerkiksi konferenssitapaamisia, näyttelyitä, kursseille tai

tutkimuksiin osallistumisia, majoitustuottajien kanssa uusien sopimusten tekoa, tuotteiden tai palveluiden markkinointia, myyntiä ja ostoa ulkomaisen tuottajan puolesta. (United Nations 2010, 25-26.)

3.1 Dannin teoria työntö- ja vetovoimatekijöistä

Yksi tunnettu teoria liittyen matkailijoiden syihin ja motiiveihin matkustaa tiettyihin paikkoihin toisten paikkojen sijaan on Dannin teoria työntö- ja vetovoimatekijöistä. Dannin teorian mukaan matkustajalla on sisäisiä ja ulkoisia syitä, joiden takia hän matkustaa tiettyihin kohteisiin. Sisäisiä syitä ovat juuri työntövoimatekijät, jotka lähtevät matkustajasta itsestään. Esimerkiksi matkustajan halut, arvot tai toiveet, kuten halu rentoutua, parantaa terveyttä, seikkailla tai toive paeta kaupungin melua, ovat työntövoimatekijöitä. Ulkoisia syitä ovat vetovoimatekijät eli kohteen houkuttelevuutta lisäävät tekijät, joiden takia matkustajat matkustavat tietyille alueille tai kohteisiin. Vetovoimatekijöitä voivat olla esimerkiksi kohteessa olevat rannat, vuoristot, aurinko, kohteen resurssit kuten majoitusmahdollisuudet, kulttuurikohteet tai aktiviteettimahdollisuudet. (Zielinska-Szczepkowska 2021.) Sisäiset eli työntövoimatekijät lähtevät siis matkustajasta itsestään ja työntävät heitä matkustamaan pois tavanomaisesta elinpiiristään. Ulkoiset eli vetovoimatekijät tulevat kohteista, ja ne vetävät matkustajia puoleensa matkustamaan tiettyihin kohteisiin (Uysal, Li & Sirakaya-Turk teoksessa Oh & Pizam, 414.)

3.2 Vanhuuseläkeläisten matkailun motiivit

Motivaatiotutkimukset ovat yksi tärkeimpiä tapoja selvittää, miksi matkailijat matkustavat ja miksi matkustetaan tiettyihin kohteisiin. Motivaatiotutkimukset auttavat samoin matkustajasegmenttien matkailun seuraamisessa ja tulevan ennustamisessa, jotta palveluita ja tuotteita pystytään kehittämään näiden mukaan. Kuten muidenkin matkailijoiden kohdalla myös ikäihmisten matkailuun vaikuttaa eri motiivit, joiden takia matkustetaan. Jatkuvien tutkimusten seurannasta voidaan huomata eri motiiveja ikäihmisten matkailulle sekä muutoksia aikaisempien sukupolvien ja tämän hetken ikäihmisten motiiveissa. (Otoo & Kim 2020.)

Kuten Dannin teoriassa myös ikäihmisten matkailussa on huomattu, että matkailun työntö- ja vetovoimatekijät ovat osana matkailijoiden matkustusmotiiveja. Ikäihmisillä matkailuun vaikuttavia tekijöitä ovat molemmat sisäiset ja ulkoiset tekijät, joissa sisäiset tekijät lähtevät heistä itsestään ja ulkoiset tekijät tulevat matkakohteiden tarjonnasta, kuten mitä palveluita kohteessa on. Esimerkiksi Indonesiassa tehdyn tutkimuksen mukaan ikäihmisten matkailun työntövoimatekijöitä olivat muun muassa uskonnolliset ja terveydelliset syyt, ihmisten tapaaminen ja matkailu vapaa-ajan tarkoituksessa. Vetovoimatekijöitä olivat kohteen sopivuus riippuen henkilön fyysisestä kunnosta, saavutettavuus ja esteettömyys, sekä kohteen tiedon löytämisen helppous. (Widiyastuti & Ermawati 2019.)

Vaikka vanhuuseläkkeellä olevien matkailijoiden motiiveissa on maakohtaisia eroja, maailmanlaajuisesti ikäihmisten matkailun kohteissa puoleensavetävät tekijät ovat pitkään olleet samanlaisia luonteeltaan (Zielinska-Szczepkowska 2021). Aikaisemmat tutkimukset, muun muassa Norman ym. 2001, Wu 2003 ja Huang and Tsai 2003 (teoksessa Zielinska-Szczepkowska 2021), osoittavat esimerkiksi luonnon, hyvän sään, turvallisuuden, sekä kulttuuristen ja historiallisten paikkojen olevan paljon puoleensa vetävien matkakohteiden ominaisuuksia, eli kohteiden vetovoimatekijöitä. Zielinska-Szczepkowskan (2021) suorittama tutkimus osana TOURAGE – Developing Senior Tourism in Remote Regions projektia, jossa kyselyyn osallistui eläkeläisiä 11 Euroopan maasta muun muassa Suomesta, Latviasta, Puolasta ja Irlannista, mukaili myös näitä ominaisuuksia. Tutkimus osoitti eläkeläisten tärkeimpiä kohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä olevan eritoten turvallisuus, luonto, historialliset paikat, palveluiden laatu sekä helpot liikenne yhteydet kohteisiin.

Kuitenkin, kuten Robbinsin (2018) artikkelissaan huomauttaa, vanhuuseläkeläisten toiveet ja odotukset matkailuun liittyen ovat myös hieman muuttuneet viime vuosina. Vaikka vanhuuseläkkeellä olevien suosittuja asioita matkalla ovat edelleenkin nähtävyyksissä vierailu, kulttuurimatkat ja ruoka, nykyään kasvua on näkynyt myös eritoten eksoottisempien ja aktiivisempien matkojen ja kohteiden kohdalla (Robbins 2018). Lisäksi toisin kuin aikaisemmillä sukupolvilla muun muassa matkat rentoutumistarkoituksessa ovat hieman vähentyneet ja nousua on ollut halukkuudessa kokea tosielämän asioista. Sukupuolten välisiä eroja on havaittu siinä, että yleensä miespuoliset hakevat matkoiltaan tekemistä ja seikkailuita, ja naispuoliset hakevat kulttuuri- ja oppimismatkoja (Patterson 2018; Patterson, Balderas-Cejudo & Rivera-Hernaez 2017, 349–350).

Pattersonin ym. (2017) tekemän kartoituksen mukaan vanhuuseläkkeellä olevat matkailijat hakevat matkoiltaan nykyään enemmän ikimuistoisia kokemuksia, uusien kohteiden kokemista ja näkemistä, sekä mahdollisuuksia oppia uusia asioita ja tämän kautta rikastuttaa omaa elämäänsä ja kokemuksiaan. Osana unohtumattomia kokemuksia on myös halu kokea elämänsä ikimuistoisia hetkiä uudelleen. Ikäihmisten haluavat matkustaa kohteisiin, jotka tuovat heille nostalgian tunteita. Nostalgian tunnetta herättävät hetket voivat olla esimerkiksi perheessä merkittäväksi koetut saavutukset, parisuhteiden kehitystä edistäneet asiat tai vapauden tunnetta luovat asiat. (Tung & Ritchie 2011.) Kohteina siis kaupunki, jossa sijaitsi oma lapsuudenkoti, koettiin ensimmäinen yhteinen matka tai unohtumaton seikkailu, voivat olla mahdollisia nostalgialla herättäviä paikkoja, joissa vanhuuseläkeläiset haluavat vieraila uudelleen. Tämä lisää unohtumattomien kokemusten luomisen tärkeyttä matkailussa (Patterson ym. 2017).

Toisaalta Zielinska-Szczepkowskan (2021) suorittamassa tutkimuksessa eläkeläisten matkalle lähdön yhtenä suurimpana motiivina olivat hiljaisuudesta ja levosta nauttiminen, joka osoittaa näiden olevan edelleenkin tärkeitä motiiveja, vaikka aktiivisemmat matkat ovatkin nousussa. Myös perhe

ja ystävät huomattiin olevan iso motivaatio matkalle lähtemisessä. Lisäksi vanhuuseläkeläisten keskuudessa yksi suosituimpia matkailun motiiveja on jo pidempään ollut hyvinvointimatkailu, kuten terveys ja kuntoutusmatkat. Tähän voi sisältyä joko matkat sairaanhoidon takia tai henkisen ja fyysisen terveyden parantamisen ja ylläpitämisen takia. (Horwath HTL 2015) Huomioitavaa kuitenkin on, että vanhuuseläkeläisten motiivit ja mieltymykset matkailussa voivat muuttua paljon seuraavien vanhuuseläkkeelle astuvien sukupolvien aikana. Tämä johtuu muun muassa heidän aktiivisemmista elämäntyyleistänsä ja teknologian vaikutuksista verrattuna tämän hetken vanhuuseläkkeellä oleviin sukupolviin. (Nielsen 2014.)

3.3 Vanhuuseläkeläisten matkailupalveluiden käyttö

Matkailupalvelut sisältävät ennen matkaa tai matkakohteessa tarvittavia palveluita. Ennen matkaa tarvittavia palveluita ovat esimerkiksi matkojen varaamis- ja ostokanavat, kuten matkanjärjestäjät ja matkatoimistot. Matkakohteissa tarvittavia palveluita ovat muun muassa majoitus- ja ravitsemuspalvelut, matkaopaspalvelut, aktiviteetit ja muut tämän tyyppiset palvelut. (WTO s.a.)

3.3.1 Vanhuuseläkeläisten matkojen suunnittelu ja varaaminen

Vanhuuseläkkeellä olevat matkailijat etsivät tietoa matkoille hieman eri lailla, verrattuna muihin matkustajiin. Patterson ym. (2017, 350) tutkimuksen mukaan ikäihmisten matkojen suunnittelussa yleisimpiä tapoja löytää inspiraatiota ja etsiä tietoa matkakohteista ovat matkatoimistot, omat aikaisemmat kokemukset kohteista, sekä sukulaisten ja ystävien suositukset. Tätä puoltaa myös Zielinska-Szczepkowskan (2021) tutkimus, jossa tärkeimmät informaation lähteet matkan suunnittelussa koettiin olevan omat kokemukset sekä perheen ja ystävien kokemukset.

Matkojen varaamisessa käytetyimpänä tapana ovat perinteisten matkatoimistot ja matkanjärjestäjät, jotka eivät ole yhtä yleisesti käytettyjä muiden matkailijoiden kohdalla. Vanhuuseläkkeellä olevat matkustajat suosivat myös ryhmämatkoja ja valmismatkapaketteja enemmän kuin muut ikäluokat. (Pesonen 2015.) Valmismatkapaketeissa kaikki matkan osat, kuten lennot, majoitus ja aktiviteetit, on sisällytetty paketin hintaan. Valmismatkapakettien suosio johtuu muun muassa niiden tuoman helppouden ja turvallisuuden tunteen takia. (Pesonen ym. 2015; Patterson ym. 2017.) Oma-toimisesti ostetut matkat ovat kuitenkin nousussa (Patterson ym. 2017) ja esimerkiksi Zielinska-Szczepkowskan (2021) tutkimuksessa ikäihmiset suosivat matkan järjestämistä itsenäisesti.

Näiden lisäksi internet on kehittyvissä määrin osana ikäihmisten matkojen suunnittelua ja varaamista, koska kehittyneen teknologian myötä internet on osana yhä useamman ikäihmisen arkea. Esimerkiksi vuonna 2014 Yhdysvalloissa tehdyssä tutkimuksessa yli puolet vähintään 65-vuotiasta käyttivät internetiä. 75–79-vuotiaiden kohdalla, määrä oli alle puolen. (Patterson ym. 2017, 350.) Myös Suomessa tehdyn tutkimuksen mukaan 80 prosenttia ikäryhmästä 65–74 ja 41 prosenttia

ikäryhmistä 75–89 käyttävät internetiä. Ensimmäisessä ryhmässä internetiä käytti useasti päivässä 70 prosenttia vastanneista, ja toisessa ryhmässä 56 prosenttia vastanneista. (Tilastokeskus 2019.) Vanhuuseläkeläisten matkailijoiden kohdalla muun muassa lentojen ja majoitusten varaaminen tehdään nykyään paljolti internetin kautta, kuten liikenneyritysten ja hotellien omien sivujen kautta (Patterson ym. 2017, 350).

Lisääntyneen teknologian myötä, myös sosiaalinen media, etenkin Facebook, on lisääntyvässä määrin osa ikäihmisten arkea ja näin ollen osana matkojen suunnittelua. Vanhuuseläkeläisillä on mahdollisuus etsiä inspiraatiota matkoille matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien lisäksi muun muassa tuttavien julkaisuista ja kuvista sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median kautta ikäihmiset näkevät aikaisempaa enemmän eri mahdollisuuksia matkailussa, joka täten lisää halukkuutta erilaiseen matkustamiseen. (Kon-Tiki 2013; Horwath HTL 2015)

3.3.2 Vanhuuseläkeläisten matkustuksen kulkutavat ja majoitus matkakohteissa

Vanhuuseläkeläiset matkailijat hakevat helppoutta ja kätevyyttä matkakohteisiin ja matkakohteissa liikkumisessa (Otoo & Kim 2020). Huberin, Milnen ja Hyden (2018) tutkimuksen mukaan monille matkailijoille nimenomaa matkakohteisiin liikkuminen on yksi matkan rasittavimpia ja epämiellyttäviä vaiheita. Tästä johtuen hyvät ja suorat yhteydet matkakohteisiin ovat toivottuja vanhuuseläkeläisten matkailussa. Kulkuvälineinä vanhuuseläkeikäiset suosivat linja-autoa, henkilöautoa ja lentokonetta, mutta myös matkailuvaunut tai -autot ovat jonkin verran käytettyjä pidemmällä matkoilla. Lisäksi itse kohteessa liikkumisessa nähdään tärkeänä, että on mahdollisuus käyttää julkista liikennettä. (Zielinska-Szczepkowska 2021.)

Vanhuuseläkkeellä olevilla on enemmän varoja kuin aikaisemmin ja mahdollisesti vähemmän menoja etenkin eläkkeen alkuvaiheessa, joten he pystyvät kuluttamaan enemmän matkailuun. Tämän vuoksi vanhuuseläkeiässä olevien suosiossa ovat laadun ja ylellisyyden hakeminen matkoilta. Ylellisyyttä haetaan esimerkiksi korkeampilaatuisten majoitusten, kuten tasokkaampien hotellien tai kalliimpien hyttien varaamisessa laivamatkoilla. (Frilander 2013.) Nykyään ei myöskään riitä tarjota vanhuuseläkkeellä oleville matkailijoille pelkästään majoitusta ja aterioita, vaan majoitusten tulisi tarjota jotain enemmän rahan edestä (Patterson ym. 2017).

Britanniassa tehdyn tutkimuksen mukaan ikäihmisten yhtenä toiveena matkojen majoituskohteissa on kulkemisen helppous. Tutkimuksessa lähes puolet hakivat majoituksista jotain kulkemistansa helpottavaa asiaa, kuten hissejä ja rampeja. Tutkimuksen mukaan monet majoituskohteet, kuten hotellit ja lomakeskukset, eivät ole ottaneet tarpeeksi huomioon ikäihmisten tarpeita majoituksissa kulkemisen helpottamiseksi. Lisäksi esteettömyyden mainostus yritysten sivustoilla on huomattu oleva erittäin vähäistä. (Patterson ym. 2017.)

3.3.3 Vanhuuseläkeläisten aktiviteetit matkakohteissa

Vanhuuseläkkeellä olevien matkailijoiden suosittuja aktiviteetteja ovat perinteisesti olleet nähtävyyksissä ja historiallisissa tai kulttuurisissa kohteissa vierailu, sukulaisilla vierailu, luonnosta nauttiminen sekä rentoutuminen, kuten on mainittu luvussa 3.2. Vanhuuseläkkeellä olevat matkailijat hakevat nykyään matkoiltaan myös enemmän elämyksiä perinteisten lomamatkojen lisäksi. Uniikit, personalisoidut ja unohtumattomat kokemukset ovat aikaisempaa tärkeämpiä asioita matkoilla. Kun henkilön monet aistit ovat osana kokemusta, sitä unohtumattomampi ja vaikuttavampi kokemus tulee olemaan, etenkin jos kokemuksen alueet eivät ole osana henkilön jokapäiväistä elämää. (Patterson ym. 2017.)

Ulkomailla, muun muassa Pohjois-Amerikassa, on huomioitu lisääntynyt kiinnostus ylellisempien matkojen tekoon, mikä on luonut mahdollisuuksia myös luksusaktiivimatkailulle. Ikäihmisille olisi mahdollisuus tarjota erityyppisiä matkoja kuten sähköpyörällä tehtäviä vaellusmatkoja tai matkoja eksoottisempiin kohteisiin. (Robbins 2018.) Robbins (2018) näkee, että yksi syy vanhuuseläkeläisten matkailijoiden aktiivi- ja seikkailumatkustuksen kasvussa on tämän tyyppisten matkanjärjestäjien lisääntyminen ja laajemmat vaihtoehdot matkatyypeissä. Kun matkalla kaikki logistiikkaan liittyvät asiat on hoidettu matkustajan puolesta ja mukana on matkaopas sekä ryhmä muita samanhenkisiä matkustajia, ikäihmisetkin uskaltavat kokeilla seikkailumatkoja. Itsenäinen suunnittelu vaikeuttaisi matkan tekoa ja vanhuuseläkeikäisissä olevat kaipaavat juuri helppoutta matkan teossa. (Robbins 2018.) Aktiivimatkojen lisääntyneeseen suosioon on osasyynä ollut myös matkavakuutusten helpompi saatavuus ja laajemmat paketit. Tällöin ikäihmisten ei tarvitse olla peloissaan tai huolissaan mahdollisten onnettomuuksien tapahtuessa. (Patterson 2018.)

3.4 Vanhuuseläkeläisten rajoitukset matkailussa

Vanhuuseläkkeellä olevien matkailijoiden mahdolliset rajoittavat tekijät matkailussa ovat yksi syy, miten he eroavat muiden ikäluokkien matkailijoista. Useiden tutkimusten kautta on huomattu, että matkailijan iällä ja ikääntymisellä on keskeinen rooli matkustamisen mahdollisten rajoitusten syntymisessä. (Huber ym. 2018, 57.) Rajoitusten kautta vanhuuseläkeläisten motiivit matkakohteen ja siellä tarvittavien matkapalveluiden valitsemiseen voivat muuttua. Esimerkiksi matkakohteista haettava majoitus, matkan kulkuväline ja aktiviteetit voivat olla hyvin erilaisia riippuen henkilön iästä, tuloista, kunnosta, tai perhetilanteesta. (Nielsen 2014.)

Tutkimuksissa on huomattu, että yleisimpiä matkantekoa rajoittavia asioita vanhuuseläkeikäisillä oleville ovat olleet alhaiset tulot, terveyden ja liikkumisen ongelmat sekä matkaseuran puuttuminen. Vanhuuseläkeläisten rajoitukset matkailussa muuttuvat myös iän myötä. Vaikka ikäihmiset ovatkin nykyään terveempiä verrattuna aikaisempiin sukupolviin, näkyy tämä eniten nuoremmilla

vanhuuseläkkeellä olevilla. Iän karttuessa terveysongelmien tuomat ja liikkumisessa olevat rajoitukset korostuvat huomattavasti enemmän. Tällöin kohteiden valintaan vaikuttavina tekijöinä korostuu enemmän kohteen turvallisuus ja esteettömyys. (Nielsen 2014.)

3.5 Vanhuuseläkeläisten matkailijoiden asiakasprofiilit

Vanhuuseläkeläisen matkailijasegmentin parempaa ymmärrystä varten on hyvä luoda asiakasprofiilit, sillä näiden avulla voidaan selkeämmin avata ja ymmärtää asiakasryhmää ja heidän kiinnostuksiansa, toiveitansa ja halujansa matkailulta. Olen luonut kaksi eri asiakasprofiilia vanhuuseläkeläisistä matkailijoista ja kertonut heidän tottumuksistansa ja odotuksistansa kotimaanmatkailusta. Profiilien laatiminen perustuu tietoperustassa aikaisemmin esitettyihin tietoihin vanhuuseläkeläisten matkailusta, kuten matkailun motiiveista, palveluiden käytöstä ja rajoituksista kappaleissa 3.1-3.4.



Satu Kallio

Ikä: 74 vuotta

Kotikunta: Oulu

Perhe: Aviomies Pekka, aikuiset lapset Mika ja Minttu

Elämäntilanne: Vanhuuseläkkeellä, heikkokuuloinen

Harrastukset: Matkustaminen puolison ja / tai ryhmän kanssa

Matkamotiivit: Luonto, rentoutuminen, uusien asioiden oppiminen

Informaatio ja ostokanavat: Matkatoimistot ja matkanjärjestäjät, sosiaalinen media, perheen ja ystävien kokemukset

Kuva 1. Suomalaisen vanhuuseläkeläisen Satun asiakasprofiili

Satu on 74-vuotias vanhuuseläkkeellä oleva nainen kotoisin Pohjois-Pohjanmaalta, Oulusta (kuva 1). Satu pitää paljon matkustamisesta. Hän haluaa kotimaanmatkoillaan mahdollisuuden nauttia luonnosta ja rentoutua puolisonsa kanssa, mutta hän kaipaa myös jonkinlaista opettavaista aktiiviteettiä, kuten eri kulttuureihin tutustumista käytännön tavoin. Satu suosii matkanjärjestäjien ja matkatoimistojen valmiita matkapaketteja sekä ryhmämatkoja, joita voi räätälöidä omanlaisekseen omien kiinnostusten ja tarpeiden mukaan. Koska hän haluaa samalla oppia uutta, hän suosii matkailuaktiviteetteja, joissa on matkaopas mukana. Hän hakee tietoa matkakohteista eri matkatoimistojen kautta ja sosiaalisesta mediasta tuttavien kokemuksista. Hän suosii hintaystävällisiä matkailupalveluita. Satu matkustaa yleensä kohteisiin yhteisillä kulkutavoilla, kuten linja-autokyydeillä, joita matkapaketit tarjoavat.



Mikko Kangas

Ikä: 65 vuotta
Kotikunta: Vantaa
Perhe: Sinkku, koira Mike
Elämäntilanne: Vanhuuseläkkeellä, asuu yksin
Harrastukset: Matkustaminen, lukeminen
Matkamotiivit: Uusien kohteiden kokeminen, ylellisyyden tavoittelu, sukulaisten luona vierailu
Informaatio ja ostokanavat: Matkailualan yritysten internet sivustot,, sosiaalinen media, blogi kirjoitukset

Kuva 2. Suomalaisen vanhuuseläkeläisen Mikon asiakasprofiili

Mikko on 65-vuotias, juuri vanhuuseläkkeelle päässyt mies kotoisin Uudeltamaalta (kuva 2). Mikko pitää yksin matkustamisesta, ja hän hakee matkoiltaan mahdollisuutta kokea jotain uutta ja erilaista. Esimerkiksi vierailu itselleen uusissa kohteissa tai yöpyminen erilaisissa uniikeissa ja ylellisissä majoituskohteissa on hänen mieleensä. Mikko matkustaa myös paljon vierailakseen sukulaistensa luona ympäri Suomea. Mikolla matkustusta rajoittaa hieman hänen jalkavaivansa, jonka johdosta hän käyttää ajoittain kävelykeppiä. Mikko suosii matkojen järjestämistä omatoimisesti, joten hän hoitaa majoituksen, aktiviteetit ja matkustamisen kohteeseen itse eri yrityksiltä. Hän on aktiivinen sosiaalisen median käyttäjä ja hän hakee tietoa eri matkakohteista ja matkailupalveluista juuri sosiaalisen median kautta, mutta myös matkailualan yritysten ja matkailuaiheisten blogien kautta. Mikko suosii matkustamista junalla tai lentäen, sillä hän haluaa taittaa välimatkat nopeasti. Lyhyemmät matkat häneltä onnistuvat vuokra-autolla ajaen.

4 Tutkimuksen suorittaminen

Tutkimusmenetelmäkokonaisuus eli tutkimusote valitaan tutkimusongelman ja sen luonteen perusteella. Kaksi yleisimmin käytettyä tutkimusmenetelmää eli tutkimusotetta ovat kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus ja kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Määrällisessä ja laadullisessa tutkimusotteessa on niille tyypilliset aineistonkeruun ja analysoinnin menetelmät. Laadullisessa tutkimuksessa aineistot tulevat esimerkiksi havainnoinnista ja haastatteluista, ja analysointi toteutetaan esimerkiksi sisältöanalyysina. Määrällisessä tutkimuksessa aineistot tulevat yleisimmin esimerkiksi tilastoista ja kyselyistä, ja aineiston analysointi toteutetaan esimerkiksi ristiintaulukoinnilla tai korrelaatioilla. Näitä menetelmiä voidaan käyttää myös yhdessä eivätkä ne poissulje toisiaan. Tutkimukset, joissa hyödynnetään molempien menetelmien yhdistelmää, ovat esimerkiksi Case-tutkimukset eli tapaustutkimukset. (Kananen 2015, 65-67, 81-82.)

Laadullisessa tutkimusotteessa tavoitteena on ymmärtää ilmiöitä, joten tämä sopii tutkimusotteeksi erityisesti vähän tutkittuihin ilmiöihin. Tutkimuksissa asioita kuvataan tekstien avulla, eikä vain numeroin kuten kvantitatiivisissa tutkimuksissa. Esimerkiksi tutkittaessa ihmisten suhtautumista johonkin tulisi tutkimusotteena käyttää kvalitatiivista tutkimusta. Kvalitatiivinen tutkimusote on joustava, mutta aineiston kerääminen hidasta, osittain haasteellista ja se vaatii panostusta aineiston keräämisestä aineiston analysointivaiheeseen. (Kananen 2015, 70-73.)

Määrällinen tutkimusote perustuu jo olemassa oleville teorioille ja tarkoituksena on yrittää yleistää tutkimuksien tuloksia. Kvantitatiivisessa tutkimusotteessa on jo aikaisempia tiedossa olevia ilmiöitä tai teorioita, joita lähdetään tutkimaan. (Kananen 2015, 70-73.) Tästä syystä aiemmat teoriat aiheesta ovat tärkeitä aineiston analysoinnin kannalta. Tutkimuksessa voidaan esittää hypoteeseja ja määrittää käsitteitä. Tutkittavien kohteiden valinta tehdään yleensä tarkasti ja määritetään tutkimuksen perusjoukko, jolle tutkimuksen tulokset sovelletaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 140.)

Opinnäytetyöni tutkimusotteeksi valitaan määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusote. Määrällinen tutkimusote valitaan tähän työhön, sillä tutkimuksen tuloksia pyritään yleistämään koko kohderyhmälle. Määrällisessä tutkimuksessa pystyy keräämään kerralla haluttua tietoa tutkimuksen suursta perusjoukosta ja saamaan laaja-alaisesti tutkimusmateriaalia ja päätelmiä, joita voisi todennäköisemmin yleistää koko tutkimuksen perusjoukolle (Hirsjärvi ym. 2009, 179-180). Lisäksi työni tietoperusta koostuu aikaisemmin tutkitusta tiedosta ja ilmiöistä, joita käytetään tutkimuksen aineiston analysoinnin apuna. Laadullinen tutkimusote olisi käynyt työhöni, jos tutkimuksessa haluttaisiin esimerkiksi ymmärtää ilmiöitä, eikä etsiä yhteneväisiä mielipiteitä perusjoukosta.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tutkimuksessa käytetään tutkimusongelman perusteella kvantitatiivisesti painottuneelle tutkimukselle tyypillistä tutkimusmenetelmää eli kyselyä. Kyselytutkimus on valittu tähän opinnäytetyöhön, sillä sen kautta saadaan nopeasti ja laajasti tutkittavaa aineistoa. Aineiston kerääminen ja analysoinnin tekeminen on myös vaivattomampaa kyselytutkimuksella, etenkin jos kyselylomake on huolellisesti tehty ja kysely tehdään internetin välityksellä, jolloin aineiston pystyy käsittelemään sähköisesti. Kyselytutkimuksen haittana ovat mahdolliset väärinymmärrykset kysymyksissä, kyselyyn vastaajien huolimattomuus tai epärehellisyys vastauksissa tai kato eli kyselyn vastaamattomuus. (Hirsjärvi ym. 2009, 201.)

Kyselytutkimuksessa on useampi tapa toteuttaa kysely, kuten eri haastattelumuodot, esimerkiksi lomakehaastattelut tai teemahaastattelut, tai erilaiset kyselymuodot, esimerkiksi kontrolloidut kyselyt tai posti- ja verkkokyselyt. Kyselytutkimuksissa eri toteutustavoilla on omat etunsa ja haittansa, joiden avulla voidaan miettiä tutkimukselle oikeanlainen tai paras mahdollinen toteutustapa. Lomakehaastattelu tehdään nimensä mukaisesti lomakkeella, jossa on ennalta määrätyt kysymykset ja väitteet sekä niiden kysymysjärjestys. (Hirsjärvi ym. 2009, 193-208.)

Kontrolloiduissa kyselyissä tutkija jakaa kyselylomakkeen henkilökohtaisesti valitulle joukolle. Posti- ja verkkokyselyissä kyselylomake lähetetään kohdejoukolle, postitse tai sähköisesti, jonka he vastattuaan palauttaa tutkijalle. Kyselyissä etuina ovat mahdollisuus kerätä aineistoa nopeasti ja laajasti, koska kyselyssä voidaan kysyä useampaa asiaa yhtä aikaa ja vastaajia voi saada paljon. Tällöin tutkimukseen käytettävä aika ja mahdollisesti kustannukset ovat alhaisemmat. Etenkin internet-kyselyissä kustannukset voivat olla olemattomat, kun kysely jaetaan verkkolinkkinä tietyillä sivustoilla. Huolellisesti suunnitellut lomakkeet voidaan myös analysoida nopeammin. Kyselytutkimuksien haittoina ovat muun muassa mahdolliset väärinymmärrykset tutkimuksen kysymyksissä, kyselyyn vastanneiden huolimattomuus ja epärehellisyys vastauksissa tai kato eli vastaamattomuus. Etenkin suurelle joukolle lähetetyt kyselylomakkeet johtavat monesti alhaiseen vastausprosenttiin, mutta tietyin kriteerein kohdennettuna tätä voidaan nostaa. (Hirsjärvi ym. 2009, 193-203.)

Kvantitatiivisessa tutkimusotteessa kyselylomakkeet ovat hyvä tiedonkeruutapa, kun halutaan tietää, mitä ihmiset ajattelevat, kokevat tai tuntevat. Kyselylomakkeilla on myös hyvä kerätä tietoa siitä, mitä ihmiset tekevät yksityiselämässään. (Hirsjärvi ym. 2009, 185.) Kyselylomakkeissa voi olla erityyppisiä kysymyksiä, joiden valinta perustuu tutkimuksen muotoon. Kysymykset voivat olla avoimia kysymyksiä tai suljettuja eli strukturoituja kysymyksiä. Avoimissa kysymyksissä ei ole ennakoon määrättyjä vastausvaihtoehtoja toisin kuin strukturoiduissa kysymyksissä, kuten monivalintakysymyksissä, joissa on ennakoon laaditut vastausvaihtoehdot, joista vastaaja valitsee yhden tai useamman riippuen kysymyksestä. Näissä voi olla myös avoimen ja suljetun kysymyksen

välimuoto, jolloin valmiin vastausvaihtoehdon perästä kysytään avoin kysymys, esimerkiksi ”muu, mikä?”. Monivalintakysymyksenä voi olla myös asteikkoihin perustuvat kysymykset, joissa on väitteitä ja vastaaja valitsee asteikosta, kuinka samaa tai eri mieltä hän on väittämien kanssa. Likertin asteikko on yksi asteikkoihin perustuvissa kysymyksissä käytetty tapa. Kuten kuvan 3 esimerkistä voi nähdä, Likertin asteikossa on 5- tai 7-portaisesti nouseva tai laskeva skaala, josta valitaan yksi ääripäiden ”täysin samaa mieltä” ja ”täysin eri mieltä” välistä. (Hirsjärvi ym. 2009, 198–200.)

1. Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä?

	täysin samaa mieltä 1	jokseenkin samaa mieltä 2	neutraali kanta 3	jokseenkin eri mieltä 4	täysin eri mieltä 5	ei osaa sanoa 6
Kotimaan matkakohteita pitäisi mainostaa enemmän						
Vanhuuseläkeläisten matkailua tulisi tutkia laajemmin						
Matkakohteissa tulisi huomioida vanhuuseläkeläisten tarpeet paremmin						

Kuva 3. Likertin 5-portaisesti nouseva skaala (mukaillen Hirsjärvi ym. 2009, 200)

Avoimien kysymysten etuja ovat vastaajan mahdollisuus ilmaista mitä hän oikeasti ajattelee, ja kysymykset eivät ehdota vastaajalle valmiita vastauksia. Avoimien kysymysten kohdalla voi kuitenkin olla hyvinkin laajoja vastauksia, jolloin vastausten käsittely on vaikeampaa. Suljettujen kysymysten käsittely on helpompaa ja nopeampaa ja vastauksia on mahdollista vertailla toistensa kanssa. Suljetut kysymykset kuitenkin rajoittavat vastaajien vastauksia, kun heillä on vain valmiiksi annetut vaihtoehdot. (Hirsjärvi ym. 2009, 201.) Tässä tutkimuksessa käytetään pääpiirteittäin suljettuja kysymyksiä, mutta kyselylomakkeeseen on laitettu myös kolme avointa kysymystä. Tutkimuksessa käytetään suljettuja kysymyksiä, sillä tutkimuksessa pyritään löytämään yhteneväisiä vastauksia. Avoimia kysymyksiä käytetään, jotta saadaan juuri vastaajien mukaisia vastauksia ja laajempia vastauskokonaisuuksia tiettyihin kysymyksiin tutkimuksen tavoitteiden saavuttamiseksi.

4.2 Kyselyn laatiminen

Opinnäytetyössä on valittu kvantitatiivisen tutkimusotteen mukaisesti tutkimusaineiston keräämistä varten kyselylomake, joka on pääpiirteittäin suljettu eli strukturoitu internet-kysely. Kyselylomakkeessa käytetään enimmäkseen monivalintakysymyksiä ja 5-portaisen Likertin asteikon mukaisia kysymyksiä, mutta lomakkeessa tulee olemaan myös kolme avointa kysymystä, jotta saadaan kerättyä haluttua tietoa suomalaisten vanhuuseläkeläisten motiiveista kotimaanmatkailussa ja heidän mielipiteitänsä kotimaanmatkailun tilanteesta tällä hetkellä.

Kyselylomake on yksi yleisimmin käytetty tutkimusaineiston keräämismuoto kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Kyselylomakkeessa perusjoukko lukee ja vastaa kysymyksiin itse kirjoittamalla vastaukset tai vaihtoehtokysymyksissä valitsemalla vastauksen annetuista vaihtoehdoista. (Vilkkä 2021.) Sähköisesti tuotettu kyselylomake, joka jaetaan internetin välityksellä, mahdollistaa laajan ja hajanaisen joukon tavoittamisen helposti ja nopeasti, eikä tästä aiheudu yleensä kustannuksia tai kustannukset ovat alhaiset. Lisäksi sähköisessä kyselylomakkeessa aineistoja on helpompi verrata toistensa kanssa ja kyselylomakkeet on mahdollista asettaa anonyymiksi, jolloin vastaajat pysyvät täysin tuntemattomina. Yksi suurimpia haittoja sähköisissä kyselylomakkeissa on tutkimusaineiston kato eli vastaamattomuus, jolloin kyselyssä voi olla alhainen vastausprosentti. Lisäksi kaikilla ei ole internet-yhteyttä, mikä rajaa mahdollisuutta tavoittaa koko kohderyhmää tai otosta. Tästä johtuen tutkimustuloksien luotettavuudessa on ongelmia. (Kananen 2015, 210-217.)

Kyselylomaketta käytettäessä tulee olla tarkka ja huolellinen kysymysten teossa, vaihtoehtojen antamisessa ja kyselyn ulkomuodossa, jotta tutkimus on hyvin onnistunut. Kyselylomakkeen rakenteen tulee olla selkeä ja järjestelmällinen. Kyselylomakkeen alussa tulee olla saatekirje, jossa on kerrottu kyselyn tarkoitus ja tekijä sekä kyselyn merkitys vastaajalle. Yleensä on suotavaa, että yleiset ja helpot kysymykset laitetaan kyselylomakkeen alkupuolelle ja vaikeammat tai yksityiskohdaisemmat kysymykset kyselylomakkeen loppuun. Usein myös vastaajien taustatietoja kartoittavat kysymykset sijoitetaan lomakkeen alkuun. Kyselylomakkeen kysymysten tulee olla oleellisia tutkimusongelman ratkaisun kannalta. Kysymysten määrän tulisi olla sopiva, jotta vastaamishalukkuus ei vähene ja vastaajien huolellisuus ja rehellisyys vastauksissa pysyy kyselyn loppuun saakka. Suotava kyselypituus on noin 15 minuuttia, jonka aikana vastaajien pitäisi kyetä täyttämään kyselylomake. Kyselylomakkeen lopussa tulisi kiittää kyselyyn osallistujia vastaamisesta. (Hirsjärvi ym. 2009, 202-203; Kananen 2015, 229.) Tutkimukseni kyselypituus tulee olemaan noin 10-15 minuuttia, jotta vastaajien vastausmotivaatio säilyisi koko kyselyn ajan.

Kyselyn kielen tulee olla hyvin ymmärrettävissä jokaisen vastaajan kohdalla, jotta kysymysten ja vastausvaihtoehtojen kannalta ei tulisi ongelmia kysymysten väärinymmärryksissä vastaajien kesken, ja näin ollen kyselyn virhemarginaali pysyisi alhaisena eikä luotettavuus kärsisi. Kysymysten pituutta pitää myös miettiä, sillä liian pitkät kysymykset vaikeuttavat kysymyksen muistamista vastattaessa ja voivat vaikuttaa vastaajan vastaushalukkuuteen. Lisäksi vastaajaa ei voida pakottaa vastaamaan kaikkiin kysymyksiin, jos hänellä ei ole tietoa tai mielipidettä kysymysten aiheesta, jolloin yhtenä vastausvaihtoehtona tulee olla esimerkiksi ”en osaa sanoa” tai ”en halua vastata”. Haittana tällaisissa vastauksissa voi olla se, että vastaaja valitsevat sen helppouden takia. (Kananen 2015, 229-232.)

4.2.1 Suomalaisen vanhuuseläkkeellä olevien kotimaanmatkailijoiden kyselylomake

Kyselylomakkeen kysymykset perustuvat opinnäytetyön tietoperustassa käytyihin asioihin ja aiheisiin. Tein ensin itse ensimmäisen version kyselyn kysymyksistä, jotka toimeksiantaja kävi läpi ja ehdotti lisäyksiä tai muutoksia. Muutokset tehtiin kyselyyn, jotta kysely olisi myös nimenomaa toimeksiantajan tarpeisiin sopiva. Lisäksi muutoksilla kysely antaa vastauksia toimeksiantajaa kiinnostaviin seikkoihin tai tarkentaa kyselyn vastauksia yksityiskohtaisemmiksi. Muun muassa kysymys numero 10 sisälsi ensimmäisessä versioissa vastausvaihtoehdon ”puolison tai perheen kanssa”, mutta toimeksiantajan ehdotuksesta vastaus jaettiin kahteen: ”puolison kanssa” ja ”perheen tai sukulaisten kanssa”. Myös kysymyksissä 13 ja 14 tein vastausvaihtoehdoissa muutoksia, jotta toimeksiantaja saisi vastauksia yksityiskohtaisemmin. Esimerkiksi ensimmäisen version vastausvaihtoehto ”internetistä” jaettiin useampaan tarkennettuun vaihtoehtoon kuten ”lento-, laiva-, juna- ja bussiyhtiöiden sivustoilta”, ”hotellien ja muiden matkapalveluiden vertailu- ja myyntisivustoilta” sekä ”hotellien ja hotelliketjujen omilta sivuilta”.

Kyselylomake käytiin läpi myös opinnäytetyön ohjaajan kanssa ja hänen ehdottamien muutosten jälkeen, muun muassa vastausvaihtoehtojen muuttaminen asteikoiksi, kysely oli valmis. Kyselyssä oli sekä vaihtoehtokysymyksiä, kuten monivalinta- ja asteikko kysymyksiä ja 3 avointa kysymystä. Asteikkokysymykset olivat Likertin 5-portaisen asteikoin mukaisesti tehtyjä, jotta vastauksista saatiin tarpeeksi monipuolisesti ja tarkasti tietoa. Kysymyksiä tuli yhteensä 23, joista kolme oli taustatietoja varten eli näissä kysyttiin vastaajien ikä, sukupuoli ja kuukausittaiset tulotiedot (liite 1).

Kyselylomakkeen rakenne on jaoteltu siten, että se olisi vastaajille mahdollisimman helppojakoinen ja pitää yllä kiinnostusta vastata siihen (liite 1). Ensimmäisenä kyselyssä on saatekirje, jolla ohjataan vastaaja kyselyn ääreen ja kerrotaan kyselyn tarkoituksesta ja kyselyn tyypistä lyhyesti. Kyselyssä on ensimmäisinä nopeasti vastattavissa olevat kysymykset vastaajan taustatiedoista, joilla saadaan ilmi heidän ikänsä, sukupuolensa ja tulot. Näiden jälkeen kyselylomakkeessa on kysytty niin sanotusti yleisesti vastaajan matkustustottumuksista myös helpolla ja nopeasti vastattavilla kysymyksillä, kuten kuinka usein vastaaja matkustaa, kenen kanssa hän matkustaa, millä kulkuvälineellä hän matkustaa ja mihin vuodenaikaan hän matkustaa mieluiten. Näiden jälkeen kysytään lomakkeen laajemmat ja nimenomaan matkailutottumuksiin ja motiiveihin liittyvät kysymykset, kuten mitä kautta etsitään tietoa matkoista ja mitä kautta ne varataan sekä mistä syystä vastaaja matkustaa kotimaassa ja mitä hän hakee kotimaan matkakohteista. Lopuksi on jätetty mahdollisesti enemmän pohdintaa vaativat ja aikaa vievät kysymykset, kun kysytään mielipiteitä kotimaanmatkailusta muun muassa avoimilla kysymyksillä, kuten mitä puutteita kotimaanmatkailussa on vastaajien mielestä tai mikä lisäisi vastaajien intoa matkustaa kotimaassa. Kyselylomake on vakiointu eli kohderyhmältä kysytään kaikki samat kysymykset samassa muodossa.

4.2.2 Tutkimuksen suorittaminen ja otanta

Tutkimuksessa perusjoukko tarkoittaa niitä havaintoyksiköitä eli tutkittavia kohteita, joista halutaan tietoa osana kyseistä tutkimusta. Perusjoukko voi olla muun muassa ihmiset, tuotteet tai yritykset. Tutkimuksesta riippuen perusjoukosta voidaan tehdä kokonaisotanta, jolloin koko perusjoukko on otettu mukaan tutkimukseen, tai tutkimukseen valitaan edustava otos. Edustava otos tarkoittaa, että tutkimukseen ei oteta mukaan koko perusjoukkoa, vaan otos valitaan tietyin perustein, joilla pystytään kuitenkin yleistämään tutkimuksen päätelmät koskemaan koko perusjoukkoa. (Vilka 2021; Hirsjärvi ym. 2009, 180.) Tutkimuksen perusjoukkona on vanhuuseläkkeellä olevat suomalaiset ja tutkimuksessa käytetään edustavaa otantaa, sillä tutkimuksessa on mahdotonta lähettää kyselyä kaikille perusjoukkoon kuuluville sen laajuuden takia.

Opinnäytetyön kyselyä varten tarvittava kyselylomake tehdään Webropol kysely- ja raportointityökalulla. Webropol on kotimainen luotettava ja helppokäyttöinen kyselytyökalu, jolla saa tehtyä kyselyn monipuolisesti eri kysymysvaihtoehtojen avulla, joten kyselystä saa juuri sellaisen kuin itse haluaa. Kyselyn pystyy asettamaan täysin anonymiksi, koska vastaajat voivat vastata kyselyyn verkkolinkin avulla, eikä tähän tarvitse kirjautua tunnuksilla tai käyttää esimerkiksi sähköpostia. Kyselyn vastauksia voi myös seurata reaaliajassa, jolloin näkee esimerkiksi kyselyn vastaajien määrän, ja vastauksia pystyy tutkiskelemaan raportointityökalulla ja halutessa analysoimaan tuloksia Webropolin analysointityökalun avulla.

Jotta kysely pysyisi mahdollisimman neutraalina ja vastaajat eivät saisi mahdollisia alitajuntaisia vaikutteita mistään kyselyssä, kyselylomake laitetaan yksinkertaiseksi ja neutraalin mustavalkoisen väriseksi. Kyselyssä on erikseen yhdellä sivulla saatekirje ja muutoin kysely jaotellaan kolmeen osaan, jotta sivujen latautumisenopeus pysyy hyvänä riippumatta siitä, tehdäänkö kysely tietokoneella, tabletilla tai mobiililaitteella. Lisäksi kysymysten jaottelu pitää kyselylomakkeen selkeänä, kun kaikkea ei ole kysytty samalla sivulla ja vastaajien ei tarvitse rullata sivua paljon alaspäin tai mahdollisesti uudestaan ylöspäin, jos he haluavat muokata vastauksiaan. Kyselylomake testataan Webropolin esikatselun avulla, jotta kysymykset ja vastausvaihtoehdot ovat oikein ja toimivat halutusti, sekä kysely oikoluetaan ja näin minimoidaan mahdolliset kirjoitusvirheet ja lisätään kyselyn luotettavuutta.

Kysely on sovittu lähetettäväksi toimeksiantajalle, joka julkaisee sen SMALin sosiaalisen median sivuillaan, kuten Facebookissa, 11.4.2022. Lisäksi toimeksiantaja lähettää kyselyn linkin myös heidän jäsenistön matkailualan yrityksille, jotta he voivat halutessaan jakaa linkin myös omilla sivuillaan. Sovimme toimeksiantajan kanssa myös, että minä jaan linkin omassa sosiaalisessa mediassa, kuten Facebookin mahdollisissa matkailualan ryhmissä ja muissa ryhmissä, jotta kyselyyn saataisiin mahdollisimman paljon vastaajia rajoitetun kohderyhmän ja mahdollisten

saavutettavuusvaikeuksien takia. Kyselylomake on avoin kaikille ja sitä voi jakaa eteenpäin henkilöt, joilla on lomakkeen linkki, joten vastaajat voivat olla myös Facebookin ryhmien tai SMALin yrityssivustoa seuraavien ulkopuolisia henkilöiltä.

Vaikka kysely on kaikille avoin, sitä jakaessa on erikseen mainittu, että kohderyhmään kuuluvien henkilöiden tulisi vain osallistua tähän, mutta on kuitenkin mahdoton tietää, onko jokin kohderyhmän ulkopuolinen vastannut kyselyyn. Kyselyn keston vuoksi on kuitenkin epätodennäköistä, että kyselystä ei-kiinnostuneet henkilöt jaksaisivat nähdä vaivaa kyselyyn vastaamiseen. Vastaajien määräksi on toivottu lähemmäs 200, jotta saataisiin mahdollisimman kattava otanta perusjoukosta sekä hyvä kuva kohderyhmän kotimaanmatkailusta ja näin ollen voitaisiin yleistää kyselyn tuloksia koko perusjoukolle. Koska kysely on sähköinen, se jättää ulkopuolelleen perusjoukosta osan, jolla ei ole käytettävissä internetiä. Tätä tapaa käytetään kuitenkin, sillä prosentuaalisesti monilla kohderyhmään kuuluvalla on käytössä internet, joten kysely voi tavoittaa opinnäytetyön tutkimusta varten tarvittavan suuren joukon. Kysely asetetaan suljettavaksi 17.4.2022, eli kysely pidetään auki yhden viikon ajan.

4.3 Tulosten käsittely

Määrällisessä tutkimusotteessa tutkimuksen aineiston analysointi tehdään numeroin ja tilastolliseen analysointiin perustuen, joten on tärkeää, että aineiston keruu on hyvin suunniteltu (Hirsjärvi 2009, 140). Tutkimuksissa aineisto tulee käsitellä tilasto-ohjelmalla. Määrällisissä tutkimuksissa tulosten käsittelyä varten vastausaineisto tulisi tiivistää, sillä tavoitteena on tarkastella suurempaa joukkoa yhtenä eikä yksittäisiä henkilöitä. Aineiston voi tiivistää erilaisilla menetelmillä, kuten suorilla jakaumilla, ristiintaulukoinnilla ja avoimien kysymysten tulosten esittämisellä. (Kananen 2015, 286-290, 304.) Tässä opinnäytetyössä tulosten käsittelyä varten apputyökaluina käytetään Webropolin kysely- ja raportointityökalun lisäksi myös Microsoftin Excel-ohjelmaa. Kyselylomakkeen vastaukset tulkitaan prosenttien ja painotettujen keskiarvojen kautta, sillä laajempien kysymysten aineistoa voi olla hankala tulkita selkeästi pelkästään prosenttilukuja käyttäen. Aineiston tulkintojen havainnollistamisen apuna käytetään pylväsdiagrammeja sekä palkki- ja ympyräkaavioita.

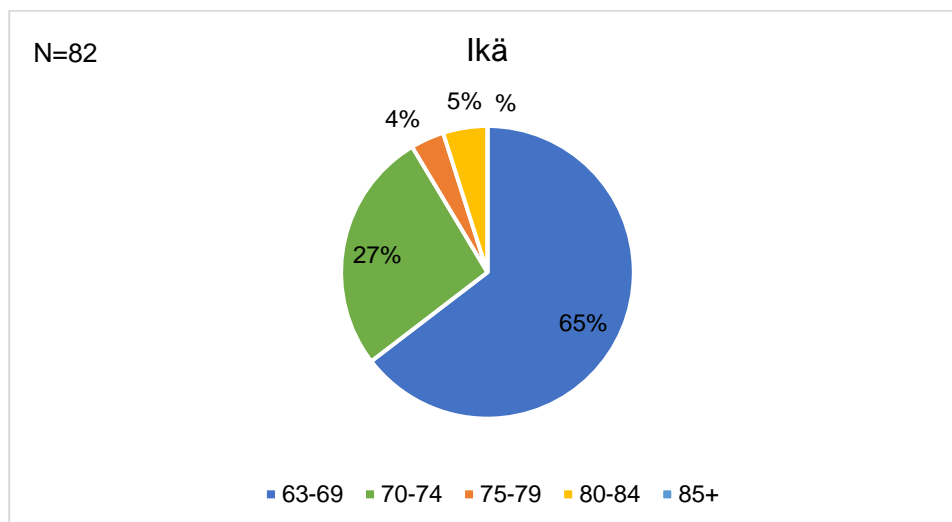
5 Tutkimustulokset

Tutkimuksen kyselyyn vastasi yhteensä 82 henkilöä aikavälillä 11.4.–17.4.2022. Kysely oli tuon ajan auki toimeksiantaja SMALin sosiaalisen median sivustoilla, kuten Facebookissa ja LinkedInissä, sekä kysely oli jaettu opinnäytetyön tekijän puolesta matkailuaiheisten Facebook-ryhmien sivustoille ja eri kaupunkien Facebook-ryhmiin. Vastauksista suurin osa tuli ensimmäisien päivien aikana kyselyn jakamisesta, sillä toisen vastauspäivän loppuun mennessä vastauksia oli kertynyt noin 50. Loput noin 30 vastausta jakautuivat lopuille viidelle päivälle, joista vähiten vastauksia tuli viimeisenä kahtena päivänä. Kyselyn vastausprosenttia ei voida määrittää, sillä kysely oli avoinna kaikille, joilla oli siihen linkki. Webropolin kautta voidaan kuitenkin huomata, että kyselyn avasi noin 700 henkilöä. Vastaaminen aloitettiin 182 henkilön puolesta, joten mahdollisesti 100 henkilöä aloitti vastauksen, mutta jätti sen kesken tai kohderyhmän ulkopuoliset henkilöt tarkastelivat kyselyä uteliaisuudesta.

5.1 Vastaaajien taustatiedot

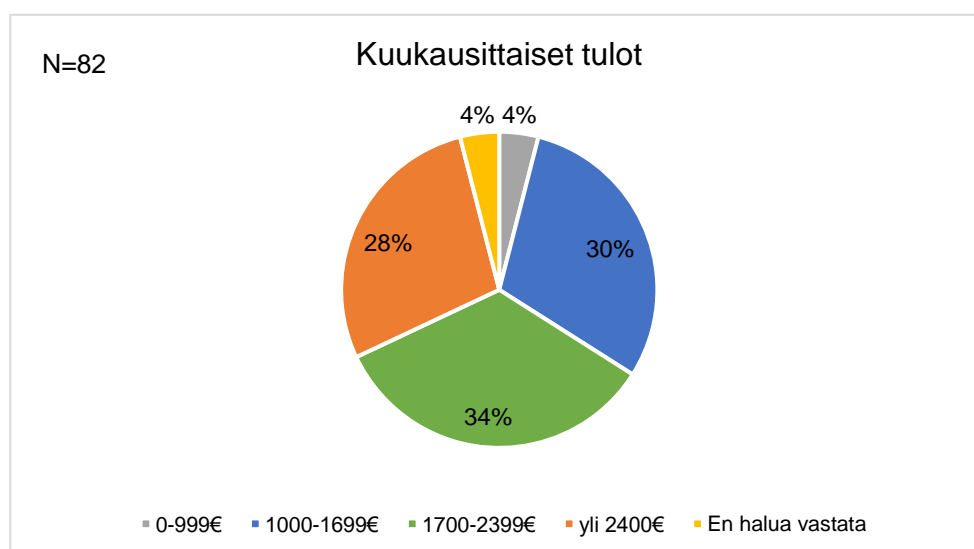
Kyselylomakkeessa kartoitettiin ensimmäiseksi vastaajien taustatietoja, joita olivat vastaajien ikä, sukupuoli ja kuukausittaiset tulot. Taustatietojen avulla nähdään vanhuuseläkeläisten kotimaanmatkailijoiden rakennetta ja minkälaiseen asiakaskuntaa tulisi muun muassa kiinnittää huomiota tulevaisuuden kannalta, kun tutkimuksen tietoja halutaan käyttää matkailuyritysten mahdollisissa kehittämisideoissa tai suunnitelmissa.

Kyselyssä ensimmäinen kysymys oli vastaajien ikä, jota varten vastausvaihtoehdot jaettiin viiteen eri ikäryhmään. Ikäryhmistä ylimpään 85+ ei tullut yhtään vastausta, mutta muihin ryhmiin tuli useampi vastaus. Vastaajien ikäjakauma meni aika lailla nuorimmista ikäryhmistä vanhimpiin, sillä suurin osa vastaajista olivat 63–69-vuotiaita (65 %), toiseksi eniten olivat 70–74-vuotiaita (27 %), kolmanneksi eniten 80–84-vuotiaita (5 %) (kuva 4). Vähiten vastauksia tuli 75–79-vuotiailta (4 %). Sukupuolen osalta vastaajat olivat suurimmilta osin naispuolisia, sillä 63 prosenttia olivat naisia ja 37 prosenttia miehiä. Vastausvaihtoehtoihin ”muu” tai ”en halua vastata” ei tullut yhtään vastausta.



Kuva 4. Vastaajien ikäjakauma

Vastaajien tulot jakautuivat siten, että suurin osa vastaajista (34 %) ilmoitti saavansa 1700–2399 euroa tuloja kuukaudessa, toiseksi eniten 1000–1699 euroa kuukaudessa (32 %) ja kolmanneksi eniten yli 2400 euroa kuukaudessa (28 %) (kuva 5). Vastaajista 4 % ilmoitti saavansa 0–999 euroa tuloja kuukaudessa ja 5 % ei halunnut ilmoittaa kuukausitulojaan.

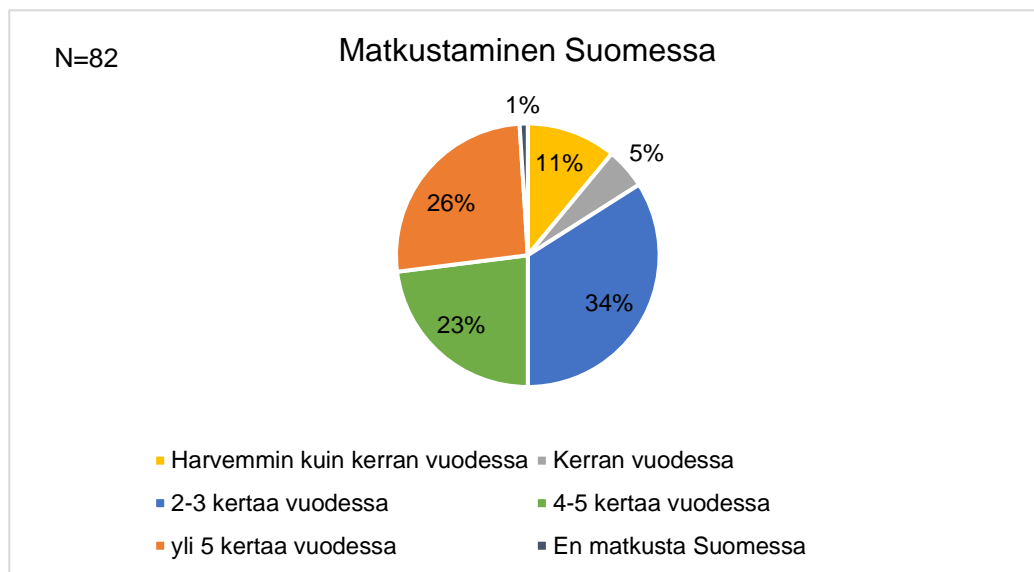


Kuva 5. Vastaajien tulot kuukaudessa

5.2 Vastaajien matkailutottumukset kotimaanmatkailussa Suomessa

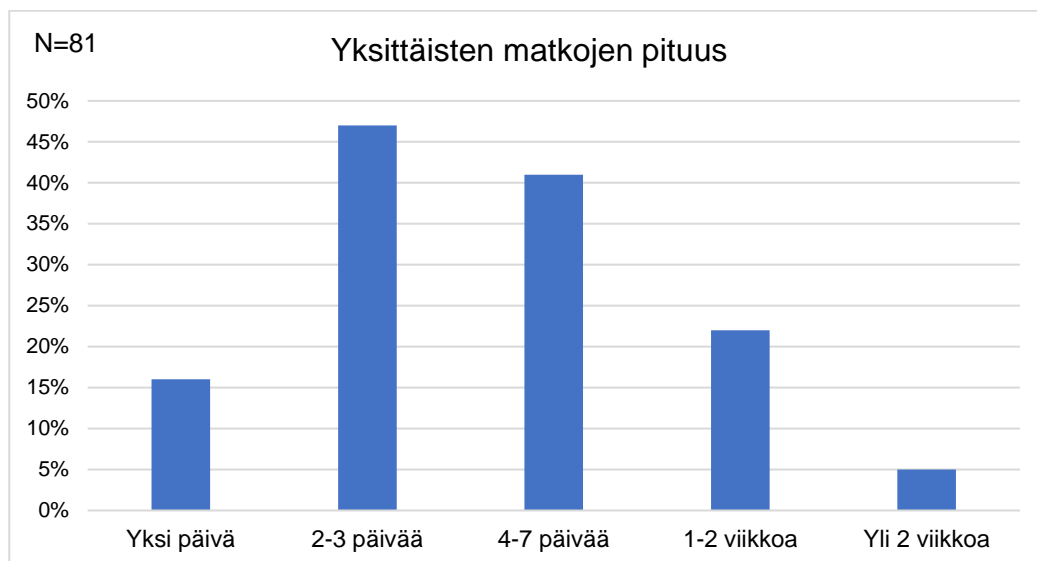
Kyselyn seuraavat kysymykset liittyivät vastaajien tottumuksiin kotimaanmatkailussa. Vastaajien ilmoitusten perusteella heidän jäätyään eläkkeelle he matkustivat kotimaassa useamman kerran vuoden aikana. Eniten matkustettiin 2–3 kertaa vuodessa (34 %), toiseksi eniten yli 5 kertaa vuodessa (26 %) ja melkein yhtä paljon matkustettiin 4–5 kertaa vuodessa (23 %) (kuva 6). 11

prosenttia kertoi matkustavansa kotimaassa harvemmin kuin kerran vuodessa ja 5 prosenttia ilmoitti matkustavan kotimaassa kerran vuodessa. Lisäksi tuli yksi vastaus, joka ilmoitti, ettei matkusta Suomessa. Tähän vastausvaihtoehtoon oli asetettu avoin lisäkysymys syistä, miksi ei matkusta kotimaassa, jos vastaus valitaan. Kysymykseen vastaukseksi henkilö ilmoitti ”ei ole rahaa”. Lisäksi ”En matkusta Suomessa” -vaihtoehdon valitessa kysely piilotti kysymykset 6–19 sekä 22 ja ohjautui suoraan kysymyksiin 20 ja 21, sillä muut kysymykset kohdistuivat vain Suomessa matkustaviin henkilöihin.



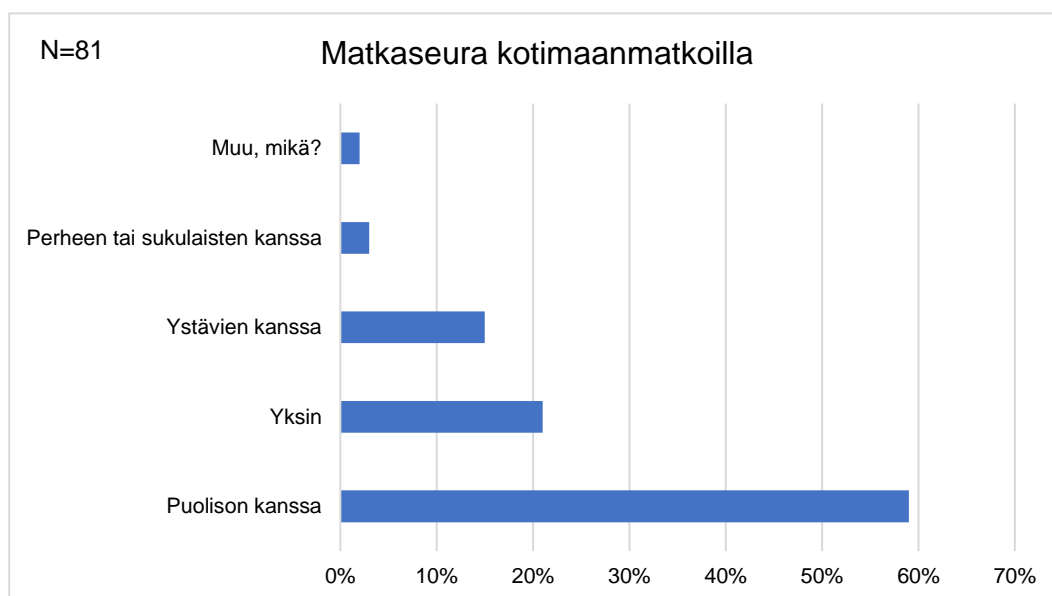
Kuva 6. Vastaajien matkustusmäärät Suomessa vuoden aikana eläkkeelle jäämisen jälkeen

Yksittäisten matkojen pituuksista puhuttaessa eniten tehtiin kahden tai kolmen päivän matkoja ja toiseksi eniten matkoja neljän ja seitsemän päivän väliltä. Vastaajien keskuudessa vähiten tehdään yli kahden viikon matkoja, kuten kuvasta 7 voidaan nähdä.



Kuva 7. Vastaajien yksittäisten matkojen pituudet Suomessa

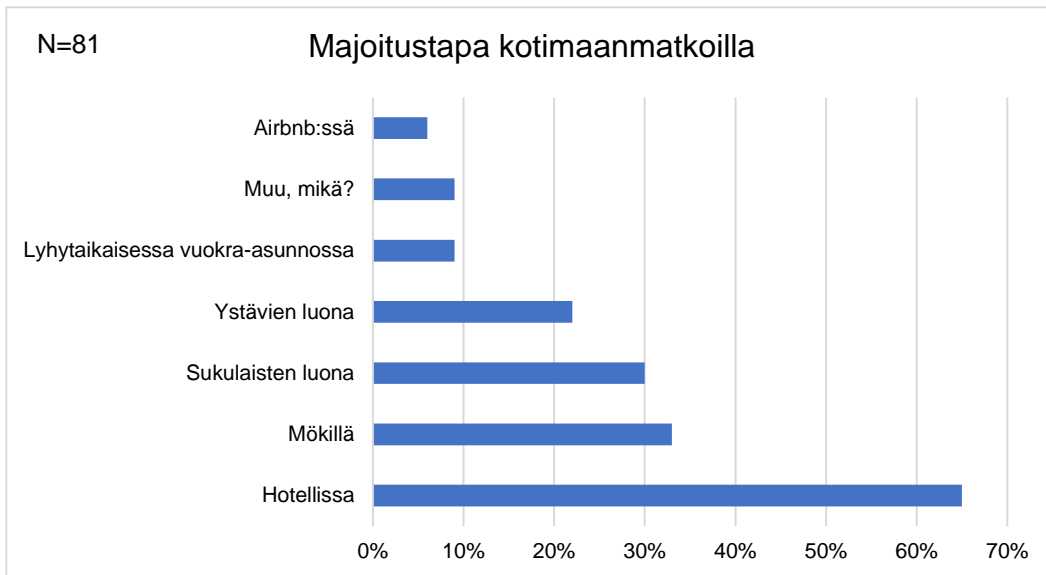
Vastaajista enemmistö ilmoitti matkustavansa yleensä puolisonsa kanssa (59 %), jonka jälkeen yleisin matkustustapa oli matkustaa yksin (21 %) (kuva 8). Ystävien kanssa matkustajia oli 15 % ja 3 % ilmoitti matkustavan perheen tai sukulaisten kanssa. Kaksi vastausta tuli myös vaihtoehtoon ”muu, mikä?”, joiden vastauksiksi ilmoitettiin ryhmässä matkustaminen ja matkaseuran vaihtelu matkasta riippuen.



Kuva 8. Vastaajien matkaseura kotimaanmatkailussa

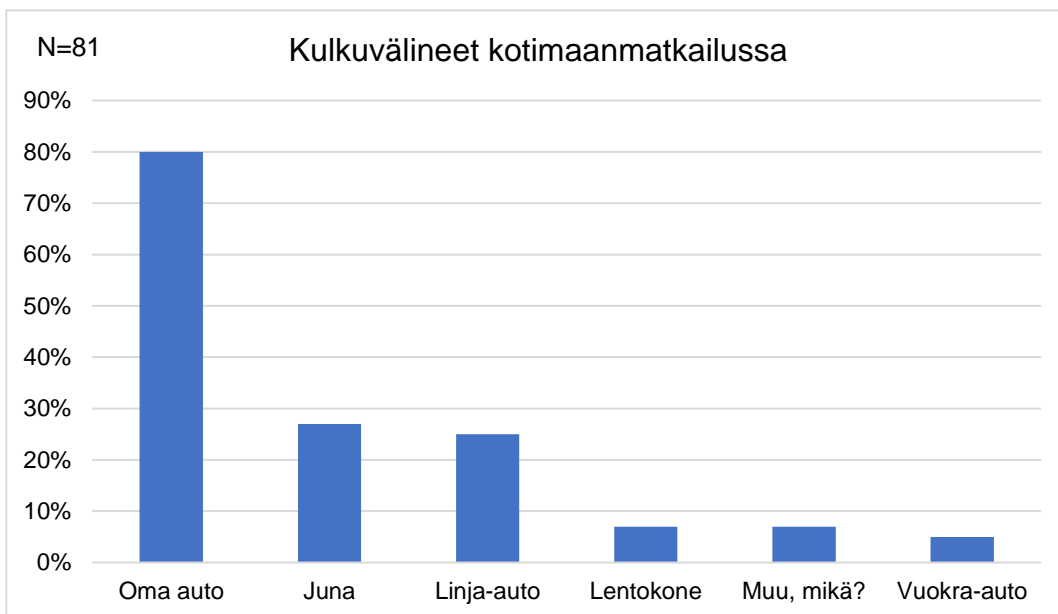
Kun kysyttiin vastaajien majoitustapoja kotimaanmatkoilla, suosituimpia tapoja osoittautuivat olevan hotellissa, mökillä ja sukulaisten luona yöpyminen kuten kuvasta 9 voidaan huomata. Myös ystävien luona yöpyminen sai osakseen suosiota. Vähiten suosittuja olivat lyhytaikaisessa vuokra-

asunnoissa ja Airbnb:ssä yöpyminen. Muita yöpymistapoja ilmoitettiin olevan matkailuautossa, hostellissa ja lomaosakkeessa yöpymiset. Lisäksi yksi henkilö mainitsi teltassa yöpymisen.



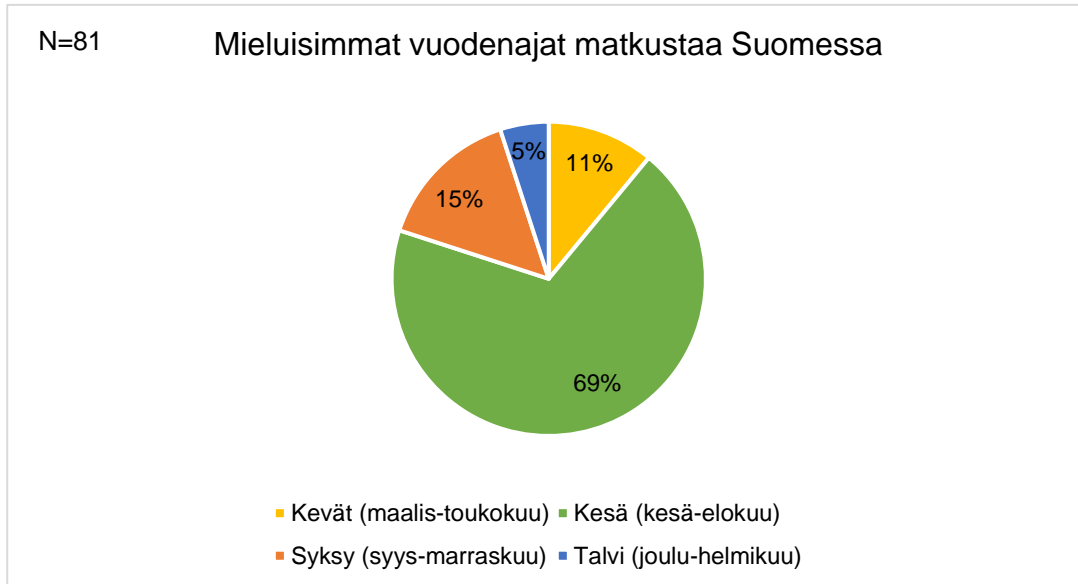
Kuva 9. Vastaajien yleisimmin käytetyt majoitustavat kotimaanmatkoilla

Matkailun kulkuvälineenä suurin osa käytti omaa autoa (80 %) (kuva 10). Toiseksi ja kolmanneksi eniten vastaajat käyttivät lähes yhtä suosittuja vaihtoehtoja junaa (27 %) ja linja-autoa (25 %). Vain muutama ilmoitti matkustavansa lentokoneella (7 %) tai vuokra-autolla (5 %) kotimaassa. Muiksi vastauksiksi ilmoitettiin muun muassa ystävän auto, matkailuauto, moottoripyörä ja skootteri.



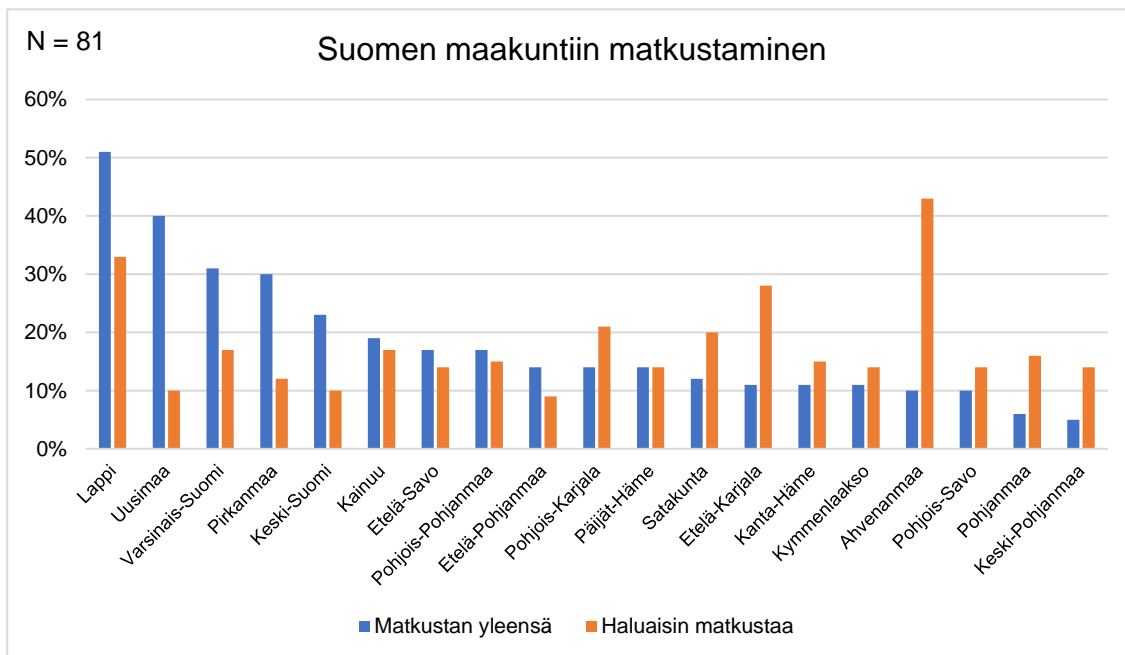
Kuva 10. Vastaajien yleisimmin käytetyt kulkuvälineet kotimaanmatkailussa

Kuten kuvasta 11 voidaan nähdä, ylivoimaisesti suosituimmaksi vuodenaajaksi matkustaa kotimaassa osoittautui kesä (kesä–elokuu). Tämän jälkeen järjestys oli suosion perusteella syksy (syys–marraskuu), kevät (maalis–toukokuu) ja talvi (joulu–helmikuu).



Kuva 11. Vastaajien suosituimmat vuodenaajat kotimaassa matkustamiseen

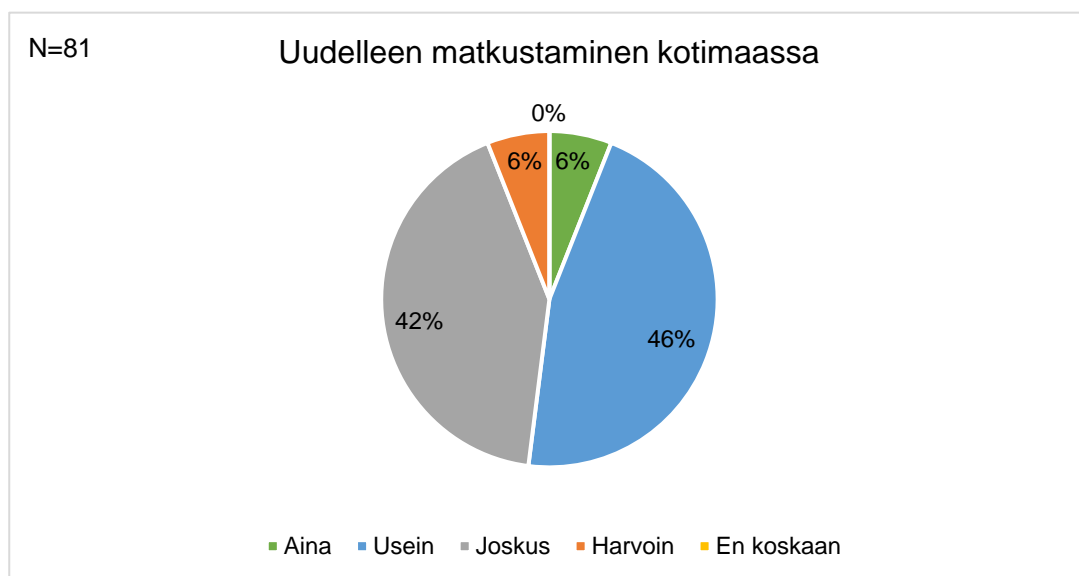
Kysymyksessä ”Minne päin matkustat yleensä tai haluaisit matkustaa?” vastaajien yleisimpiä maakuntia matkustaa olivat Lappi, Uusimaa, Varsinais-Suomi ja Pirkanmaa (kuva 12). Myös Keski-Suomi, Kainuu, Pohjois-Pohjanmaa ja Etelä-Savo olivat enemmän matkustettuja maakuntia.



Kuva 12. Vastaajien vierailuimmat ja halutuimmat matkailun kohteet Suomessa maakunnittain

Kuten kuvasta 12 voidaan nähdä, maakunnista, joissa vastaajat haluaisivat matkustaa, eniten valittiin vaihtoehdot Ahvenanmaa, Lappi ja Etelä-Karjala sekä Pohjois-Karjala. Lisäksi haluttuja maakuntia matkustaa olivat Satakunta, Varsinais-Suomi ja Kainuu.

Vastaajilta kysyttiin lisäksi, matkustavatko he kotimaan matkakohteisiin koskaan uudelleen. Lähes kaikki vastaajista ilmoitti matkustavansa kotimaan matkakohteisiin uudelleen usein (46 %) tai joskus (42 %) (kuva 13). 6 prosenttia ilmoitti matkustavansa kotimaan kohteisiin uudelleen aina ja 6 prosenttia harvoin. Kukaan ei valinnut vaihtoehtoa ”en koskaan”.



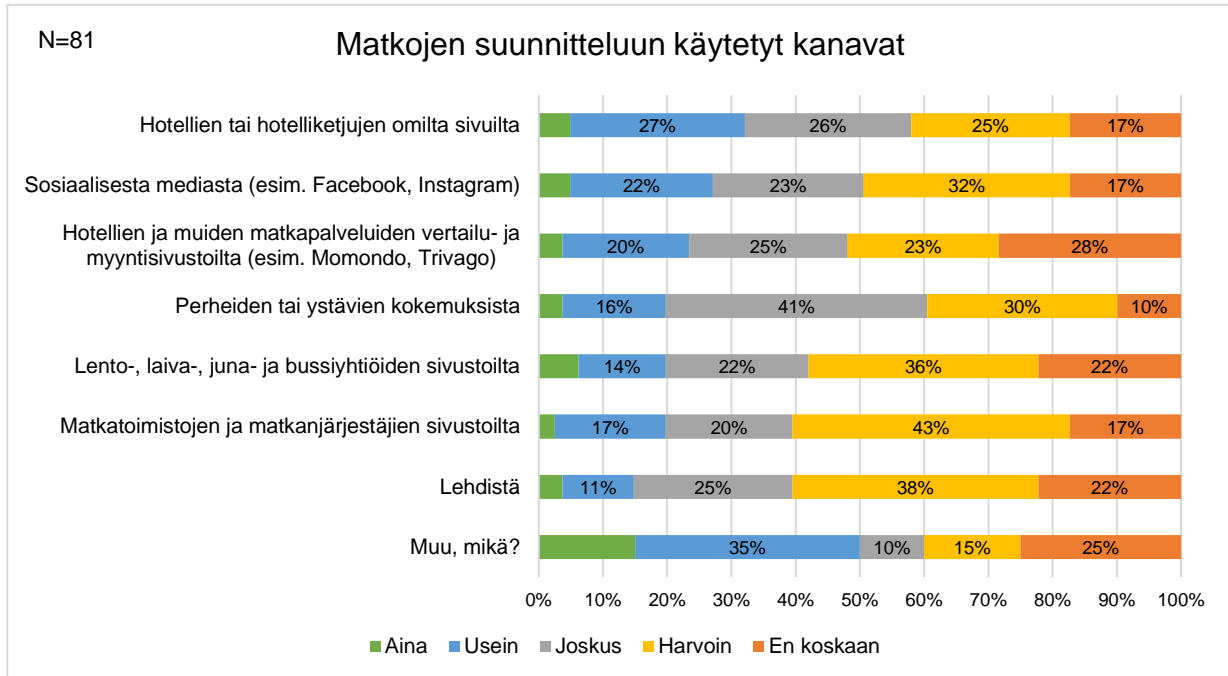
Kuva 13. Vastaajien taipumus matkustaa kotimaan matkakohteisiin uudelleen

5.3 Vastaajien matkojen suunnittelu ja ostokäyttäytyminen

Näissä kysymyksissä selvitettiin vastaajien matkojen suunnitteluun ja varaamiseen sekä ostoon käytettyjä tapoja ja sivustoja. Kysymyksessä, jossa selvitettiin, minkä tyyppisiä matkoja vastaajat yleensä tekevät omatoimimatkojen, ryhmämatkojen ja matkanjärjestäjien myymien matkapakettien välillä, selkeästi suosituin vaihtoehto oli omatoimimatkat (84 %). Toiseksi suosituin vaihtoehto oli ryhmämatkat (12 %) ja vähiten suosituin vaihtoehto oli matkanjärjestäjän myymät matkapaketit (4 %).

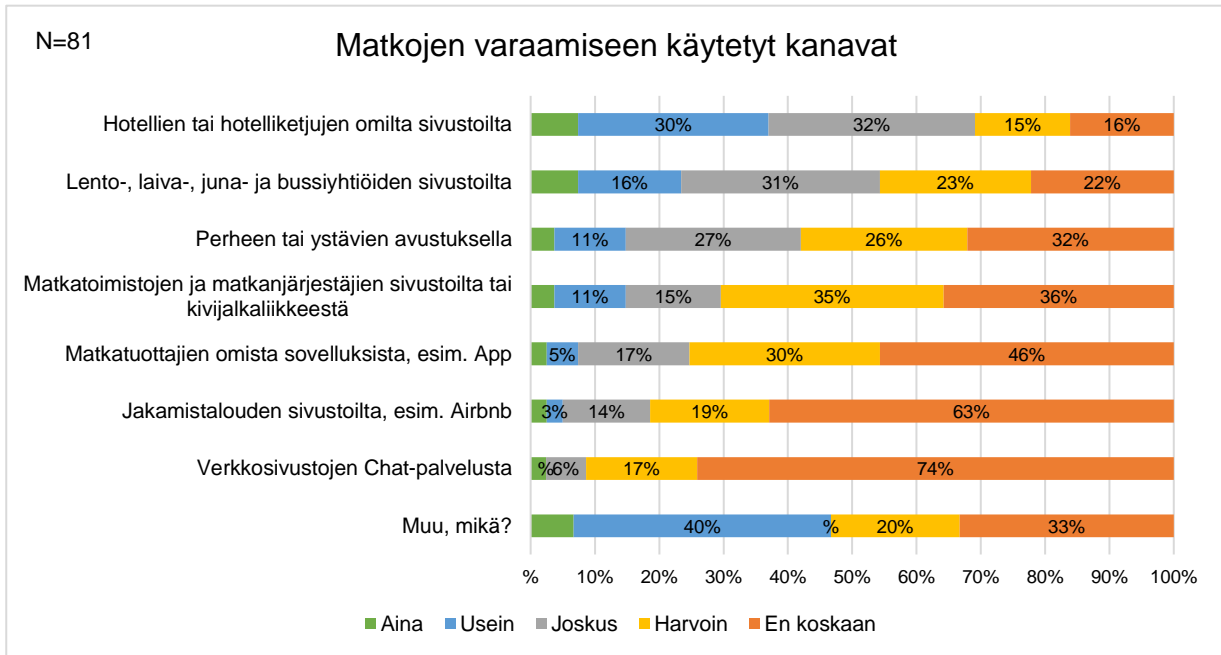
Kyselyyn vastanneiden useimmin käytetyimpiä tapoja etsiä tietoa kotimaan matkakohteista olivat hotellien tai hotelliketjujen sivustot, sosiaalinen media, sekä hotellien ja muiden matkapalveluiden vertailu- ja myyntisivustot, kuten Momondo tai Trivago (kuva 14). Myös perheen ja ystävien kokemukset olivat usealla usein tai joskus käytettyjä tapoja etsiä tietoa kotimaanmatkakohteista. Lisäksi useat vastaajista vastasivat käyttävänsä aina tai usein vaihtoehdon ”Muu, mikä?” avoimia vastauksia. Näitä muita tapoja ilmoitettiin olevan lähinnä internet yleisesti, omat kokemukset sekä

paikkakuntien omat sivustot ja Visit-sivustot. Matkojen suunnitteluun harvemmin käytettyjä kanavia olivat lehdet, matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien sivustot, sekä lento-, laiva-, juna- ja bussiyhtiöiden sivustot.



Kuva 14. Vastaajien käyttämät kanavat matkojen suunnittelussa

Vastaajien käytetyimpiä matkojen varaamiskanavia olivat hotellien tai hotelliketjujen sivustot sekä lento-, laiva-, juna- ja bussiyhtiöiden sivustot (kuva 15). Useammat vastaajat käyttivät myös perheen tai ystävien apua ainakin joskus matkojen varaamisessa. Vastaajista lähes puolet valitsivat käyttävänsä aina tai usein myös "Muu, mikä?" kohdassa ilmoittaviansa tapoja. Näitä olivat esimerkiksi internetin kautta yleisesti, messuilta, paikan päällä varaaminen kohteissa sekä suoraa majoitusten vuokraajilta. Harvemmin käytettyjä varaamiskanavia olivat verkkosivujen Chat-palvelut, jakamistaloudensivustot, kuten Airbnb, sekä Matkatuottajien omista sovelluksista, esimerkiksi App puhelimessa.



Kuva 15. Vastaajien käyttämät kanavat matkojen varaamisessa

5.4 Vastaajien kotimaan matkakohteisiin matkustamisen motiivit

Nämä kysymykset käsittelevät matkustajien syitä matkustaa kotimaanmatkakohteisiin, mitä he hakevot kotimaanmatkakohteista ja kohteissa olevien tekijöiden tärkeyttä vastaajille.

Vastaajat ilmoittivat valmiiksi annetuista vaihtoehdoista syitä, miksi he matkustavat kotimaan matkakohteisiin. Huomattavalla ylivoimalla vastaajista 88 % ilmoitti matkustuksen syiksi eniten loma- ja virkistäytymissyyt (kuva 16). Toiseksi eniten valittiin syyksi uuden näkeminen ja kokeminen (58 %), ja kolmanneksi ja neljänneksi eniten valittiin melkein yhtä paljon perheen ja sukulaisten näkeminen (38 %) sekä ajanvietto ystävien kanssa (36 %). Vähiten ilmoitettiin valmiiksi annetuista vaihtoehdoista hengelliset syyt (2%) ja ostosten teko (7%). Vapaavalintaiseen kohtaan "Muu, mikä?" vastaajat ilmoittivat muita syitä olevan esimerkiksi harrastukset, kuten valokuvaus, festivaalit ja muut tapahtumat ja helppous lähteä lyhyille matkoille kotimaassa.



Kuva 16. Vastaajien syitä matkustaa kotimaan matkakohteisiin

Matkakohteista haettavia tekijöitä ilmoitettiin eniten olevan luonto (73 %), rentoutumisen mahdollisuus (59 %), kulttuuri ja historia (52 %) sekä sukulaiset ja ystävät (52 %) (kuva 17). Lähes puolet vastaajista ilmoitti myös ravintolan ja ruoan olevan matkakohteista haettavia tekijöitä kotimaanmatkailussa (46 %). Valmiiksi annetuista vastauksista vähiten valittiin esteettömät palvelut (6 %), uimarannat (7 %) ja luksus tai ylellisyys (9 %) kohteissa. Muita kohteista haettavia asioita ilmoitettiin olevan musiikkitapahtumat, konsertit ja muut tapahtumat kohteissa sekä urheilu.



Kuva 17. Vastaajien kotimaanmatkailussa matkakohteista haetut tekijät

Vastaajilta kysyttiin asteikolla 1–5 (1= Ei yhtään tärkeä, 5= Erittäin tärkeä), kuinka tärkeinä tekijöinä he pitivät annettuja vaihtoehtoja kotimaan matkakohteita harkitessa. Tärkeimpinä tekijöinä vastaajat kokivat olevan mahdollisuus rentoutua kohteessa ja kohteen sijaitseminen lähellä luontoa (kuva 18). Lisäksi mahdollisuus vierailta nähtävyyksissä ja matkan hinta koettiin olevan tärkeinä tekijöinä matkakohdetta harkitessa. Vähiten tärkeimpinä tekijöinä vastaajat kokivat olevan mahdollisuudet ryhmämatkoihin, kohteen sijainnin lähellä asuinpaikkakuntaa ja mahdollisuudet pakettimatkoihin.



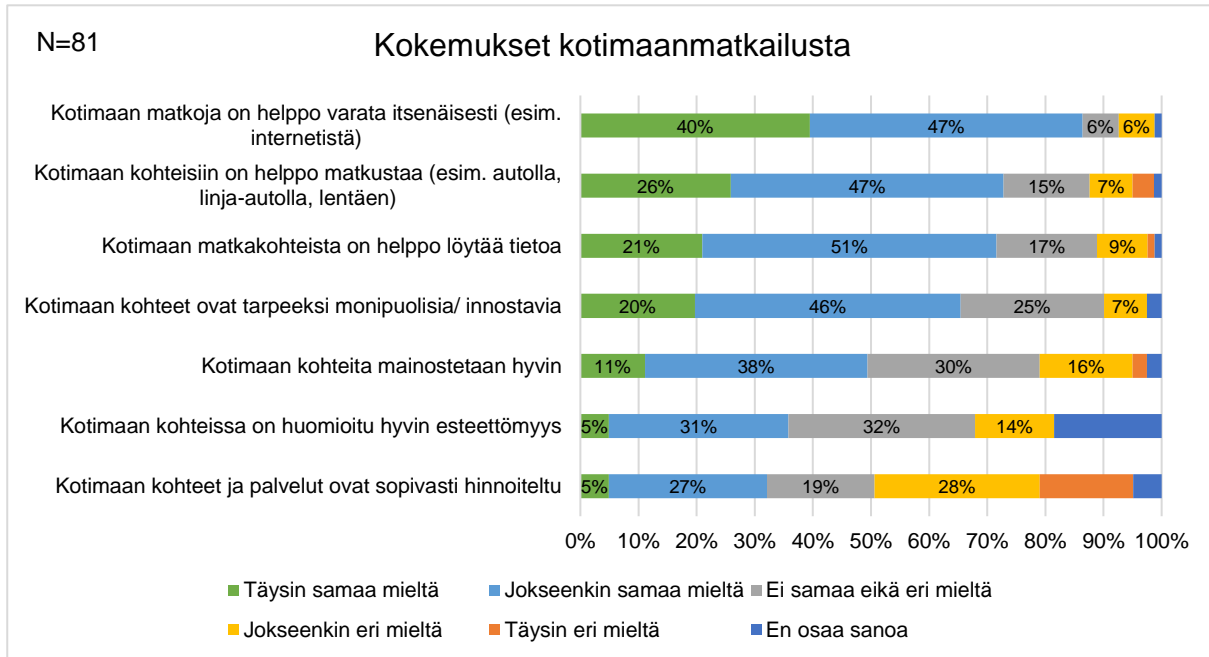
Kuva 18. Vastaajien mielipiteet kohteen tekijöiden tärkeydestä matkakohdetta harkitessa

5.5 Vastaajien kokemukset kotimaanmatkailusta Suomessa

Nämä kysymykset liittyivät vastaajien kokemuksiin ja mielipiteisiin kotimaanmatkailussa. Kysymyksessä annettiin väitteitä, joihin vastaajat vastasivat Likertin 5-portaise asteikon mukaisesti. Vastaajat antoivat väittämiin monipuolisesti vastauksia. Kotimaan matkakohteista tiedon löytäminen koettiin jokseenkin helpoksi, sillä väittämässä ”Kotimaan matkakohteista on helppo löytää tietoa” yli puolet (51 %) kokivat olevansa jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa. Melkein neljäsosa (21 %) ilmoitti olevansa täysin samaa mieltä väittämän kanssa ja 17 % eivät ottaneet kantaa asiaan, sillä he vastasivat ”ei samaa eikä eri mieltä”. Väittämässä ”Kotimaan matkoja on helppo varata itsenäisesti” valtaosa koki tämän olevan totta, sillä 40 % vastasi täysin samaa mieltä ja 47 % jokseenkin samaa mieltä. Vastaajista kukaan ei vastannut täysin eri mieltä (kuva 19).

Kotimaan kohteisiin matkustamisen helppouden koettiin olevan jokseenkin totta, sillä lähes puolet (47 %) vastasi jokseenkin samaa mieltä ja neljäsosa vastasi (26 %) täysin samaa mieltä. 15 % ei ilmoittanut mielipidettä vaan vastasi neutraalin. Kotimaan matkakohteiden koettiin olevan

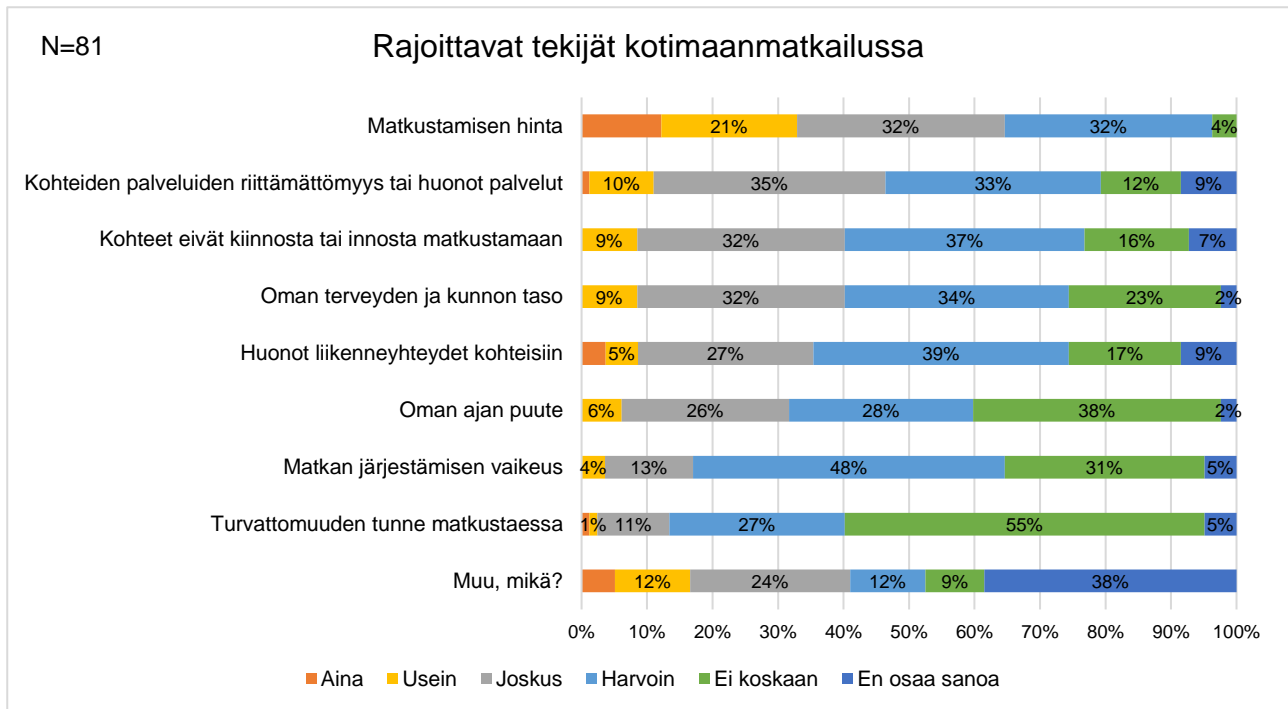
jokseenkin tarpeeksi monipuolisia tai innostavia, sillä 46 % oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa ja 20 % täysin samaa mieltä. Kuitenkin tässäkin väittämässä 25 % ei ottanut kantaa asiaan, sillä he vastasivat ”ei samaa eikä eri mieltä”. Kotimaan kohteiden ja palveluiden hinnoittelun koettiin olevan epäsoviva, sillä enemmistö vastasivat joko jokseenkin eri mieltä (28 %) tai täysin eri mieltä (16 %) väittämässä ”kotimaan kohteet ja palvelut ovat sopivasti hinnoiteltu”. 27 prosenttia oli jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa ja vain 5 prosenttia oli täysin samaa mieltä. 19 prosenttia ei ilmoittanut mielipidettään asiasta (kuva 19).



Kuva 19. Vastaajien mielipiteet kotimaanmatkailun nykytilanteesta

Matkailussa rajoittavina tekijöinä koettiin eniten olevan matkustamisen hinta, sillä 12 % vastaajista ilmoitti tämän olevan aina ja 21 % usein rajoittavana tekijänä matkailussa (kuva 20). 32 % vastaajista vastasi hinnan olevan joskus rajoittava tekijä, mutta 32 % ilmoitti sen olevan harvoin rajoittava tekijä. Kuitenkin vain 4 % vastasi, ettei matkustamisen hinta ole koskaan rajoittava tekijä kotimaanmatkailussa. Kotimaanmatkailussa kohteiden palveluiden riittämättömyys tai huonot palvelut kohteissa koettiin olevan rajoittavana tekijänä aina (1%), usein (10%) tai joskus (35%). Lisäksi vastaajien mielestä kotimaan matkakohteiden kiinnostavuus ja innostavuus koettiin olevan rajoittavana tekijänä usein (9%) tai joskus (32%). Osa vastaajista ilmoittivat myös huonojen liikenneyhteyksien rajoittavan jonkin verran kotimaanmatkailua, sillä 4% vastasi aina, 5% usein ja 27% joskus sen olevan rajoittavana tekijänä. Vähiten rajoittavana tekijänä vastaajat ilmoittivat olevan turvallisuuden tunne matkustaessa, sillä valtaosa (55 %) vastaajista ilmoitti, ettei se ole koskaan rajoittava tekijä tai sen koetaan olevan vain harvoin rajoittava tekijä (27 %). Myös oman ajan puute ilmoitettiin olevan harvoin (28 %) tai ei koskaan (38 %) rajoittavana tekijänä ja matkan järjestämisen vaikeuden

harvoin (48 %) tai ei koskaan (31 %) rajoittavana tekijänä. Muiksi rajoittaviksi tekijöiksi ilmoitettiin lähinnä olevan sääolosuhteet Suomessa.



Kuva 20. Vastaajien kokemukset rajoittavista tekijöistä matkailussa

5.6 Vastaajien mielipiteet kotimaanmatkailusta

Kyselyn viimeisissä kolmessa avoimessa kysymyksessä tiedusteltiin vastaajien mielipiteitä kotimaanmatkailusta. Ensimmäisessä avoimessa kysymyksessä kysyttiin vastaajien mielipidettä onnistuneen matkan osatekijöistä: ”Miten kuvailisit onnistunutta matkaa lyhyesti?”. Tähän tuli kaikilta kyselyyn osallistuneilta vastaus, eli vastaajia oli 82. Eniten vastauksissa mainittiin rentoutuminen (23 %), eri aktiviteetit (23 %) ja matkan vastaavan odotuksia (23 %). Vastaajat kokivat, että matkan onnistumiseksi matkalla tulisi olla aikaa rentoutua ja matkan jälkeen olisi levännyt olo. Monet vastaajista kokivat, että matkalla tulisi olla mahdollisuus tehdä eri aktiviteetteja, kuten liikuntaa, kulttuurikohteissa ja nähtävyyksissä vierailua, sekä yleisesti muita viihdyttäviä aktiviteetteja. Matkan tulisi myös vastata vastaajien odotuksia matkailusta tai matkakohteista, jotta he kokivat sen olleen onnistunut matka. Lisäksi vastaajista monet ilmoittivat, että hyvä ruoka matkaillessa oli osana onnistuneen matkan kokemuksia (20 %).

Muita useamman kerran vastauksissa esiintyneitä onnistuneen matkan tekijöitä olivat hyvä palvelun laatu (17 %), kokemusten karttuminen (16 %) ja matkaseura (13 %). Matkakohteissa ja matkailupalveluissa tulisi olla hyvää, asiantuntevaa ja ystävällistä palvelua. Vastaajien tulisi nähdä tai kokea jotain uutta tai muutoin mieleenpainuvaa, joista he saisivat uusia kokemuksia ja muistoja

myös muillekin jaettavaksi. Lisäksi vastaajat kokivat, että onnistuneella matkalla matkaseuran tulisi olla hyvää ja mahdollisesti tapaisi uusia ihmisiä, joiden kanssa matka jaettaisiin. Vastauksissa muita mainittuja tekijöitä matkan onnistumiseksi olivat hyvä majoitus (12 %), matkakohteiden sijainti luonnon lähellä tai luonnossa tehtävät aktiviteetit (11 %), sekä matkan hinta (9 %).

Toinen avoin kysymys selvitti vastaajien mielipiteitä kotimaanmatkailun puutteista: ”Mitä puutteita olet huomannut kotimaanmatkailussa?”. Tämä kysymys oli piilotettu henkilöltä, joka vastasi aikaisempana olevaan kysymykseen, ettei matkusta kotimaassa, joten kysymyksessä oli 81 vastaajaa. Kysymykseen tuli monipuolisesti vastaajien mielipiteitä näistä. Useammassa vastauksessa mainittiin hintojen korkea taso ja matkustamisen kalleus kotimaan matkapalveluissa olevan ongelmana kotimaanmatkailussa (23 %). Etenkin hinta-laatusuhteen koettiin olevan alhainen. Kotimaanmatkailussa palvelun laadun koettiin olevan usein alhainen tai olematon (20 %), ja esimerkiksi matkailualan yrityksissä ei ole otettu huomioon vanhuuseläkeläisten matkailijoiden tarpeita matkailussa. Vastaajat ovat kokeneet olleensa vaivana ja hidasteena yrityksissä, ja on koettu, että heitä on palveltu liiallisessa kiireessä. Lisäksi muun muassa asiakaspalvelijoiden puhenopeus on koettu olevan henkilön kuulotasoon liian nopeatempoinen tai hiljainen, ja palvelua ei ole saanut omalla kielellä eli suomeksi, vaan henkilökunta on puhunut englantia.

Muita vastauksissa useasti esiintyneitä asioita, jotka koettiin olevan puutteina kotimaanmatkailussa, olivat huono informaatio matkakohteista ja palveluista (11 %), siisteys ja laatu (9 %) sekä tarjonnan puuttuminen (7 %) etenkin sesonkien ulkopuolella. Vastaajat kokivat, että kotimaanmatkailussa on ollut heikosti tietoa saatavilla ja tieto ei ole ollut ajankohtaista. Muutama vastaaja ilmoitti myös palveluiden mainostamisesta ja kehittämisestä olevan puutteita ikäihmisille matkailijoille sopivaksi. Kotimaan matkakohteiden palveluissa, esimerkiksi majoituksissa, siisteydessä on huomattu olevan puutteita ja mainoskuvat eivät ole vastanneet oikeaa tilannetta. Muutamia mainintoja oli myös huonoista kulkuyhteyksistä kohteisiin (4 %), mikä rajoittaa matkustuskohteiden saavuutta etenkin julkisilla kulkuvälineillä matkustaville. Vastaajista 32 % koki, ettei ole huomannut mitään puutteita kotimaanmatkailussa tai ei osaa sanoa onko kotimaanmatkailussa puutteita.

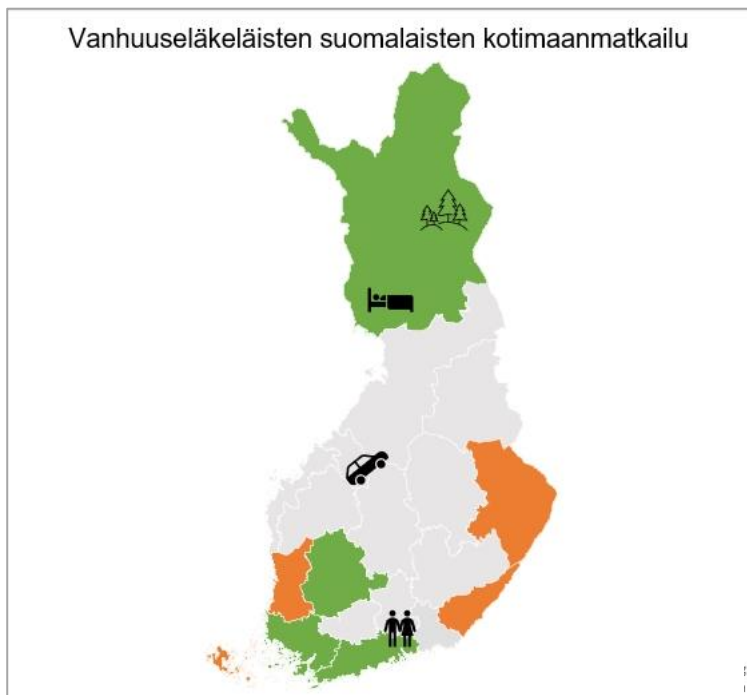
Viimeisenä kysymyksenä kyselyssä oli avoin kysymys, jossa selvitettiin vastaajien mielipiteitä kotimaanmatkailun helpottavista tai innostavuutta lisäävistä tekijöistä: ”Mikä helpottaisi tai lisäisi intoasi matkustaa kotimaassa?”. Vastaajina oli kaikki kyselyyn osallistuneet, eli kysymykseen tuli 82 vastausta. Vastaajista 46 % vastasivat, että alhaisemmat hinnat matkailussa, etenkin majoituksessa, tai eläkeläisalennukset (11 %), helpottaisivat tai innostaisivat matkustamaan kotimaassa. Syiksi, miksi kotimaanmatkailussa tulisi olla enemmän eläkeläisalennuksia, annettiin muun muassa vastaajien alhaisemmat tulot ja huono taloudellinen tilanne vanhuuseläkkeellä. Kotimaanmatkailun hintoja verrattiin esimerkiksi Euroopan alhaisempaan hintatasoon, ja koettiin että hintojen tulisi olla

verrattavissa ulkomaanmatkoihin, sillä koettiin, että esimerkiksi viikko ulkomailla on usein halvempi kuin Suomessa. 17 % vastaajista ilmoittivat vastaukseksi heidän oma elämäntilanteensa kohentuminen, kuten varallisuuden nousu, oman ajan lisääntyminen ja oman terveyden kohentuminen, helpottaisi kotimaanmatkailua.

Vastaajista 12 % kokivat, että kotimaanmatkailun matkapalveluiden tulisi parantua tai kehittyä, joka helpottaisi kotimaanmatkailua tai lisäisi innokkuutta matkustaa kotimaassa. Muun muassa paremmat joustavuudet kotimaanmatkailun matkapalveluissa helpottaisi matkailua, sillä koettiin, että retket ja matkaohjelmat olivat liian kiireisiä. Vastaajista osa koki, että myös peruuntumisehdot tulisi sovittaa paremmin matkustajien mukaisesti, sillä yhtäkkiset terveydentilan vaihtelut vaikuttivat heidän matkansa toteutumiseen. Kohteiden tarjonnassa toivottiin myös jotain uutta, menevämpää, ja kokemuksia kartoitettavaa aktiviteettia, sekä kulttuuria ja hyvää ruokaa. Vastaajista 7% ilmoittivat paremman tiedonsaannin, 6 % parempien liikenneyhteyksien ja 5 % matkaseuran saamisen helpottavan tai innostavan kotimaassa matkustamista. 13 % kokivat, ettei ole mitään tiettyä, joka helpottaisi tai innostaisi matkustamaan kotimaassa, tai he kokivat tilanteen olevan jo hyvä.

5.7 Tiivistelmä tutkimuksen tuloksista

Tutkimuksen tulokset voidaan tiivistää esittämään tuloksia yksinkertaisemmin. Tutkimuksessa vanhuuseläkeläiset suomalaiset matkustivat kotimaassa lähinnä 2–3 kertaa vuodessa 2–7 päivän kestoilla matkoilla. Matkaseurana oli yleensä puoliso, mutta myös yksin matkustettiin. Yöpyminen tapahtui hotellissa ja matkakohteisiin kuljettiin omalla autolla. Suosituin vuodenaika matkustaa oli kesä. Suomen maakunnista matkustettiin eniten Lappiin, Uusimaalle, Varsinais-Suomeen tai Pirkanmaalle. Ahvenanmaalle, Etelä-Karjalaan, Pohjois-Karjalaan ja Satakuntaan haluttaisiin matkustaa. Matkat varattiin yleensä omatoimisesti. Matkojen suunnittelussa käytettiin hotellien tai hotelliketjujen sivuja tai sosiaalista mediaa ja varaamisessa hotellien tai hotelliketjujen sivuja sekä lento-, laiva-, juna- ja bussiyhtiöiden sivuja. Kuvassa 21 on tiivistettynä symboleilla tutkimukseen osallistuneiden vanhuuseläkeläisten kotimaanmatkailu. Vihreällä korostetut kohdat viittaavat eniten matkattuihin kohteisiin ja oranssilla korostetut kohdat maakuntiin, joihin haluttaisiin matkustaa.



Kuva 21. Symbolein kuvattu tiivistelmä vanhuuseläkeläisten kotimaanmatkailun tutkimustuloksista

Kotimaassa matkustamisen syitä olivat loma ja virkistäytyminen, uuden kokeminen sekä perheen ja sukulaisten näkeminen. Matkakohteista haettiin luontoa, rentoutumisen mahdollisuutta, kulttuuria ja historiaa. Tärkeänä pidettiin mahdollisuutta rentoutua kohteessa, kohteen sijaitsevan lähellä luontoa, sekä mahdollisuus vieraila nähtävyyksissä. Kotimaanmatkailussa koettiin, että matkoja on helppo varata itsenäisesti ja kohteisiin on helppo matkustaa, mutta hinnat ovat korkeat. Rajoittavina tekijöinä olivat matkustamisen hinta, palveluiden alhainen taso tai riittämättömyys. Onnistunut matka sisälsi rentoutumista, aktiviteetteja ja se vastasi odotuksia. Puutteita kotimaanmatkailussa olivat korkeat hinnat, palvelun laatu ja informaation puute kohteista ja palveluista. Kotimaanmatkailua helpottavia tai innostavia asioita olisi alahaisemmat hinnat matkailussa, oman elämäntilanteen kohentuminen sekä kotimaan matkapalveluiden kehittäminen ikäihmisille sopivammiksi.

6 Pohdinta

Tämä luku käsittelee kyselytutkimuksen päätuloksia peilaten niitä tietoperustaan. Lisäksi käydään läpi tutkimuksen tavoitteiden toteutumista ja pyritään antamaan kehitysehdotuksia kotimaanmatkailussa käyttäen tutkimuksen tuloksia apuna. Luvun lopussa käsitellään tutkimuksen luotettavuuden ja toistettavuuden toteutumista, sekä oman oppimisen kokemuksiani.

Tutkimukseen toivottiin osallistujamääräksi paljon enemmän, kuin osallistujia oli. 82 vastaajaa on alhainen määrä, jotta tutkimuksen tuloksia voitaisiin yleistää luotettavasti. Tätä avataan tarkemmin luvun kappaleessa 6.1. Tutkimuksen tuloksia analysoidessa voidaan kuitenkin huomata, että tutkimus mukailee paljolti aikaisempaa kirjallisuutta aiheesta. Esimerkiksi vanhuuseläkeläisten tottumukset kotimaanmatkailussa tukivat tietoperustaa. Näitä avataan tarkemmin myöhemmänä luvussa.

Tutkimukseen osallistujien taustatietojen perusteella painotus oli 63–69-vuotiaissa naispuolisissa, joiden tulot väliltä 1700–2399 euroa asettuvat Suomessa vanhuuseläkettä saavien keskiarvotuloihin. Vaikka vastaajista enemmistö olikin naispuolisia, sukupuolijakauma oli kuitenkin kohtuullinen ja mukailee myös Suomen vähintään 65-vuotiaiden sukupuolijakaumaa, sillä Suomessa on enemmän naispuolisia, kuin miespuolisia vanhuuseläkeikäisiä olevia (ks. 2.3.2.).

Tilastokeskuksen (2020a) tutkimuksessa Uusimaa, Pirkanmaa, Pohjois-Pohjanmaa ja Lappi olivat Suomessa suosituimpia kotimaanmatkailun kohteita (ks. 2.2), mutta tutkimuksessa oli koko Suomen kotimaanmatkailun tilastot, joten sitä ei voida täysin suoraa verrata tämän tutkimuksen tuloksiin. Voidaan kuitenkin huomata, että tämän opinnäytetyön tutkimuksessa vanhuuseläkeläisten vastaajien suosituimmat matkakohteet mukailevat Tilastokeskuksen (2020a) tutkimusta, sillä vastaajien suosituimpia kotimaan matkakohteita olivat Lappi, Uusimaa, Varsinais-Suomi ja Pirkanmaa. Näistä Varsinais-Suomi oli Tilastokeskuksen tutkimuksessa suosituimpien ilmaismatkojen kohteena (ks. 2.2.). Oli mielenkiintoista huomata Ahvenanmaan sekä Pohjois- ja Etelä-Karjalan olevan vastaajien haluttuja matkailun kohteita, vaikka näihin ei kuitenkaan tehty paljoa matkoja. Myös Tilastokeskuksen (2020a) tutkimuksessa nämä maakunnat eivät olleet vierailuimpien kotimaan matkakohteiden joukossa (vrt. 2.2). Mahdollisia syitä Etelä- ja Pohjois-Karjalan esiin nousu tutkimuksen tuloksissa voi liittyä Suomen historiaan. Syyt miksi näihin kohteisiin ei matkusteta niin paljoa, kuin niihin haluttaisiin, voivat olla kohteissa mahdollisesti olevien matkailupalveluiden vähäisyys tai näiden maakuntien alhainen mainostaminen matkakohteena.

Tutkimuksessa vastaajien tavat etsiä tietoa kotimaan matkakohteista mukailivat suuriltaosin tietoperustassa vanhuuseläkeikäisten käytetyimpien inspiraation ja tiedon lähteitä. Kyselytutkimuksessani eniten käytetyimpiä tiedonhaun kanavia olivat hotellien- ja hotelliketjujen sivut, sosiaalinen

media, perheen ja ystävien kokemukset, sekä ”muu, mikä?” kohdassa paljon mainittu internet yleisesti. Ikäihmisten matkailun aikaisemmat tutkimukset osoittavat ikäihmisten yleisimpiä matkojen inspiraation ja tiedon lähteenä olevan juuri perheen, sukulaisten ja ystävien suositukset (ks. 3.3.1). Lisäksi Patterson ym. (2017) tutkimus osoitti internetin ja Horwath HTL (2015) tutkimus sosiaalisen median, olevan koko ajan lisääntyvässä määrin osana vanhuuseläkeikäisten matkojen suunnittelua. Matkatoimistot eivät olleet tutkimuksessani paljon käytetty tiedon etsinnän lähde, toisin kuin Patterson ym. (2017) tutkimuksessa, jossa matkatoimistot olivat yhtenä yleisimpänä inspiraation ja tiedon lähteenä (vrt 3.3.1). Tähän voi vaikuttaa mahdollisesti se, että kotimaanmatkailussa ei ehkä niin yleisesti käytetä matkatoimistoja, sillä kotimaan matkakohteista mahdollisesti tiedetään jo valmiiksi jotain. Esimerkiksi kysymyksessä, jossa kysyttiin, mikäli vanhuuseläkeläiset matkustavat kotimaan matkakohteisiin uudelleen, 46% vastasi usein ja 42% joskus. Myös lisääntynyt sosiaalisen median käyttö on todennäköisesti vaikuttanut tähän (ks 3.3.1), sillä sen kautta vanhuuseläkeläiset voivat lähes päivittäin nähdä muiden päivityksiä ja kuvia eri matkakohteista, jolloin tietoa ei tarvitse erikseen lähteä etsimään matkatoimistojen tarjonnasta.

Tutkimuksessani vanhuuseläkeläiset suosivat lähes yksimielisesti eniten omatoimimatkojen tekoa, jonka jälkeen oli ryhmämatkat ja vasta viimeisenä matkanjärjestäjien myymät matkapaketit. Tutkimukseni tulokset eroavat jonkin verran tietoperustassa käsiteltyihin tutkimuksiin. Vaikka Zielinska-Szczepkowskan (2021) tutkimuksessa ikäihmiset suosivat juuri matkojen järjestämistä itsenäisesti, muun muassa Pesosen ym. (2015) ja Pattersonin ym. (2017) tutkimuksissa suosiossa olivat valmismatkapaketit ja ryhmämatkat (vrt. 3.3.1.). Mutta Pattersonin ym. (2017) tutkimuksessa huomattiin omatoimimatkojen teon olevan kuitenkin nousussa (ks. 3.3.1). Toisaalta nämä tutkimukset eivät ole juuri Suomen kotimaanmatkailuun liittyviä tutkimuksia, joten kotimaanmatkailussa voidaan suosia mahdollisesti omatoimimatkoja, sillä matkailu tapahtuu todennäköisemmin tutummassa ympäristössä ulkomaanmatkailuun verrattuna. Lisäksi vanhuuseläkeikäiset käyttävät lisääntyvässä määrin internetiä matkojen varaamisessa (ks. 3.3.1), joten heillä on mahdollisuus tutkia enemmän eri vaihtoehtoja laajemmasta valikoimasta ja löytää juuri itselle sopivat matkat, majoitukset ja aktiviteetit. Matkoja ei tällöin rajattu vain matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien valmiisiin paketteihin.

Tutkimuksessa vastaajien syitä matkustaa kotimaan matkakohteisiin, eli toisin sanottuna Dannin teorian mukaan matkailun työntövoimatekijöitä (Zielinska-Szczepkowska 2021), huomattiin olevan monet samat tekijät kuin tietoperustassa käytyjen aiheen aikaisempien tutkimuksien kohdalla. Työntövoimatekijöitä olivat muun muassa loma- ja virkistätymisyyt, uuden näkeminen ja kokeminen, perheen ja sukulaisten näkeminen sekä ajanvietto ystävien kanssa. Kuten tietoperustassa kappaleessa 3.2. mainittiin, Widiyastutin ja Ermawatin (2019) suorittamassa tutkimuksessa vanhuuseläkeikäisten työntövoimatekijöitä ovat ihmisten tapaaminen ja matkailu vapaa-ajan mielessä. Myös Pattersonin ym. (2017) tutkimuksessa uusien kohteiden kokeminen ja näkeminen ja

Zielinska-Szczepkowskan (2021) tutkimuksessa perhe ja ystävät mainittiin olevan yhtenä isompana motivaationa matkustaa (ks.3.2). Hengelliset tai terveys ja kuntoutus syyt eivät olleet suurina motivaatioina tässä tutkimuksessa, sillä ne olivat alimpana tai lähes alimpana työntövoimatekijänä vanhuuseläkeläisten matkailussa, toisin kuin Widiyastutin ja Ermawatin (2019), sekä Horwath HTL (2015) tutkimuksissa (vrt. 3.2). Ostosten teon syyt taas olivat sekä kotimaanmatkailun tutkimuksissa (ks. 2.2) että tämän työn tutkimuksessa yhtenä vähiten valittuna työntövoimatekijänä.

6.1 Tutkimuksen tavoitteiden toteutuminen ja kehittämissuhteet

Työni päätavoitteena oli löytää mahdolliset puutteet ja kehityskohteet kotimaanmatkailussa suomalaisten vanhuuseläkkeellä olevien matkustajien näkökulmasta. Päätavoitteeseen pyrittiin vastaamaan seuraavilla alatavoitteilla:

- Mitä tekijöitä vanhuuseläkkeellä olevat suomalaiset hakevat matkakohteistaan?
- Mitä puutteita kotimaanmatkailusta löytyy vanhuuseläkeläisen näkökulmasta?
- Mitkä tekijät mahdollistavat ikääntyvien ihmisten valmiudet matkailuun?
- Millaiseksi ikäihmiset kuvaavat onnistuneen matkan osatekijöitä?

Tutkimuksen alatavoitteisiin saatiin hyvin vastauksia kohderyhmälle toteutetusta kyselytutkimuksesta, joiden kautta voidaan myös vastata tutkimuksen päätavoitteeseen.

1. Tutkimuksessa tekijöitä, joita vastaajat hakivat kotimaan matkakohteista, oli monia, mutta suurimpina tekijöinä osoittautui olevan monet samankaltaiset tekijät kuin aiheen aikaisemmissa tutkimuksissa. Opinnäyteyöni tutkimuksen vetovoimatekijöitä osoittautuivat olevan muun muassa luonto, rentoutumisen mahdollisuus, kulttuuri ja historia, sekä sukulaiset ja ystävät. Suomessa kotimaanmatkailun vetovoimatekijöinä mainittiin nimenomaa olevan luonto ja kulttuuripalvelut (ks. 2.2). Myös Zielinska-Szczepkowskan (2021) tutkimuksen mukaan vanhuuseläkkeikäisten matkailussa luonto, kulttuuriset ja historialliset paikat, sekä perhe ja ystävät olivat osana tärkeimpiä kohteen valintaan vaikuttavina tekijöitä (ks. 3.2). Lisäksi aiheen aikaisemmissa tutkimuksissa nähtävyyksissä vierailu ja kulttuurimatkat mainittiin olevan vanhuuseläkeläisten suosittuja aktiviteetteja matkoillaan (ks. 3.2). Vastaajista lähes puolet ilmoittivat myös ruoan ja ravintoloiden olevan kohteista haettavia tekijöitä, mikä ei ole ollut suurella määrällä huomioon otavana tekijänä tietoperustan tutkimuksissa (vrt. 3.2) tai kotimaanmatkailun tilastoissa (vrt. 2.2).

Tutkimukseni mukaan majoituksen ja liikkumisen suhteen suomalaiset vanhuuseläkkeellä olevat matkailijat suosivat hotellissa, mökillä tai sukulaisten ja ystävien luona yöpymistä, sekä liikkumista omalla autolla, junalla tai linja-autolla. Nämä mukailevat myös aikaisempia tutkimuksia, joissa vanhuuseläkeläisten suosittu kulkutavat ovat olleet linja-auto ja henkilöauto (ks. 3.3.2), ja kotimaanmatkailun tilastoa, jossa henkilöauto, juna ja bussi olivat suosituimpia tapoja kulkea matkoilla (ks.

2.2). Kotimaanmatkailun tilastossa suosituimmat majoituskohteet, hotellit, oma mökki tai vuokra mökki ja sukulaisten tai ystävien luona yöpyminen (ks. 2.2), mukailevat myös työni tutkimustuloksia. Kuitenkin tilastossa oli myös lomakylät, leirintäalueet, sekä Airbnb osana yleisimmin käytettyjä yöpymistapoja, joita ei tässä tutkimuksessa ollut mukana tai sai osakseen vain muutamia vastauksia.

2. Tutkimuksessa vanhuuseläkeläisten kokemia puutteita kotimaanmatkailussa olivat korkea hintataso kotimaanmatkailussa, alhainen palvelun taso, informaation vähäisyys, sekä palveluiden laatu ja siisteys. Vanhuuseläkeläiset kokivat, että kotimaanmatkailussa etenkin palveluiden ja kohteiden hintalaatu suhde on huono, johon myös vaikuttaa se, että kohteiden ja palveluiden laadussa ja siisteudessa koettiin olevan puutteita. Palveluissa puutteina oli esimerkiksi se, että kotimaanmatkailussa ei ole otettu huomioon vanhuuseläkeläisten tarpeita tai palvelu on koettu olevan muutoin alhaista ja ammattitaidotonta. Kotimaan matkakohteiden informaatiossa koettiin olevan puutteita, sillä tieto on monesti ollut vanhentunutta tai vaikeasti saatavilla olevaa. Aikaisemmissa tutkimuksissa vanhuuseläkeläisten kohteiden valintaan vaikuttavia tekijöitä on kuitenkin huomattu olevan juuri kohteen löytämisen helppous ja hyvä palvelun laatu (ks. 3.2.). Lisäksi esimerkiksi matkakohdeiden majoituksesta haetaan majoituksen ja ruoan lisäksi myös muuta, joka nostaisi sen hintalaatu suhdetta paremmaksi vanhuuseläkeläisten mielestä (ks. 3.3.2). Kotimaanmatkailun tutkimuksissa ongelmana on huomattu olevan juuri matkailussa hintojen ja tuotteiden soveltuminen enemmän ulkomaanmatkailijoille, kuin kotimaanmatkailijoille (ks. 2.2). Tämä johtuu etenkin suomalaisten matkailijoiden tapavasta kuluttaa vähemmän matkailussa verrattuna ulkomaanmatkailijoihin (ks. 2.2). Tutkimukseni tuloksissa voidaan hyvin huomata tämä, sillä myös kysymyksessä, jossa tiedusteltiin vanhuuseläkeläisten suomalaisten rajoitteita matkailussa, monet vastasivat matkailun korkean hintatason Suomessa olevan rajoittavana tekijänä. Lisäksi kysymys kotimaanmatkailun mahdollisista innostavuutta tai helpottamista lisäävinä tekijöinä ilmoitettiin olevan alahaisemmat hinnat tai paremmat eläkeläisalennukset.

3. Tutkimuksessa tuli esille useampi vanhuuseläkeläisten matkailua helpottava tekijä, jotka mahdollistavat ikäihmisten valmiudet matkailuun. Näitä olivat muun muassa alhaisemmat matkojen hinnat, ikäihmisten tarpeiden huomioiminen matkapalveluissa ja selkeät tiedot kohteista. Myös siinä tässä matkojen alempien hintojen koettiin olevan matkailua helpottavana tekijänä. Tutkimuksessa vanhuuseläkeläiset kokivat, että kotimaanmatkailussa tulisi olla seniorialennuksia tai muita tarjouksia, jotka innostaisivat matkustamaan, tai helpottaisivat matkojen tekoa. Matkailussa matkakohteiden ja palveluiden tiedon tulisi olla ajankohtaista ja helpommin löydettävissä olevaa, jotta vanhuuseläkeläiset matkailijat löytäisivät tiedon helpommin. Aikaisemmissa tutkimuksissa matkan hinta mainittiinkin olevan ikäihmisten matkailua rajoittava tekijä (ks. 3.4) ja helposti löydettävä tieto vetoimatekijä (ks. 3.2). Tietyt asiat matkapalveluissa, kuten selkeät ja ikäihmisille sovitettut

peruuntumis- ja muutosehdot, koettiin olevan matkailua helpottavana asiana, koska ikäihmisten terveydentilan vaihtelut voivat olla hyvinkin nopeita ja mahdollisia verrattuna muihin ikäryhmiin. Paremmat liikenneyhteydet kotimaanmatkailussa ja matkaseuran saaminen olivat myös tutkimuksessa matkailun helpottavuutta lisäävinä asioina. Lisäksi vanhuuseläkeläisten oma elämäntilanne vaikuttaa heidän valmiuksiinsa matkailussa. Tutkimuksessa useampi vastaaja ilmoitti matkailua helpottaviksi tekijöiksi oman varallisuuden nousun, terveydentilan kohentumisen ja ajan lisääntymisen. Kuten kappaleessa 3.4. mainittiin, ikäihmisten matkailussa rajoittavat tekijät liittyvät yleensä juuri heidän alahaisiin tuloihinsa, matkaseuran puuttumiseen ja iän tuomiin ongelmiin, kuten heidän terveydentilansa tai liikkumisensa heikentyminen. Eli kun matkaa rajoittavat tekijät ovat alhaiset tai niiden mahdollisuus on huomioitu, ikäihmisillä on paremmat valmiudet matkailuun. Ikäihmisten matkailun motiiveissa mainittiin myös tuloksia vastaavia asioita, kuten palveluiden laatu (ks. 3.2) ja helpot ja kätevät liikenneyhteydet kohteisiin (ks. 3.3.2), jotka ovat tärkeitä asioita matkakohteiden valintaa tehdessä.

4. Tutkimuksessa onnistuneen matkan osatekijöitä osoittautui olevan monipuolisesti eri asiat. Vanhuuseläkeläiset kokivat, että matkalla rentoutumisen mahdollisuus, itseä kiinnostavat aktiviteetit, hyvän ruoka ja matkan vastaaminen odotuksia olivat osana onnistunutta matkaa. Tutkimuksessa koettiin, että onnistuneella matkalla voi tehdä itseä kiinnostavia ja viihdyttäviä aktiviteetteja sekä saa syödä hyvää ruokaa ja rentoutua siten, että matkan jälkeen on virkistynyt olo. Onnistunut matka myös vastaa omia odotuksia ja toiveita matkalta. Lisäksi onnistuneen matkan osatekijöitä ovat hyvä ja asiantunteva palvelu, matkalla kokemusten karttuminen ja hyvä matkaseura. Tutkimuksessa onnistuneet matkan osatekijät vastaavat myös aikaisempien tutkimusten tuloksia ikäihmisten matkailun motiiveista. Näitä olivat muun muassa kappaleissa 3.2. mainitut syyt lähteä matkalle, kuten lomailu, lepääminen ja ihmisten tapaaminen. Aikaisemmissa tutkimuksissa matkakohteista haettavat tekijät, jotka vastaavat tutkimuksen tuloksiin, ovat esimerkiksi eri aktiviteettien tekeminen, kuten kulttuurikohteissa vierailu, sekä uusien kohteiden ja asioiden kokeminen. Aikaisemmista tutkimuksista poiketen, tässä korostui myös ruoan tärkeys matkailussa (vrt. 3.2). Kun matkalla on päässyt tekemään ja kokemaan näitä haettuja asioita, matka koettiin olevan onnistunut.

Opinnäytetyön päätavoitteeseen pystytään vastaamaan näiden alatavoitteiden kautta. Vaikka kotimaanmatkailussa useamman tutkimukseen osallistuneiden puolesta ei ole puutteita tai kehitettävää, löytyi kuitenkin muutamia mahdollisia kehityskohteiksi osoittautuneita asioita. Kuten mainittu, suomalaisten vanhuuseläkeläisten näkökulmasta kotimaanmatkailun puutteet ja kehityskohteet liittyivät paljolti kotimaanmatkailun hintatasoon ja hintalaatu suhteeseen, palvelun laatuun, majoitusten laatuun ja siisteyteen, sekä informaation puutteisiin kohteista ja palveluista. Tutkimukseni perusteella kotimaanmatkailussa tulisi siis kehittää palveluiden hinnastoja tai kehittää jonkinlaisia eläkeläisalennuksia vanhuuseläkeläisille matkailijoille. Kohteissa myös palvelun tasoa ja laatua tulisi

kehittää vanhuuseläkeläisten matkailijoiden kohdalla. Esimerkiksi vanhuuseläkeläisten tarpeet tulisi ottaa huomioon paremmin, muun muassa mukauttaa puhenopeus, toimintanopeus ja luoda asiakastilanteesta henkilökohtaisempi kokemus asiakkaille. Matkakohteissa olevien palveluiden ja yritysten tulisi päivittää tietojaan ajankohtaisiksi ja pitää huolta, että heidän tietonsa olisivat ajan tasalla, jotta matkailijat tietäisivät mitä palveluita tarjotaan tai miten kohteet ja yritykset ovat auki vuoden aikana. Lisäksi kohteiden ja yritysten tulisi asettaa tiedon löytäminen helpommaksi, jotta se olisi nopeasti saavutettavissa myös vanhuuseläkeläisille matkustajille. Matkakohteissa tulisi tuoda enemmän esiin myös ruokailumahdollisuudet ja ravintoloiden tarjonta, sillä tämä osoittautui olevan useille vanhuuseläkeläisille matkailijoille matkakohteen tärkeänä tekijänä. Matkakohteita tulisi myös mainostaa enemmän, ja kehittää mahdollisesti enemmän matkailua maakuntiin, joihin vanhuuseläkeläiset haluaisivat matkustaa.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus ja toistettavuus

Tutkimuksen tulosten luotettavuuden ja pätevyden arvoimiseksi tutkimuksen luotettavuutta tulee arvioida. Vaikka tutkimuksessa yritetään välttää virheitä täysin, tuloksien luotettavuudessa voi olla paljon vaihtelevuuksia muiden seikkojen takia. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida reliabiliteetin, eli tutkimuksen tulosten toistettavuuden, ja validiteetin, eli tutkimuksen pätevyden, arvioimisella. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Tutkimuksen toistettavuudessa eli reliabiliteetissa arvioidaan tutkimuksen tulosten pysyvyyttä, eli mahdollisuutta saada samanlaisia tuloksia, jos tutkimus toistetaan. Jos esimerkiksi eri tutkimuskerroilla tehty tutkimus tai kahden eri tutkijan tekemänä tutkimus antaa samanlaisia tuloksia, tutkimustulosten katsotaan silloin olevan reliabeleita, eli pysyviä. (Hirsjärvi ym. 2009, 231–232.) Reliabiliteetin mittauksessa on kuitenkin vaikeuksia, sillä vaikka tutkimus uusittaisiin, tutkimustuloksiin voi vaikuttaa esimerkiksi tutkittavan ilmiön tai tutkimusympäristön ja tilanteen muuttuminen (Kananen 2015, 349). Jotta tutkimuksen tulokset ovat reliabeleita, tulee tutkimuksessa olla validiteetti, mutta määrällisissä tutkimuksissa reliabiliteetti ei aina takaa validiteettia (Hirsjärvi ym. 2009, 231–232). Vaikka tutkimus tulokset ovat samat, mittarit voivat olla virheellisiä ja näin toistaa virheelliset tulokset. Tutkimuksissa voi siis olla hyvä reliabiliteetti mutta korkea tai alhainen validiteetti. (Kananen 2015, 350.) Tutkimuksen reliabiliteetti voidaan arvioida olevan kohtuullinen, sillä kysymyksissä saadut vastaukset toistuivat useamman kysymyksen kohdalla. Esimerkiksi luonnon ja rentoutumisen tärkeydet matkailussa toistuivat useampaan kertaan, ja kotimaanmatkailun korkea hintataso nousi esille eri kysymysten vastauksessa. Vastusten yhteneväisyys myös tietoperustaan nostaa tutkimuksen reliabiliteettia. Reliabiliteettia laskeva asia on kuitenkin osallistujien vähäinen määrä ja tutkimuksen rajaus Facebookin ja LinkedInin sivustoille, jolloin vastaajista puuttuu mahdollisesti esimerkiksi henkilöt, jotka eivät käytä Facebookia.

Validius eli tutkimuksen pätevyys tarkoittaa tutkimusmenetelmän onnistumista mitata tutkimuksissa täysin sitä, mitä oli tarkoituskin mitata. Koska vastaajia on monia, voi myös kysymysten ymmärtämisen tapoja olla monia, jolloin tutkimuksen tulokset voivat virheellisiä tutkimuksen tavoitteiden kannalta. (Hirsjärvi ym. 2009, 231–232.) Määrällisissä tutkimuksissa luotettavuutta mitataan muun muassa sisäisellä ja ulkoisella validiteetilla. Sisäinen validiteetti tarkoittaa tutkimuksessa oikeaa syy-seuraussuhdetta ja ulkoinen validiteetti tutkimuksen yleistettävyyttä. Sisäisessä validiteetissa tutkijan pitää kyetä perustelemaan ratkaisunsa ja osoittamaan tutkimuksessa esitetyt väitteet oikeiksi. Kun tutkimuksen kohderyhmän otos on valittu oikein, pystytään tutkimuksen tuloksia yleistämään koko kohderyhmälle. Hyvä otos on ikään kuin pienoismalli kohderyhmästä, joka edustaa sitä hyvin. (Kananen 2015, 346–348.)

Tässä opinnäytetyön tutkimuksessa otos edustaa osittain hyvin kohderyhmää, sillä muun muassa vastaajien sukupuolijakauma, 63 % naisia ja 37 % miehiä, on kohtuullinen suomalaisten ikäihmisten sukupuolijakaumaan nähden (ks. 2.3.2). Tutkimuksen ikäjakauma painottuu paljon 64–69-vuotiaisiin ja yli 74-vuotiaiden osuus on hyvin vähäinen, jotta se olisi hyvin edustava otos koko kohderyhmästä iän puolesta, mutta kuten tilastokeskuksen (2020a) tutkimuksissa huomattiin, juuri 65–74-vuotiaat kasvattivat kotimaanmatkailua eniten. Lisäksi suuresta saavutettavuudesta huolimatta otoksen määrä, 82 vastaajaa, on hyvin vähäinen verrattuna kohderyhmän koko joukon kokoon, jotta tutkimuksen tulokset olisivat hyvin yleistettävissä. Myös tutkimuksen rajoitettu jakaminen Facebookiin sulki pois sen osan kohderyhmästä, jotka eivät käytä Facebookia. Tutkimuksen voisi tehdä esimerkiksi paikan päällä joissakin kotimaan matkakohteissa, jotta tavoitettaisiin myös se osio kohderyhmästä, jotka eivät käytä sosiaalista mediaa tai internetiä. Tällöin tavoitettaisiin mahdollisesti enemmän kohderyhmää ja saataisiin luotettavampia tuloksia, mutta resurssien puutteen takia tällaista kyselytutkimusta ei voinut tehdä tähän tutkimukseen. Nämä vaikuttavat tutkimuksen validiteettiin ja tulee siis ottaa huomioon tutkimuksen tuloksia tarkastellessa. Tutkimuksen tuloksia ei siis pystytä yleistämään luotettavasti. Koska tutkimuksen validiteetti on kärsinyt, myös tutkimuksen reliabiliteetti on alhainen. Tutkimukseen olisi voinut mahdollisesti saada lisää vastauksia lisäämällä tutkimuksen vastauksen houkuttelevuutta muun muassa asettamalla jokin pienimuotoinen arvottava palkinto, kuten lippu elokuviin tai ravintolalahjakortti, jonka tutkimukseen osallistuva voisivat voittaa.

Tutkimuksessa voidaan käyttää myös muita tapoja arvioida validiteettia. Muita tapoja ovat esimerkiksi käsite-, -ennuste-, ja kriteerivaliditeetti. Kriteerivaliditeettia voidaan käyttää määrällisten tutkimusten luotettavuuden arvioinnissa, sillä siinä käytetään muiden tekemien tutkimusten tuloksia omien tutkimustulosten tueksi. Oman tutkimuksen tuloksissa voidaan viitata muiden tekemiin tutkimuksiin ja käyttää niitä tulosten tukena, jos muiden tutkimuksissa on saatu samankaltaisia tuloksia. (Kananen 2015, 349.) Minun tutkimuksessani saatiin hyvin samankaltaisia tuloksia, kuin

aikaisemmissa samankaltaista aihetta käsittelevissä tutkimuksissa ikäihmisten matkailusta. Näin ollen tutkimukseni tuloksien kriteerivaliditeetti on hyvä. On kuitenkin huomioitavaa, että nimenomaa suomalaisten vanhuuseläkeläisten kotimaanmatkailun tilastoissa on puutteita Suomessa, joten tässä työssä käytetyt tutkimukset eivät ole välttämättä täysin suoraa verrattavissa tuloksiin. Aiheesta tulisi tehdä enemmän tutkimuksia, jotta saisi enemmän luotettavia vertaistutkimuksia ja näin ollen luotettavimpia tuloksia tutkimuksissa.

Tämä tutkimus antaa kuitenkin jonkinlaista osviittaa siitä, miten vanhuuseläkkeellä olevat suomalaiset matkustavat kotimaassa ja mitkä ovat heidän motiivejansa kotimaanmatkailussa, sillä tutkimustulokset tukivat tietoperustaa. Myös tutkimuksen tavoitteisiin saatiin hyvin vastattua. Koska aihe on vähemmän tutkittu Suomessa, jatkotutkimusehdotuksena olisi suomalaisten vanhuuseläkkeellä olevien matkailutottumukset tarkemmin jaoteltuna, esimerkiksi tutkimukset majoituksista, matkailun kulkutavoista ja matkakohteista kunnittain ja maakunnittain.

6.3 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessi onnistui minulla pääpiirteittäin hyvin, kun olin päässyt työn alkuvaiheiden kankeudesta eteenpäin. Opinnäytetyön prosessin aikana opin paljon tutkimustyöstä. Tämä oli minulle ensimmäinen iso tutkimuksellinen työ, johon sisältyi myös kyselytutkimus, joten minulle tuli paljon uutta tietoa asiasta. Työssäni tietoperusta oli suurin aikaa vievä osio, sillä tutkimusmateriaalin löytäminen tuotti minulle jonkin verran haasteita. Työni aihe on hyvin ajankohtainen myös Suomessa, mutta tästä huolimatta aiheesta on hyvin vähän aikaisempia tutkimuksia, jotka keskittyvät nimenomaa suomalaisten vanhuuseläkeläisten kotimaanmatkailuun. Minulla oli siis jonkin verran vaikeuksia löytää hyvää tutkimusmateriaalia suomeksi, mutta englanniksi aiheesta oli jo huomattavasti enemmän tutkimuksia. Tästä johtuen käytin siis paljon englannin kielisiä lähteitä, jotta saisin hyvän kuvan ikäihmisten matkailusta ja matkailun motiiveista.

En ollut aikaisemmin käyttänyt Webropol kysely- ja analysointityökalua, mutta se osoittautui olevan pääpiirteittäin helppo ja yksinkertainen työkalu, joka helpotti tutkimukseni tekoa paljon. Työkalussa oli kuitenkin paljon eri asioita, joiden kautta kyselyn voisi tehdä juuri halutun näköiseksi, mutta en alkanut muokkaamaan kyselyä liikaa, jotta se olisi vastaajille mahdollisimman helppo ja yksinkertainen täyttää. Olen tyytyväinen, että käytin tutkimuskyselyssäni Webropolia, sillä kysymysten teko, kyselyn jakaminen ja tulosten analysointi onnistui hyvin tämän avulla.

Opin työn aikana omista vahvuuksistani ja kehitystä tarvitsevista asioista. Opinnäytetyössä käsiteltiin paljon opintojen aikana kerättyjä tietoja, muun muassa liittyen matkailuun ja matkailun motiiveihin. Työssä haastavampia asioita minulle oli aikataulussa kiinni pysyminen ja kyselytutkimuksen toteuttaminen. Opinnäytetyöni aikataulu venyi jo aikaisemmin mainittujen tutkimusmateriaalin

saatavuuden haasteiden takia. Lisäksi kyselytutkimuksen teko tuotti minulle jonkin verran ongelmia, sillä en ole aikaisemmin tehnyt tämän kaltaisia kyselytutkimuksia, joka myös vaikutti tutkimuksen venymiseen. Sain kuitenkin tähän apua sekä ohjaajaltani, että toimeksiantajaltani. Tutkimuksen tutkimusmateriaalin saatavuuden ja tutkimustulosten haasteista huolimatta, koen, että onnistuin työssäni melko hyvin ja pystyin vastaamaan työn päätavoitteeseen.

Lähteet

Balderas-Cejudo, M. A. 2019. Towards a deeper understanding of senior tourists: challenges and opportunities of an emerging market segment. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2, 2, s. 262-277.

Dufva, M. 2020. Megatrendit 2020. Sitra. Vantaa. Luettavissa: <https://media.sitra.fi/2019/12/15143428/megatrendit-2020.pdf>. Luettu: 25.2.2022.

Eläketurvakeskus 2022. Vanhuuseläke - ikäluokilla oma eläkeikänsä. Luettavissa: <https://www.tyoelake.fi/elakkeet-eri-elamantilanteissa/vanhuuselake-ikaluokilla-oma-elakeikansa/>. Luettu: 25.2.2022.

Frilander, J. 2.10.2013. Seniorit valtaavat matkailumarkkinoita kovaa vauhtia. Yle. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-6842057>. Luettu: 25.2.2022.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Tammi. Helsinki.

Honkanen, A., Sammalkangas, J. & Satokangas, P., 2021. Kotimaanmatkailun nykytila ja potentiaali – selvitys kohderyhmistä ja kehittämistoimista. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162882/TEM_2021_14.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 25.2.2022.

Horwath HTL 2015. Tourism Megatrends: 10 things you need to know about the future of tourism. Luettavissa: <http://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/Tourism-Mega-Trends4.pdf>. Luettu: 20.2.2022.

Huber, D., Milne, S. & Hyde, K. F. 2018. Constraints and facilitators for senior tourism. *Tourism Management Perspectives*, 27, 2018, s. 55-67.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Jyväskylä.

Kiander, J. 2019. Tutkimus: Eläkeläisten taloudellinen tilanne on keskimäärin hyvä – suurin osa on varautunut eläkepäiviinsä. Luettavissa: <https://www.ilmarinen.fi/tietoa-ilmarisesta/ajankohtaista/uutiset-ja-tiedotteet/2019/tutkimus-elakelaisten-taloudellinen-tilanne/>. Luettu: 25.2.2022.

Kon-Tiki 2013. Seniorit valtaavat maailman matkailumarkkinat. Luettavissa: <https://www.mynewsdesk.com/fi/kontikitours/pressreleases/seniorit-valtaavat-maailman-matkailumarkkinat-826410>. Luettu: 25.2.2022.

Koskinen, S. 2021. Elinajanodote. Luettavissa: <https://www.terveyskirjasto.fi/dlk01025>. Luettu: 20.2.2022.

Marques, M. 2017. 6 ways in which technology has changed the way we travel. Luettavissa: <https://medium.com/hijiffy/6-ways-in-which-technology-have-changed-the-way-we-travel-f37f7b8c307e>. Luettu: 25.2.2022.

Mielen Ihmeet 2019. Motiivit ja motivaatio: mitä eroa niillä on? Luettavissa: <https://mielenihmeet.fi/motiivit-ja-motivaatio-mita-eroa-niilla-on/>. Luettu: 15.3.2022.

Nielsen, K. 2014. Approaches to seniors' tourist behaviour. *Tourism Review*, 69, 2, s. 111-121.

Oh, H., & Pizam, A. 2008. Chapter 15 – push-pull dynamics in travel decisions. Teoksessa Oh, H. & Pizam, A. (toim.). *Handbook of hospitality marketing management. Destination marketing*, s. 412-439. Butterworth-Heinemann. E-kirja. Luettu: 25.2.2022.

Otoo, F. E. & Kim, S. 2020. Analysis of studies on the travel motivations of senior tourists from 1980 to 2017: progress and future directions. *Current Issues In Tourism* 2020, 23, 4, s. 393–417.

Patterson, I. 2018. *Tourism and leisure behaviour in an ageing world*. CABI. Oxfordshire.

Patterson, I., Sie, L., Balderas-Cejudo, A. & Rivera-Hernaez, O. 2017. Changing trends in the baby boomer travel market: Importance of memorable experiences. *Journal of hospitality marketing & management*, 26, 4, s. 347-360.

Peelen, E. 2013. *Customer relationship management*. Pearson Education. Lontoo.

Pesonen, J., Komppula, R., & Riihinen, A. 2015. Typology of senior travellers as users of tourism information technology. *Information Technology & Tourism*, 15, 2015, s. 233-252.

Robbins, T. 21.2.2018. Travel in retirement: the rise of the older adventurer. *Financial Times*. Luettavissa: <https://www.ft.com/content/fd666878-083c-11e8-9e12-af73e8db3c71>. Luettu: 15.3.2022.

Sitra. Megatrendit. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/>. Luettu: 25.2.2022.

Suomen matkailualan liitto ry. Suomen matkailualan liitto ry (SMAL). Luettavissa: <https://www.smal.fi/fi/SMAL>. Luettu: 4.4.2022.

Tilastokeskus 2019. 1. Suomalaisten internetin käyttö 2019. Luettavissa: https://www.stat.fi/til/su-tivi/2019/sutivi_2019_2019-11-07_kat_001_fi.html. Luettu: 15.3.2022.

Tilastokeskus 2020a. 2. Kotimaanmatkailu. Luettavissa:

https://www.stat.fi/til/smat/2019/smat_2019_2020-06-11_kat_002_fi.html. Luettu: 25.2.2022.

Tilastokeskus 2020b. 4. Matkojen määrät muuttuneet paljon kymmenessä vuodessa. Luettavissa:

https://www.stat.fi/til/smat/2019/smat_2019_2020-06-11_kat_004_fi.html. Luettu: 15.3.2022.

Tilastokeskus 2021. Vieraskieliset ylläpitivät väkiluvun kasvua. Luettavissa:

https://www.stat.fi/til/vaerak/2020/vaerak_2020_2021-03-31_tie_001_fi.html. Luettu: 25.3.2022.

Tilastokeskus 2022. Väestö ja yhteiskunta. Luettavissa: [https://www.tilastokes-](https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#V%C3%A4est%C3%B6rakenne%2031.12)

[kus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#V%C3%A4est%C3%B6rakenne%2031.12](https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#V%C3%A4est%C3%B6rakenne%2031.12). Luettu: 5.5.2022.

Tung, V. W., & Ritchie, J. R. 2011. Investigating the memorable experiences of the senior travel market: An examination of the reminiscence bump. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28, 3, 331-343.

United Nations 2010. International recommendations for tourism statistics 2008. United Nations.

New York. Luettavissa: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=36. Luettu: 20.2.2022.

United Nations s.a. Ageing. Luettavissa: <https://www.un.org/en/global-issues/ageing>. Luettu: 25.2.2022.

UNWTO s.a. Glossary of tourism terms. Luettavissa: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Luettu: 25.2.2022.

Vilkka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5. uudistettu painos. PS-kustannus. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 4.4.2021.

WHO 2020. Life expectancy at birth (years). Luettavissa: [https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/life-expectancy-at-birth-\(years\)](https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/life-expectancy-at-birth-(years)). Luettu: 20.2.2022.

Widiyastuti, D. & Ermawati, H. 2019. Travel Motivation Factors of Elderly in Yogyakarta City: Push and Pull Factors. *IOP Conference Series. Earth and Environmental Science*; Bristol, 256, 1.


WTO s.a. Tourism and travel-related services. Luettavissa: https://www.wto.org/english/tra-top_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm. Luettu: 20.2.2022.

Zielinska-Szczepkowska, J. 2021. What Are the Needs of Senior Tourists? Evidence from Remote Regions of Europe. *Tourism Economics*, 9, 4, 148.

Liitteet

Liite 1. Tutkimuskyselylomake suomalaisille vanhuuseläkkeellä oleville

Suomalaisten vanhuuseläkkeellä olevien kotimaanmatkailuun liittyvä kysely

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Hyvä osallistuja,

Olen Haaga-Helian ammattikorkeakoulun matkailun liikkeenjohdon opiskelija. Toteutan SMALin toimeksiannosta opinnäytetyön, jossa tutkitaan vanhuuseläkkeellä olevien suomalaisten valintaperusteita matkakohteen valitsemiseen kotimaanmatkailussa. Tutkimusta varten teen kyselyn liittyen suomalaisten vanhuuseläkkeellä olevien matkailijoiden kotimaan matkailuun ja kartoitan heidän mielipiteitänsä Suomen matkailusta.

Pyydän teitä ystävällisesti osallistumaan kyselytutkimukseeni. Kysely koostuu enimmäkseen monivalinta kysymyksistä sekä muutamasta avoimesta kysymyksestä. Osassa kysymyksistä voi valita useamman kuin yhden vaihtoehdon. Huomioitahan, että jokaiseen kysymykseen tulee vastata ja toivon, että vastaatte niihin mahdollisimman totuudenmukaisesti. Kysely suoritetaan täysin anonymisti ja luottamuksellisesti, joten yksittäisiä vastaajia ei voida tunnistaa. Vastaaminen kestää noin 10-15 minuuttia.

Kyselyn viimeinen vastauspäivä on 17.4.2022.

Kyselyn tulokset ja opinnäytetyö julkaistaan Theseus tietokannassa kesällä 2022, jolloin voitte halutessanne tutkailla kyselyn tuloksia.

Kiitos paljon osallistumisestanne kyselyyn!

Ystävällisin terveisin,
Josefiina Kärkkäinen

[Seuraava](#)

1. Ikä *

- 63-69
- 70-74
- 75-79
- 80-84
- 85+

2. Sukupuoli *

- Mies
- Nainen
- Muu
- En halua vastata

3. Mitkä ovat keskimääräiset tulosi kuukaudessa? *

- 0-999€
 1000-1699€
 1700-2399€
 yli 2400€
 En halua vastata

4. Eläkkeelle jäämisen jälkeen, kuinka usein matkustat Suomessa keskimäärin? *

- harvemmin kuin kerran vuodessa
 1 kerta vuodessa
 2-3 kertaa vuodessa
 4-5 kertaa vuodessa
 yli 5 kertaa vuodessa
 En matkusta Suomessa

5. Minne päin Suomea matkustat yleensä tai haluaisit matkustaa?

	<i>Jätä tyhjäksi, jos et valitse kumpaakaan vaihtoehtoa</i>	
	Matkustan yleensä	Haluaisin matkustaa
Ahvenanmaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etelä-Karjala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etelä-Pohjanmaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etelä-Savo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kainuu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kanta-Häme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Keski-Pohjanmaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Keski-Suomi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kymmenlaakso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lappi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pirkanmaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pohjanmaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pohjois-Karjala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pohjois-Pohjanmaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pohjois-Savo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Päijät-Häme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satakunta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uusimaa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Varsinais-Suomi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Kuinka pitkiä matkoja teet kotimaassa yleensä? *

- Yksi päivä
- 2-3 päivää
- 4-7 päivää
- 1-2 viikkoa
- Yli 2 viikkoa

7. Kenen kanssa matkustat yleensä? *

- Yksin
- Puolison kanssa
- Perheen tai sukulaisten kanssa
- Ystävien kanssa
- Muu, mikä?

8. Kuinka yövyt matkoillasi kotimaassa yleensä? *

- Hotellissa
- Sukulaisten luona
- Ystävien luona
- Mökillä
- Airbnb:ssä
- Lyhytaikaisessa vuokra-asunnossa
- Muu, mikä?

9. Millä kulkuvälineellä matkustat kotimaan matkakohteisiin? *

- Oma auto
- Vuokra-auto
- Juna
- Linja-auto
- Lentokone
- Muu, mikä?

10. Mihin vuodenaikaan matkustat kotimaassa mieluiten? *

- Kevät (maalis-toukokuu)
- Kesä (kesä-elokuu)
- Syksy (syys-marraskuu)
- Talvi (joulu-helmikuu)

11. Matkustatko kotimaan matkakohteisiin koskaan uudelleen?

- Aina
- Usein
- Joskus
- Harvoin
- En koskaan

12. Minkä tyyppisiä matkoja suosit eniten? *

- Matkanjärjestäjän myymät matkapaketit (ostat matkan osat yhtenä pakettina)
- Ryhmämatkat (ostat matkan, jossa on kaikkien osien lisäksi matkanjohtaja/opas mukana)
- Omatoimimatkat (varaavat kaikki matkan osat itse eri kanavista)

13. Mitä kautta etsit tietoa kotimaan matkakohteista?

	Aina	Usein	Joskus	Harvoin	En koskaan
Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien sivustoilta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lento-, laiva-, juna- ja bussiyhtiöiden sivustoilta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosiaalisesta mediasta (esim. Facebook, Instagram) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hotellien ja muiden matkapalveluiden vertailu- ja myyntisivustoilta (esim. Momondo, Trivago) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hotellien tai hotelliketjujen omilta sivuilta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehdistä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perheiden tai ystävien kokemuksista *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Mitä kautta varaat matkasi kotimaassa?

	Aina	Usein	Joskus	Harvoin	En koskaan
Matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien sivustoilta tai kivijalkaliikkeestä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lento-, laiva-, juna- ja bussiyhtiöiden sivustoilta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hotellien tai hotelliketjujen omilta sivustoilta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkatoimittajien omista sovelluksista, esim. puhelimen App *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verkkosivustojen Chat-palvelusta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jakamistalouden sivustoilta, esim. Airbnb *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perheen tai ystävien avustuksella *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä? <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

57

15. Mistä syystä matkustat kotimaan matkakohteisiin? (voit valita useamman) *

- Terveys ja kuntoutus syistä
- Loma ja virkistytymissyöt
- Ostosten teon syyt
- Hengelliset syyt
- Ympäristösyöt
- Perheen tai sukulaisten näkeminen
- Ajanvietto ystävien kanssa
- Uuden näkeminen ja kokeminen
- Omalla synnyinpaikkakunnalla vierailu
- Muu, mikä?

16. Mitä haet kotimaan matkakohteista? (voi valita useamman) *

- Kulttuuri/historia
- Luonto
- Ostosten teon mahdollisuus
- Rentoutumisen mahdollisuus
- Terveys- ja kuntoutuspalvelut
- Opastetut matkat
- Esteettömät palvelut
- Kylpylät
- Luksus/yllellisyys
- Ravintolat ja ruoka
- Aktiviteetit
- Uimarannat
- Sukulaiset/ystävät
- Uusien asioiden oppiminen
- Retket
- Seikkailu mahdollisuudet
- Muu, mikä?

20. Miten kuvailisit onnistunutta matkaa lyhyesti? *

21. Mitä puutteita olet huomannut kotimaanmatkailussa? (esim. palveluissa, aktiviteeteissä tai muissa) *

22. Mikä helpottaisi tai lisäisi intoasi matkustaa kotimaassa? *

Edellinen

Lähetä