



Yksin matkustavan naisen turvallisuuspreferenssit vapaa-ajan matkailupalveluiden valinnassa

Joanna Tolvanen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Matkailun liikkeenjohto

Amk opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

Tekijä(t) Joanna Tolvanen
Tutkinto Restonomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Yksin matkustavan naisen turvallisuuspreferenssit vapaa-ajan matkailupalveluiden valinnassa
Sivu- ja liitesivumäärä 46 + 7
<p>Tutkimukset osoittavat, että naiset matkustavat enemmän kuin miehet. Yksin matkustamisen taustalla on naisten halu kokea yksin matkustamisen tunne sekä tutustua muihin kulttuureihin. Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää mitkä asiat vaikuttavat turvallisuuden tunteen muotoutumiseen yksin matkustavan naisen vapaa-ajan matkailupalvelujen valinnassa. Työ laadittiin osana Haaga-Helian Uuden luksuksen palvelu- sprintti -hanketta, jonka päämääränä on saada yrityksille ajankohtaista ja uutta informaatiota matkailun jatkuvasti muuttuessa. Opinnäytetyö on rajattu yksin matkustaviin naisiin ja heidän käyttämiin matkailupalveluihin. Lopputuloksena syntyi Uudenmaan matkailuyrityksille kehitysideoita, joita he voivat tarjota yksin matkustavalle naiselle.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään turvallisuutta ja sen vaikutusta matkan aikana naisen näkökulmasta. Tietoperustan toisena aiheena ovat matkailupalvelut ja yksin matkustaminen. Kolmantena määritellään uuden luksuksen käsite, palvelut ja niiden vaikutus sekä miten ne muokkaavat matkailupalveluita. Uusi luksus on nouseva trendi matkailualalla. Lisäksi tutustutaan vastuullisuuden käsitteeseen ja sen vaikutukseen matkailupalveluissa.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin määrällisen tutkimuksen menetelmällä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa haastateltiin naisia, jotka ovat matkustaneet yksin. Kyselylomake sisälsi 28 kysymystä, joiden avulla kartoitettiin mitkä asiat vaikuttavat matkailupalveluiden valintaan naisen matkustessa yksin. Kyselylomake toteutettiin Webropol-sovelluksen avulla. Kyselyyn vastanneita oli 280 henkilöä, jonka jälkeen aloitettiin tuloksien analysointi.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa sekä tutkimustuloksissa oli monia samanlaisia piirteitä. Tutkimuksen tulosten pohjalta voidaan todeta, että vastanneita kiinnostaa yksin matkustaminen tulevaisuudessa. Suurimmat matkailupalveluiden valintaan vaikuttavat tekijät ovat hintataso, turvallisuus, aiemmat luotettavat arvioinnit sekä saavutettavuus. Rikollisuus, väkivalta ja seksuaalinen häirintä aiheuttavat eniten turvattomuuden tunnetta yksin matkustavalle. Uuden luksuksen matkailupalvelut tarjoavat matkailijalle räätälöityjä ja elämyksellisiä matkapaketteja, joita matkailijat arvostavat. Tutkimuksessa selvisi, että suurin osa vastanneista ei ollut kuullut uudesta luksuksesta. Monet haluavat kokea loistavaa palvelua ja elämyksellisiä hetkiä tarjoavia matkailupalveluja, mutta käsitteenä uuden luksuksen palvelu ei saa vastaajia valitsemaan kyseisiä palveluja. Matkan aikana turvallisuuden tunteen voi luoda kulkemalla hyvin valaistulla alueella, olla tietoinen ympäristöstään sekä sopimalla matkan aikaisesta tukihenkilöstä, johon voi olla yhteydessä. Matkailupalveluiden kannattaa markkinoida palveluitaan yksin matkustavalle sopivan hintaisina. On suositeltavaa markkinoida elämyksellisiä, turvallisia sekä luotettavia matkailupalveluita.</p>
Asiasanat Yksin matkustaminen, turvallisuus, matkailupalvelu, uusi luksus, naiset

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuksen tavoite	2
1.2	Rakenne	3
2	Turvallisuuspreferenssit	4
2.1	Turvallisuus maailmalla ja Suomessa	5
2.2	Naisen turvallisuus	7
2.3	Turvallisuuden toimintaympäristö	8
3	Matkailupalvelut ja yksin matkustaminen	10
3.1	Naisten valinnat matkailupalveluissa	10
3.2	Yksin matkustaminen	12
4	Uusi luksus	13
4.1	Uusi luksus osana matkailupalveluissa	14
4.2	Vastuulliset matkailupalvelut	15
5	Tutkimusmenetelmät	16
5.1	Määrällinen tutkimus	16
5.2	Avoimet kysymykset kyselylomakkeessa	17
5.3	Tutkimuksen toteuttaminen	18
6	Tulokset	19
6.1	Vastaajien taustatiedot	19
6.2	Yksin matkustavan naisen matkan perustietoja	20
6.3	Motiivit ja vaikuttavat tekijät matkailupalveluiden valinnassa	25
6.4	Turvattomuuden tunne matkan aikana	30
6.5	Turvalliset maat yksin matkustavalle naiselle	31
6.6	Uusi luksus ja vastuullisuuden merkitys matkan aikana	33
7	Johtopäätökset ja pohdinta	37
7.1	Taustatiedot.....	37
7.2	Yksin matkustavien naisten valitsemia matkailupalveluita	37
7.3	Neuvoja turvallisuuden tunteen luomiseen yksin matkustavalle naiselle	37
7.4	Kehitysehdotuksia matkailupalveluiden valinnassa yksin matkustavalle naiselle.....	38
7.5	Tutkimuksen luotettavuus.....	39
7.6	Oman oppimisen arviointi.....	39
	Lähteet	41
	Liitteet	47
	Liite 1. Kyselylomake	47

1 Johdanto

Turvallisuus on yksi tärkeimpiä valintoja, jotka vaikuttavat matkapalveluiden valintaan. Naisten yksin matkustaminen ulkomaille on lisääntynyt. Yksin matkustava nainen herättää aina huomiota hänen turvallisuuteensa liittyen. Usein koetaan paljon turvattomuutta, jos nainen matkustaa yksin (Bond 1997; Matthews-Sawyer 2002). Tutkimukset osoittavat, että naisten motiiveja yksin matkustamisessa voivat olla itsensä haastaminen, löytämällä autonomian ja itsemääräämisoikeuden, tapamalla uusia ihmisiä tai menemällä ”mukavuusalueen ulkopuolelle” (Butler 1995; Jordan & Gibson 2005; Wilson & Little 2005). Bond (1997) mukaan tutkimukset osoittavat, että naiset matkustavat yksin miehiä enemmän useissa maissa ja valitsevat useita kohteita toistuvasti, jos se tarjoaa arvokkaita kokemuksia. Matkailuyrityksien on tärkeä tunnistaa mitä yksin matkustava nainen haluaa kokea vapaa-ajan matkallaan ja siten tarjota arjen ulkopuolista luksusta sisältäviä matkailupalveluja.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) määrittelemä matkailun käsite on seuraava: ihmiset matkustavat ja oleskelevat korkeintaan yhden vuoden ajan tavanomaisen elinpiirinsä tai kotipaikkansa ulkopuolella vapaa-ajan matkalla, työmatkalla tai muussa tarkoituksessa. Matkailijalla tarkoitetaan yöpyvää matkailijaa, joka viettää vähintään yhden yön matkan kohteessa (Tilastokeskus s.a).

Perinteisen luksuksen käsitys on muuttunut kullasta, kimalluksesta ja kaviaarista eli alleviivaavasta luksuksesta palvelujen ainutlaatuisuuteen, korkeatasoiseen jakamistalouteen, tietoiseen kuluttamiseen sekä personoituun hyvinvoinnin ja kokemusten elämyksellisyyteen. Uusi luksus on osallistavaa, matkailijalle henkilökohtaisen täyttymyksen tuottavaa matkailua. Pelkkä elämys ei enää riitä vaan matkailija haluaa kehittää itseään matkansa aikana, tulla paremmaksi ihmiseksi. (Visit Finland 2019.) Uusi luksus ottaa huomion turvallisuuden aspektit. Usein uudessa luksuksessa tarjotaan ikimuistoista palvelua asiakkaalle. Usein loistava palvelu heijastuu turvallisuuteen siten, ettei asiakas edes mieti, onko palvelu turvallinen.

Mielenkiintoni heräsi tähän aiheeseen, sillä olen naisena matkustanut yksin monessa eri maanosassa. Olen kokenut turvallisista kuin myös turvattomia kohteita. Olen usein kokenut matkustamisen turvalliseksi, sillä olen selvittänyt kohteiden turvallisuuden. Valitsemalla oikeat matkailupalvelut voi vaikuttaa turvallisuuteen merkityksellisesti. En ollut aiemmin kuullut uudesta luksuksesta, joten koin aiheen olevan hyödyllinen ja ajankohtainen matkailualalla. Uusi luksus tarjoaa tulevaisuuden matkailijalle elämyksiä matkailupalveluissa. Pyrin rohkaisemaan naisia matkustamaan yksin, sillä matkat voivat olla ikimuistoisia. Matkailupalveluita on hyvä tutkia etukäteen, jotta matkasta tulee mahdollisimman onnistunut.

1.1 Tutkimuksen tavoite

Opinnäytetyön tutkimusongelmana on selvittää millaiset tekijät vaikuttavat turvallisuuden tunteen muotoutumiseen yksin matkustavan naisen vapaa-ajan matkailupalvelujen valinnassa. Opinnäytetyössä on yksi pääongelma ja kolme alaongelmaa. Tutkimuksen tavoitteena on löytää tutkimusongelmaan ja alaongelmiin vastauksia. Alaongelmat liittyvät tutkimusongelmaan ja antavat laajempaa käsitystä. Pää- ja alaongelmat muodostavat opinnäytetyölle selkeän perustan, jonka avulla tutkimustyö pysyy merkityksellisenä. Ne täytyy olla rajattuna hyvin, jotta tutkimushanke on tuloksiltaan merkityksellinen. (Vilkkä 2015, 104.)

Opinnäytetyön tavoitteena on löytää uutta luksusta tarjoavia matkailupalveluita, ja kehittää uusia ideoita matkailupalveluyrityksille. Tämä opinnäytetyö toteutetaan osana Haaga-Helian Uuden luksuksen palvelusprintti – hanketta Uudenmaan alueella. Aiheen tarkoituksena on luoda uutta informaatiota Haaga-Helian Ammattikorkeakoululle, matkailuyrityksille sekä Uuden luksuksen palvelusprintti – hankkeeseen osallistuville yrityksille. Hankkeen tavoitteena on nostaa koronapandemian aikana kärsineiden matkailu- ja ravintolatoimijoiden johdon ja henkilöstön ammattitaitoa kohdata tämän päivän vaativa kuluttaja. Koulutuksen avulla yritys voi luoda parempaa asiakaskokemusta sekä nostaa tuotettaan ja palveluaan uuden luksuksen vaatimalle tasolle, joka näkyy myös toivottavasti yrityksen kassavirrassa. (Haaga-Helia 2022.) Opinnäytetyö on suomen kielellä, sillä hankkeen edellytyksenä on lisätä suomalaisten yritysten osaamista ja sopeutumiskykyä matkailun muuttuessa.

Tutkimuskysymykset kertovat tutkimuksen tavoitteista ja tietoperustan sekä tutkimustuloksien avulla saadaan vastauksia niihin. Opinnäytetyön päätavoitteena on selvittää mitkä asiat vaikuttavat matkailupalveluiden valintaan yksin matkustavalla naisella huomioiden turvallisuuspreferenssit.

Tutkimuksen pääkysymys on:

Millaiset tekijät vaikuttavat turvallisuuden tunteen muotoutumiseen yksin matkustavan naisen vapaa-ajan matkailupalvelujen valinnassa?

Alakysymyksinä tutkimuksessa toimivat seuraavat kysymykset:

Missä asioissa naiset kokevat turvattomuutta?

Millaiset asiat luovat turvallisuuden tunnetta?

Miten uuden luksuksen palvelut muokkaavat matkailupalveluiden valintaa?

Alakysymykset tukevat pääkysymystä ja auttavat saamaan vastauksia pääkysymykseen. Vastaukset saatiin tutkimuskyselyn avulla, jonka tarkoituksena oli saada kohderyhmältä mahdollisimman kattavat ja luotettavat vastaukset.

1.2 Rakenne

Opinnäytetyön rakenne koostuu johdannosta, tietoperustasta, tutkimusosiosta, tutkimustuloksista sekä johtopäätöksistä. Johdannon tavoitteena on saada työn tavoite ymmärretyksi lukijalle. Työn keskeisiä käsitteitä tietoperustan osalta ovat naisen yksin matkustaminen, turvallisuus, uusi luksus ja matkailupalvelut. Työn tietoperustassa on tavoite saada lukija tietoiseksi käsitteistä. Tutkimusosiossa käsitellään tutkimustyötä, sen toteuttamista ja tutkimusmenetelmien valintaa. Tutkimustyön jälkeen käydään läpi tutkimustulokset. Viimeinen kappale käsittelee johtopäätöksiä, tutkimuksen luotettavuutta ja kehitysideoita matkailuyrityksille. Johtopäätöksen tarkoituksena on tiivistää opinnäytetyö ja esittää vastaukset opinnäytetyön pää- ja alakysymyksiin. Lisäksi pohdinta osiossa käydään läpi kehitysideoita matkailuyrityksille. Lopuksi analysoin opinnäytetyön osalta omaa oppimistani ja arviointia.

2 Turvallisuuspreferenssit

Luonnollisessa kielessä substantiivilla ”preferenssi” voidaan tarkoittaa itse preferoimisen toimistusta. Termien ”preferenssi” ja ”valinta” välinen yhteys on läheinen. Toisinaan preferenssi määritellään potentiaaliseksi enemmän kuin aktuaaliseksi, valinnaksi. (Saukkonen 2004, 17.) Preferenssillä tarkoitetaan usein potentiaalista muttei lopullista valintaa. Turvallisuuspreferenssillä voidaan tarkoittaa yksilön tavoitetta asettaa turvallisuus etusijalle ja välttää riskiä päätöksenteossa. Yksi esimerkki turvallisuuspreferenssistä on maksaa enemmän tuotteesta tai palvelusta, jossa turvallisuus on otettu huomioon. Vaikka oltaisiin yksimielisiä siitä, että preferenssit ovat päätöksenteon keskeinen osa, voi erimielisyyttä aiheuttaa se, kuinka voimakkaita oletuksia preferensseistä on sovelias tehdä. Yksi suosittu näkemys on, että preferenssit määrittävät vaihtoehtojen järjestyksen. (Arrow 1950, 7–12; Arrow 1963, 11–19.)

Turvallisuudella voidaan tarkoittaa monia eri asioita ja se liittyy jokaisen ihmisen jokapäiväisiin toimiin ja tekemisiin. Turvallisuutta pidetään tunteena ja olotilana, joka on yhteyksissä kaikkeen toimintaan yksilönä ja yhteisössä. Jokainen ihminen kokee turvallisuuden eri tavalla ja jokaisella on oma käsityksensä siitä. Joku voi kokea turvallisuuden niin, että on sellaisessa olotilassa, jossa ei ole huolia. Toinen taas voi kokea sen niin, että kaikki riskit ovat hallinnassa ja tarpeeksi pieniä, että niiden kanssa pystyy elämään. Turvallisuutta lisääviä tekijöitä on ehdottomasti luottamus sekä tieto ja varmuus siitä, mitä tulee tapahtumaan. Myös ennakointi ja harjoittelut tulevia mahdollisia vaaroja tai vahinkoja varten lisäävät turvallisuuden tunnetta. Tärkeänä tekijänä on tietoisuus erilaisista asioista, jossa osaa varautua tulevaan ja tämän avulla lisätä omaa turvallisuuden tunnetta. (Tikkanen ym. 2017, 13–14.)

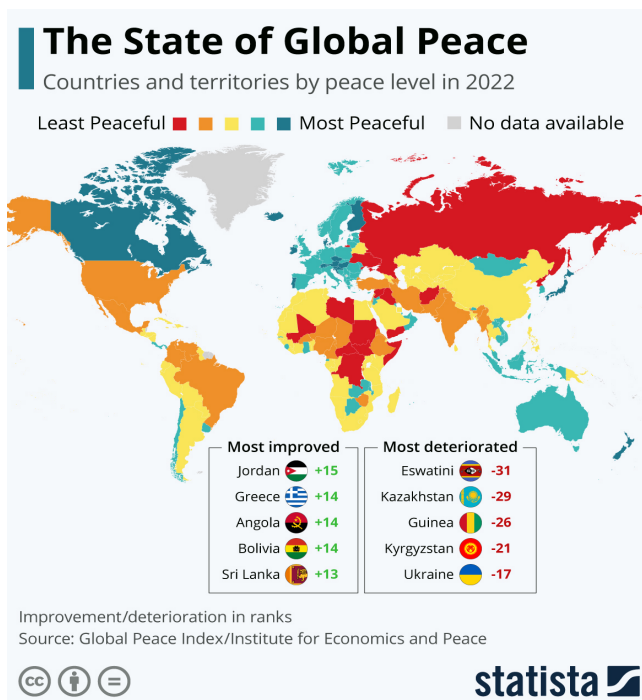
Turvallisuus on monimerkityksinen käsite, ja sitä käytetään arkipuheessa vapaasti. Määrittelyissä korostetaan tavoiteltavan asiantilan suhteellisuutta: absoluuttista turvallisuutta, toisin sanoen riskien täydellistä puuttumista, ei voida saavuttaa. (Bourne 2014.) Turvallisuuden sisällön ymmärtämiseksi on tärkeää tietää, kuka on turvallisuuden kohteena ja kuka turvallisuutta tuottaa. Turvallisuuskäsitteessä onkin monia kontekstin, kriittisen näkökulmaan ja tieteenalojen välisiin eroihin kytkeytyviä ongelmia ja sovelluksia. (Mutimer 2016, 104–105.)

Turvallisuus on perusarvona noussut näkyvämmäksi, kun muut perustarpeet on erityisesti länsimaissa pääosin tyydytetty. Turvallisuuden nousu aikamme hallitsevaksi yhteiskunnalliseksi kertomukseksi on heijastunut myös matkailun turvallisuuteen. Turvallisuus ja siihen liittyvä tietoisuuden lisääntyminen on noussut megatrendin kaltaiseksi ilmiöksi matkailualalla. Turvallisuuskysymykset korostuvat, koska matkailu on toimialana erityisen herkkä kriiseille ja turvattomuuteen liittyville mielikuville (Kapuściński & Richards 2016, 236–237).

2.1 Turvallisuus maailmalla ja Suomessa

Maan turvallisuutta voidaan mitata useilla eri tekijöillä, kuten rikollisuudella, terrorismilla, sisäisillä konflikteilla, poliittisella epävakaudella, luonnonkatastrofeilla ja muilla tekijöillä. Yksi eniten käytetyistä maan turvallisuuden arvioinnissa käytetyistä mittareista on Global Peace Index, joka luokittelee maat rauhan tason perusteella. Global Peace Index (2022) tekemät 23 indikaattoria, jotka on ryhmitelty kolmeen osa-alueeseen: jatkuva konflikti, turvallisuus ja militarisointi. Turvallisuus sisältää indikaattoreita, kuten väkivaltaarikollisuuden tason, murhien määrä, poliittinen epävakaus ja terrorismia. (Wisevoter s.a.)

Global Peace Index (2022) raportoi, että maailmasta on tullut turvattomampi paikka viimeisten vuosien aikana. Syitä, turvallisuuden laskuun ovat pandemia, sodat ja maiden väliset konfliktit. Trendit maailmalla osoittavat, että Eurooppa on turvallisin alue, jota seuraa Aasian ja Tyynenmeren alue ja sitten Pohjois-Amerikka. On tärkeää huomata, että turvallisuutta ei taata missään päin maailmaa ja maan turvallisuustaso voi vaihdella ajan myötä. (Wisevoter s.a.) Eurooppa on luokiteltu maailman turvallisimmaksi maanosaksi viimeiset 16 vuotta. Pohjoismaat kuuluvat lähes aina maailman turvallisimmaksi maiksi ja näin ollen alue on maailman turvallisimpia alueita. Turvallisista maita yhdistävät korkean luokan varallisuus, sosiaalihuolto ja koulutus. Tämän lisäksi turvallisista maita yhdistävät toimiva rikosoikeus ja hallitus, jotka ylläpitävät hyviä suhteita kansalaisiinsa. (World Population Review 2022.)



Kuva 1. Maailman turvallisimmat maat

Global Peace Indexin kuvasta näkyy maailmakartta, jossa maat on luokiteltu värien perusteella turvallisuuden eri luokkiin. Kuvasta huomaa, että Eurooppa ja Australia ovat turvallisimpia maanosia. Euroopan turvallisuus on laskenut viimeisen vuoden aikana Venäjän Ukrainassa aloittaman sodan takia, mutta muuten Euroopassa on yleisesti ottaen turvallista. Pohjois-Amerikka on luokiteltu suhteellisen turvalliseksi maanosaksi. Aasia, Afrikka ja Etelä-Amerikka on luokiteltu vaarallisimmiksi maanosiksi. Aasian vaarallisimmat alueet sijaitsevat Lähi-idässä ja Etelä-Aasiassa. Kaakkois-Aasia on turvallinen matkustusalue. Afrikan vaarallisimmat alueet sijaitsevat Keski-Afrikassa.

Turvallisimmiksi luokitellut maat ovat Islanti, Uusi Seelanti, Suomi, Japani, Portugali, Irlanti, Kanada, Tanska, Singapore ja Sveitsi. Maailman vaarallisimpia maita ovat Afganistan, Jemen, Syyria, Venäjä, Ukraina ja Somalia.

Sisäisen turvallisuuden (2023) portaalin mukaan Suomi koetaan yleisesti ottaen yhtenä maailman turvallisempana maana. Visit Finland (s.a) kuin myös Visit Nordic (2023) mainostaa nettisiivullaan Suomea yhtenä maailman turvallisimpana matkustusmaana. Suomen Kyselytutkimuksen (2021) mukaan 89 prosenttia ihmisistä pitää Suomea turvallisena maana ja 96 prosenttia ihmisistä kokee henkilökohtaisen turvallisuutensa hyväksi. Sekä suomalaiset että ulkomaalaiset ovat perinteisesti kokeneet Suomen turvalliseksi matkailukohteeksi; toisen auttaminen hädässä on meillä kansalliselvelvollisuus (Brännare ym. 2005, 204). Suomen rikollisuusaste on alhainen. Suomen maantieteellisen sijainnin vuoksi luonnonkatastrofeja ei juuri koskaan esiinny. Poliittiset ja yhteiskunnalliset ääri-ilmiöt levittäytyvät kuitenkin yhä laajemmalle, jolloin tilanne Suomessa voi muuttua hetkessä. (Visit Finland s.a.) Ukrainan sodan ja Suomen naapuruuden Venäjän kanssa, matkailijat ovat peruuttaneet tai siirtäneet matkojaan Suomeen. Nato jäsenyyden myötä kokemus Suomen turvallisuudesta vahvistui matkailumaana.

Yleisesti ottaen yksin matkustavalla on turvallista matkustaa Suomessa ja yksin matkustavia naisia kehoitetaan käyttämään maalaisjärkeä ja varomaan taskuvarkaita isommissa kaupungeissa. Travel Safe Abroad (s.a) sivusto antaa usein maan turvallisuuteen liittyen kattavat tiedot, jossa on arvioitu yleinen riskitaso, kuljetuspalvelut, taskuvarkaat, luonnonkatastrofit, ryöstöt, terrorismi, huijaukset sekä naisten turvallisuus. Alla oleva kuva on Travel Safe Abroadin nettisivustolta.



WOMEN TRAVELERS RISK : **LOW**

Women traveling alone should have no problems in Finland. You should use your common sense, and be careful at night, avoid desert and poorly lit streets, and finding yourself alone with strange people in abandoned areas. Apart from that, you should have no safety problems in Finland.

Kuva 2. Neuvot Suomessa yksin matkustavalle naiselle

Turvallisuutta mitataan usein rikollisuudessa, onnettomuuksissa ja häiriöissä sekä luottamusta vieranomaisiin ja oikeusjärjestelmään. Parhaimmillaan turvallisuus onkin kansalaisen näkökulmasta sitä, ettei turvallisuutta tarvitse edes ajatella. (Sisäinen turvallisuus 2023.) Maiden on tärkeää ylläpitää turvallisuuden vakaata imagoa, koska se on tulevaisuudessa yksi isoimpia kilpailuvaltteja. Lisäksi turvallisuus on tärkeä huomioida, koska se on matkailun yksi megatrendeistä. Suomi on yksin naisena matkustaessa erinomainen valinta turvallisuuden kannalta, joten matkailuyrityksien kannattaa keskittyä tarjoamaan Suomen elämyksellisiä ja turvallisia matkailupalveluita turisteille.

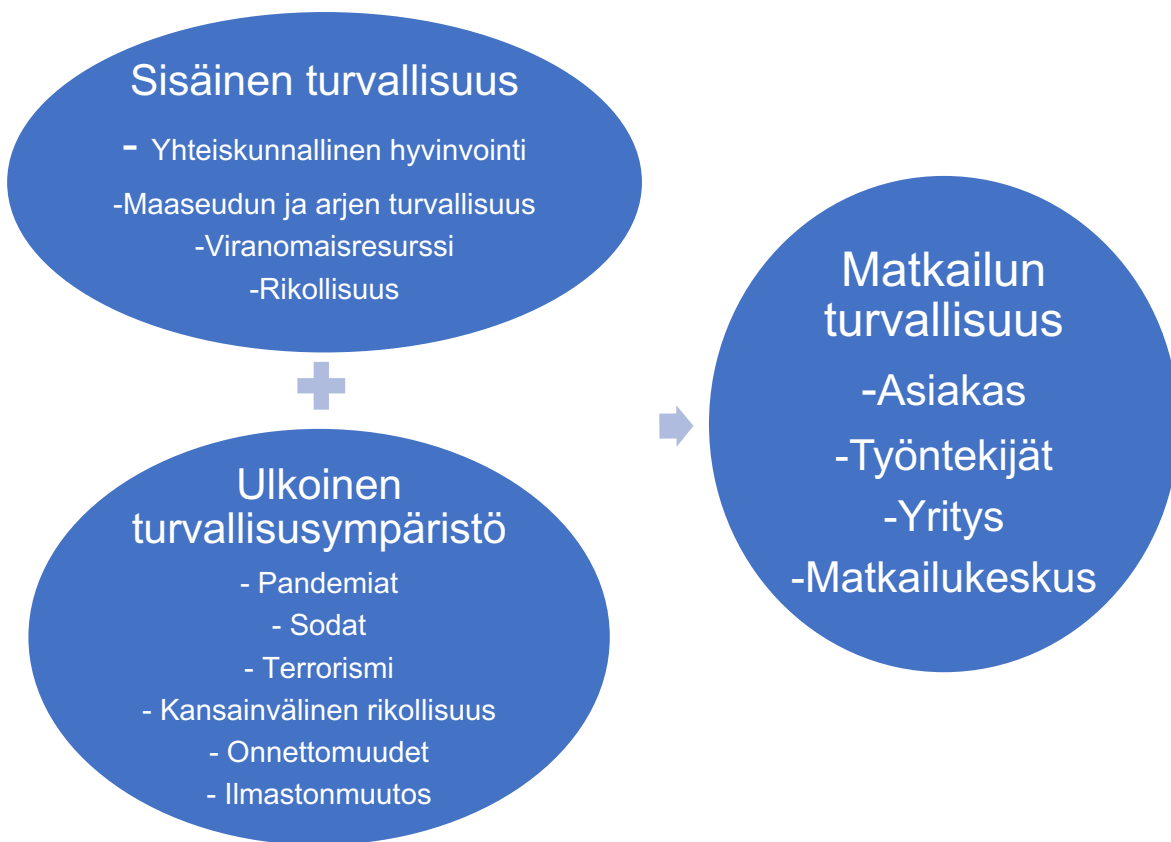
2.2 Naismatkailijan turvallisuus

Naisten yksin matkustaminen on yksi nopeimmista kasvavista markkinoista matkailualalla viimeisten vuosien aikana. Väkivaltaisuus, seksuaaliväkivalta ja ihmiskauppa vaikuttavat yksin matkustavien naisten turvallisuuteen. Monien maiden tavoitteena on eliminoida kokonaan naisiin kohdistuvaa väkivaltaa (Whitzman ym.2012,4). Naisten matkustaessa kotimaahan tai kansainvälisesti, voi aiheuttaa turvallisuusriskejä. On mahdollista joutua rikoksen uhriksi, kokea terveydellinen hätätilanne tai joutua luonnonkatastrofiin. Naiset eivät välttämättä tunne tietyn kohteen kieltä, kulttuuria tai turvallisuusuhkia, mikä voi aiheuttaa mahdollista harmia. (Travel Guard 2023.) On selvää, että turvallisuuden muuttuvan luonteen takia tarvitaan laajempaa tulkintaa turvallisuudesta ja turvattomuudesta. Huoli naisten turvallisuudesta on ajankohtaisempi kuin koskaan. Globaalin pandemian oloissa laajemman turvallisuuden käsitteen tarve on noussut erityisen ajankohtaiseksi teemaksi. (Tuominen 2020,3.)

World Trade Organization (s.a) mukaan naisten mielikuvat kohteen turvattomuudesta johtuvat usein havainnoista ja ennakkoluuloista. Naisten peloille heidän joutuessa olemaan yksin julkisella paikalla on löydetty syynsä. Ympäri maailmaa naiset ovat jatkuvasti raiskauksien ja seksuaalisen

väkivallan uhreina. Myös Australian Bureau Statistics (2005) toteaa naisten olevan enemmistönä seksuaalisen pahoinpitelyn kohteista. Kelley (1992) loi kyselylomakkeen, jonka vastaajat olivat kansainvälisiä yksin matkustavia naisia. Siitä kävi ilmi, että 77 prosenttia vastaajista tunsivat olonsa turvattomaksi matkustaessa yksin ja 14 prosenttia oli kokenut seksuaalista häirintää matkan aikana. Usein pelon tunne valtaa naiset, kun on pimeää ja eksyy syrjäiselle kadulle. Yksin matkustavalla on usein turvallista kohteessa, kun hän on suunnitellut matkan etukäteen ja on tietoinen jatkuvasti ympäristöstään. Usein maalaisjärjen avulla turvallisuudesta ei tarvitse huolehtia.

2.3 Turvallisuuden toimintaympäristö



Kuvio 1. Matkailun turvallisuuteen vaikuttavia ulkoisen ja sisäisen toimintaympäristön muutostekijöitä (livari 2012.)

Toimintaympäristö kuuluu yrityksen tai organisaation ulkoisiin tekijöihin, jotka vaikuttavat sen toimintaan ja usein myös menestykseen. Toimintaympäristö voi pitää sisällään erilaisia osatekijöitä, kuten taloudelliset, poliittiset, sosiaaliset, teknologiset, oikeudelliset ja ympäristölliset tekijät. Kuviossa huomaa matkailun turvallisuuteen vaikuttavia tekijöitä kolmesta eri toimintaympäristöstä. Ne ovat sisäinen, ulkoinen ja matkailun turvallisuus. Sisäiseen turvallisuuteen vaikuttavat viranomaisresurssit, rikollisuus, yhteiskunnallinen hyvinvointi sekä arjen turvallisuus. Ulkoinen turvallisuus

sisältää sodat, terrorismin, pandemian, ilmastonmuutoksen, onnettomuudet ja kansainvälisen rikollisuuden. Sisäinen ja ulkoinen turvallisuus yhdessä vahvistavat matkailun turvallisuutta, joka vaikuttaa asiakkaisiin, matkailukeskuksiin ja -yrityksiin työntekijöineen. Toimintaympäristöjen ansiosta turvallisuutta ymmärretään paremmin ja sitä voidaan kehittää jatkuvasti uusilla matkailupalveluilla.

3 Matkailupalvelut ja yksin matkustaminen

Matkailupalvelun käsite yhdistyy usein matkailutuotteeseen. Käsitteinä ne tarkoittavat lähes samaa asiaa. Matkailutuote ei ole terminä paras mahdollinen, koska matkailun tuote on palvelu, joka täyttää palvelun ominaisuudet: se on ainutkertainen, aineeton, vaihteleva ja katoava. Palveluita on monenlaisia, ja ne vaihtelevat henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena. Palvelut ovat myös ainutlaatuisia. Palveluun sisältyy myös aina merkittävässä roolissa ihmisten välinen vuorovaikutus, joka tarkoittaa asiakkaan osallistumista tuotantoprosessiin. (Grönroos 2000, 81–83.) Matkailupalveluiden ketjuuntuminen on tuonut mukanaan myös turvallisuuden arvoketjuajattelun. Matkailun näkökulmasta turvallisuus liittyy kuitenkin kaikkiin matkan vaiheisiin, alkaen matkakohteen harkinnasta ja matkan varaamisesta kattaen kuljetukset, majoitus- ja ravitsemuspalvelukset sekä aktiviteetit kotiin paluuseen saakka. (Iivari 2012, 23.) Yhä useammat matkailuyritykset ovat keskittyneet luomaan elämyksiä asiakkailleen, jossa huomioidaan asiakkaan tyytyväisyyttä, luotettavuutta sekä positiivista suunsanallista viestintää (Chen & Chen 2010.) Matkailualan asiakaskokemus lähtöinen palvelu on suosittua ja yrityksille on tärkeää yhdistää tuotteensa, palvelunsa, markkinointi ja digitaaliset strategiat, jotka auttavat yrityksiä ymmärtämään matkustajakäyttäytymistä. Matkailuyritykset, jotka ymmärtävät matkustajien käyttäytymismotivaatioita, ovat usein vahvemmassa asemassa kuin muut matkailuyritykset. (Amadeus 2015.)

World Economic Forum (2019) on listannut 14 asiaa, jotka vaikuttavat matkakohteen kilpailukykyyn ja mahdollisesti matkailupalveluiden valintaan. Listalla ovat liikeympäristö, turvallisuus, terveys ja hygienia, henkilöresurssit ja työmarkkinat, tietotekniikan valmius, matkailun ja turismin priorisointi, kansainvälinen avoimuus, hinnan kilpailukyky, ympäristön kestävyys, ilmailuinfrastruktuuri, maa- ja satamainfrastruktuuri, matkailupalveluiden infrastruktuuri, luonnon ja kulttuurin voimavarat sekä liikematkailu. Matkailupalvelut kilpailevat turvallisuudella, vaikka sitä ei mainosteta tai markkinoida näkyvästi asiakkaille. Turvallisuus on usein yksi ominaisuus matkailupalveluissa, jonka voi huomata palvelun laadussa, luotettavuudessa ja henkilöstön ammattitaidossa.

3.1 Naisten valinnat matkailupalveluissa

Global Rescue (2021) sivuston mukaan naiset kontrolloivat tai vaikuttavat suurimmaksi osaksi kotitalouden matkavalinnan ostopäätökseen. Naisten yksin matkustamisessa on tärkeää ymmärtää matkan motiivit ja haasteet, ottaen huomioon naisten matkailumarkkinoinnin taloudellisen arvon. Asiakas ei mielellään käytä palveluja, joiden turvallisuutta hän epäilee tai pelkää. Ennen kuin varsinainen informaation etsiminen ja vaihtoehtojen punnitseminen alkaa, valintapäätökseen ovat ehtineet vaikuttaa jo monet ihmisen sisäiset ja ulkoiset tekijät. Valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat yksilön psyykkinen rakenne ja psykologiset prosessit, sosiopsykologiset vaikuttimet, sosiaalinen asema ja henkilökohtaiset resurssit. Yksilön psyykkinen rakenne ja psykologiset prosessit voivat

olla maailmankuva, asenteet, uskomukset ja oppiminen. Sosiopsykologiset vaikuttimet voivat olla ympäristön mielipiteet ja muoti. Sosiaalisen asemaan voi liittyä ammatti ja yhteiskuntaluokka. Henkilökohtaisiin resursseihin kuuluu ikä, sukupuoli ja harrastukset. (Brännare ym. 2005, 76–77.)

Ostopäätöstä ohjailevat muun muassa edellä luetellut tekijät, mutta sen lähtökohtana on kuitenkin tarve. Tarvetiloja voidaan tarkastella esimerkiksi käyttämällä perustana Maslow’n tarvehierarkiaa, jonka muodostavat fysiologiset, turvallisuuden, yhteenkuuluvuuden, arvostuksen ja itsensä toteuttamisen tarpeet. Ostopäätöstä tehdessään asiakas punnitsee yleensä tuotteen kustannuksia suhteessa saamansa hyötyyn, joten tuotteiden hinnoittelupäätökset ovat ratkaisevia. Ostopäätöksen tekemiseen vaikuttaa sekin, kuinka helppoa varsinainen ostaminen on. Lopullinen ostopäätös on siis aina tunteeseen tai mielikuviin liittyviä ratkaisu. Päätöksenteon voidaan sanoa olevan aina tunnepohjaista ja tunteen ohjaamaa. (Brännare ym. 2005, 204.) Sosiaalinen media on tänä päivänä yhä isompi vaikuttava tekijä ostopäätöksiä syntymisessä ja se on ottanut myös vallan naisten ostopäätöksissä matkailupalveluiden valinnassa.

Tutkimukset ovat huomanneet sukupuolisen välisen matkailun tunnusomaisuuden: miehet suosivat seikkailu matkailua, jossa turvallisuutta ei oteta huomioon kuin taas naiset suosivat kulttuurisia ja kasvatuksellista elämyksiä ottaen huomioon turvallisuuden (Berdychevsky 2016, 927). Naisten yksin matkustamisen vaikuttavia tekijöitä ovat muiden kulttuurien tutustuminen ja oppiminen heidän elämäntavoistaan. Naiset valitsevat matkakohteessa tiettyjä matkailupalveluita kuten nähtävyyksiä, tapahtumiin osallistuminen sekä paikalliseen ruokakulttuurin tutustuminen. (Ejupi ym. 2022, 179.) Naiset suosivat turvallisia kohteita ja palveluja. Usein naisen luottamuksen herättäminen auttaa ymmärtämään paremmin naisten matkailupalveluiden valintaa. Hyvällä kokemuksella nainen välittää kokemusta usein eteenpäin muille, joka vaikuttaa palveluiden valintaan. Yksin matkaava nainen valitsee useimmiten matkailupalvelunsa sosiaalisen median yksin matkaavien naisten ryhmästä ja netistä löydettyjen arvosteluiden avulla. (Solo Female Travelers 2022.)

Matkapalveluiden tarjoajat ovat siirtyneet yhä useammin internetiin, koska matkailijat ostavat usein matkailupalveluita netissä. Internet on muuttanut merkittävästi tapaa, jolla asiakkaat etsivät tietoa hotelleista, lennoista tai kohteista. Uudet tieto- ja viestintätekniikat kuten internet-varauskone ovat muuttaneet matkailun jakelujärjestelmän rakenteen monikanavaiseksi verkostoksi, joka asettaa uusia haasteita sekä asiakkaille että matkailuyrityksille. Asiakkaat kohtaavat nykyään teknologisesti monimutkaisempia ostoprosesseja ja aikaa vieviä hintavertailuja, koska matkailijat eivät ole vuorovaikutuksessa ihmisten kanssa. Toisaalta matkatoimistot joutuvat kohtaamaan uudelleen välitysprosessin, joten matkatoimistojen on vahvistettava välittäjän roolinsa lisäämällä ihmisten välistä vuorovaikutusta ja kuluttajien luottamusta. (Kracht & Wang 2010.) Matkailuyrityksien siirtymistä

internetiin on vähentänyt kivijalkakauppoja. Naiset suosivat usein internetin käyttöä kivijalkakaupan sijasta matkailupalveluiden valinnassa.

3.2 Yksin matkustaminen

Matkan aikana yksin matkaava valitsee kohteessa itselleen sopivia asioita kuten palveluja, aktiviteetteja ja paikkoja yksilön tarpeiden mukaan. Yksin matkailun kasvu heijastuu nyky-yhteiskunnan muuttuvassa väestössä ja elämäntavoissa, joille on ominaista individualismi ja korkea kulutusmyönteisyys (Hyde & Lawson ym. 2003). Matkailualalla henkilökohtaiset arvot liittyvät matkailukäyttäytymiseen, mukaan lukien matkailijoiden päätöksentekoprosesseihin, motiiveihin ja aktiviteettien valintaan (Lin & Fu 2016, 176). Teoreettisesta näkökulmasta on tärkeää verrata yksilön henkilökohtaisten arvojen selitettävää vaikutusta matkustuskäyttäytymiseen. Henkilöillä, joilla on erilaisia henkilökohtaisia arvoja, on usein erilaisia matkustus käyttäytymismalleja. (Mehmemetoglu ym. 2010, 17.) Jokaisella matkailijalla on omat syynsä matkustaa yksin. Ihmiset ovat matkailleet aina monien erilaisien syiden takia viime vuosisadan aikana. Matkailun avulla ihmiset pääsevät hetkeksi eroon omasta arjestaan. (Montebelli & Vavassori 2017, 27.) Erityisesti yksin matkustavan kannattaa huomioida terveys- ja turvallisuushuolet. Ilman matkaseuraa yksinmatkaava voi olla altis rikollisuudelle ja terveysongelmille (Bianchi 2016, 198).

Yksin matkustaville on usein ominaista uteliaisuus ja halu oppia muita kulttuureita. He ovat usein halukkaita ja innostuneita tutkimaan uusia elämäntapoja ja saada uusia kokemuksia. Jotkut haluavat yöpyä paikallisten luona, jotta he oppivat paikallista kulttuuria hotellien sijaan. Yksinmatkailu antaa mahdollisuuden olla vuorovaikutuksessa muiden maiden kulttuurien ja uskontojen kanssa. Yksin matkustaminen antaa heille myös mahdollisuuden tehdä omia päätöksiä aktiviteeteista ja matkasuunnitelmista ilman, että täytyy tehdä kompromisseja muiden kanssa. (Ejupi ym. 2022, 177.)

Solo Travel Travelers (2022) mukaan jopa 84 prosenttia yksin matkustavista ovat naisia. Yksin matkustaminen on noussut yhdeksi isoimmista trendeistä maailmalla. Suurimmat syyt, jotka ovat vaikuttaneet yksin matkustamisen kasvuun, ovat joustavuus, henkilökohtaiset olosuhteet, kätevyys ja itsenäisyys. Matkan suunnittelu etukäteen auttaa usein sen turvallisuuteen. Monet matkatoimistot ovat keskittyneet tarjoamaan matkapaketteja ja ohjeistuksia, kuten erilaisia artikkeleja ja neuvoja yksin matkustavalle. Tutustuessa matkatoimistojen nettisivuihin (Apollomatkat, Kilroy, Tjäreborg, Tui), löytyy matkapaketteja yksin matkustavalle, mutta kyseisillä sivuilla ei löytynyt matkoja yksin matkustavalle naiselle. Tui sekä Apollomatkat huomioivat yksin matkustamisen majoituksen hinnassa, jossa tarjotaan majoitusta yhdelle henkilölle.

4 Uusi luksus

Nykyään luksuksen voi jakaa perinteiseen ja uuteen luksukseen. Uusi luksus yhdistetään nykyään korkealuokkaiseen ja tasokkaaseen vieraanvaraisuuteen. Perinteisen ja uuden luksuksen eroa voi kuvata kahden kalliin hotellin kautta. Perinteinen luksus on sitä, jonka kaikki tunnistavat luksukseksi. Glamouria, kultaa, samettia, kaviaaria. Luksuksen merkkejä on helppo lukea: kultaisia kattokruunuja, kumartelevaa palveluskuntaa, korkeatasoinen cocktail-baari, a la carte, jossa hopeiset ruokailuvälineet. Uutta luksusta edustava hotelli on vähemmän pöyhkeä. Se ei halua olla viiden tähden, vaan tähti-rankingien ulottumattomissa. Sen erityisyys perustuu kimalluksen sijaan räätälöityihin hyvinvointipalveluihin, yksilöllisesti valittuihin materiaaleihin ja yhä useammin myös taiteeseen, jonka korkeatasoisuus täytyy tunnistaa, jotta sille osaa antaa arvoa. Materiaa olennaisempaa on elämyksellisyys – mikä ei toki tarkoita, etteikö materiaan olisi satsattu. (Räty 2018.)

Uusi luksus onkin ennen kaikkea näkemystä itsestä ja omasta asemasta maailmassa. Se pitää sisällään hetkiä, elämyksiä, huomiota, elämyksiä ja palveluja. Se on korostetun subjektiivista, kokemuksellista ja uniikkia; yhä useammin se on materian tai tuotteiden sijaan räätälöityjä elämyksiä, aktiivista tekemistä ja epätavallisia kokemuksia. Uusi luksus on itseensä panostamista, kehittämistä ja haastamista, mikä ei rajoitu pelkästään kaikkien ylimpiin tuloluokkiin, vaan säteilee eri varallisuusryhmiin kautta linjan ja maailman. (Brorström ym. 2016, luku 1.) Aineelliset asiat ovat vähentyneet matkailupalveluita ostaessa ja matkailijat haluavat kokea aitoja elämyksiä, hyvinvointia matkasuunnitelmassa ja ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja (Olbert 2020).

Uudelle luksukselle on ominaista hybridiluonne. Laadultaan erinomainen tuote ei enää riitä, vaan se on lähtökohta, jota on täydennettävä loisteliaalla palvelulla, räätälöinnillä sekä mukautumalla asiakkaan toiveisiin. Palvelukokemuksesta on tullut luksussektorin tasokriteeri, jota asiakas odottaa ja jonka perusteella ostoksen toteutuminen ja toistumisen todennäköisyys ratkaistaan. Jos luksusasiakas haluaa tulla ostoksille tai tutustumaan valikoimaan esimerkiksi heinäkuuisena sunnuntai-iltana, yrityksen edellytetään sovittavan aikataulunsa asiakkaan mukaan. Toinen hybridiominaisuus on käytettävyys. Uuden luksuksen on oltava mukavaa, käyttäjän tarpeisiin sovitettua ja eri tilanteissa joustavaa. Etenkin tuotteiden on oltava riittävän käytännöllisiä, jotta ne toimivat asiakkaan arjessa olipa kyse yksityislentokoneesta, kellosta tai designvaatteesta. Palvelujen osalta joustavuutta odotetaan juuri asiakkaan aikatauluihin sopeutumisessa, yksityisyyden suojan varmistamisessa sekä kulttuuri- ja uskontosidonnaisten tapojen, kuten ruokailutottumusten, -aikojen tai katusjärjestyksen, suhteen. Kolmas uuden luksuksen ominaisuus on saavutettavuus myös hinnalla. (Brorström ym. 2016, luku 1.)

Uuden luksuksen koetaan olevan Suomelle matkailun kannalta suuri mahdollisuus, sillä korostamalla omaperäisiä ja ainutlaatuisia pientuottajia ja näiden palveluita, saadaan tuottajille lisää tunteettavuutta, jonka pohjalta voidaan parantaa Suomen talouskasvua (Broström ym. 2016, luku 2).

4.1 Uusi luksus osana matkailupalvelussa

WTO (s.a) määrittelee matkailupalvelun käsitteenä, jossa tarjotaan erilaisia palveluita kuten majoitusta, ohjelmapalveluita, ruokapalveluita, ostoksia ja tapahtumia. Matkailupalvelun tärkeimpänä tavoitteena on luoda asiakkaalle ainutlaatuinen asiakaskokemus. Uudessa matkailuluksuksessa korostuvat autenttisuus, luonto- ja kulttuuriarvot. Se muodostuu huippulaadukkaista palveluista ja ainutlaatuisista kokemuksista. Uuden luksuksen matkailupalvelut ja -tuotteet räätälöidään kunkin matkailijan yksilöllisiin, persoonallisiin ja muuttuviin tarpeisiin. Suomalainen luksus pulppuaa luonnosta ja aitoudesta. (Iloranta 2019.)

Uusissa luksuspalveluissa asiakas osallistetaan suunnitteluun ja toteuttamiseen, jos hän niin haluaa. Palvelu ja tuote ovatkin räätälöitävissä vielä paremmin asiakkaan tarpeiden ja ajatusmaailman mukaisesti. Asiakasta, hänen toiveitaan ja unelmiaan kuunnellaan sekä niihin pyritään vastaamaan. Vieraanvaraisuus ulotetaan toiminnassa kaikkeen ajatteluun. Palveluntuottajan on hyvä asettua asiakkaan asemaan ja pohtia palvelua kokonaisvaltaisena kokemuksena, jossa palvelu on helppoa ja joustavaa asiakkaalle. Asiakkaalle tulee tunne, että hänestä pidetään huolta. (Iloranta 2019.)



Kuvio 2. Luksusmatkailutarpeiden uusi hierarkia

Luksusmatkailutarpeen hierarkia perustuu matkailutuotteen ja palveluiden korkeaan laatuun. Matkailijat haluavat saada rahalle vastinetta, jossa palvelun tulee vastata erinomaista tasoa elämyksessä ja asiakaspalvelussa. Seuraavalla tasolla on matkan autenttisuus, eloisuus ja kaikille aisteille elämyksiä tarjoava tuote, eli Zoom-puhelun vastakohta. Lappi on matkakohteen autenttisuudesta loistava esimerkki. Seuraavalla pyramidin tasolla nousevat esiin asiat kuten itsensä hemmotelu ja hyvinvointi. Matkailijat varaavat nykyään yhä enemmän palveluja ja tuotteita, joissa nuo asiat huomioidaan. Yksi nouseva trendi ovat kylpylähotellit, jotka tarjoavat joogaa ja hierontaa samassa tuotepaketissa. Seuraavalla tasolla on yksityisyys. Nykyään matkailijat haluavat kokea palvelut yksityisesti, ilman suuria ihmismassoja. Ylimmällä tasolla on turvallisuus ja hyvinvointi. Koronapandemian jälkeen matkailijat huomioivat oman terveytensä matkan aikana. Nykyään matkakohteita valitaan oman terveyden turvallisuuden kannalta.

4.2 Vastuulliset matkailupalvelut

Vastuullinen toimintatapa on matkailuyrityksille jatkossa yhä tärkeämpi tapa toimia ja kestävien valintojen näkyminen asiakkaan kosketuspinnassa on edellytys kilpailukykyiseen, pitkäjänteiseen toimintaan (Visit Finland s.a.b). Vastuullisuus koostuu kolmesta eri osa-alueesta: taloudellisesta, ekologisesta sekä sosiaalisesta vastuusta. Kun nämä asiat ovat tasapainossa, saavutetaan kestävä ja vastuullista matkailua. (UNWTO 2005.) Vastuullisilla matkailupalveluilla tarkoitetaan kestäviä ja eettisiä toimintatapoja matkailupalveluissa. Vastuullisten matkailupalveluiden ideana on synnyttää positiivista vaikutusta kohteen ympäristölle, taloudelle sekä kulttuurille. (Lapland s.a.) Visit Finland (s.a.b.) tutkimuksen mukaan vastuullisesti toimivien yritysten asiakastyytyväisyys ja koettu laatu ovat tasokkaampia kuin niiden matkailuyrityksien, jotka eivät ota vastuullisuutta huomioon.

Matkailupalveluiden tarjoajat huomioivat palveluissaan ympäristöystävälliset, sosiaaliset ja taloudelliset vaikutukset. Heidän tavoitteenansa on minimoida negatiiviset vaikutukset ympäristölle ja maksimoida ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja. Vastuullisia matkailupalveluita on tärkeä suosia, koska ne edistävät vastuullista matkailua, josta voi olla hyötyä matkailijoille ja paikalliselle yhteisölle. Vastuulliset matkailupalvelut voivat auttaa säilyttämään luonnon ja kulttuurin voimavaroja sekä edistää kulttuurien välistä ymmärrystä ja kunnioitusta. Vastuullisten matkailupalveluiden käyttäminen kiinnittää huomion matkailijoiden vastuullisuuteen, jolloin voidaan puhua vastuullisesta matkailijasta. (Edelheim & Ilola 2017, 233.) Sekä matkailuyrityksillä että matkailijoilla on vastuu suosia vastuullisia valintoja.

5 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät kuvaavat niitä metodeja, joilla tutkimuksessa edetään asetettuja tavoitteita kohti. Tutkimusmenetelmät jaotellaan kvalitatiiviseen eli laadulliseen- ja kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen. Kvantitatiiviset ja kvalitatiiviset tutkimukset ovat toisiaan täydentäviä suuntauksia, joiden eroja voi olla vaikea määrittää, eli niin sanottua oikeaa ja väärää tapaa ei ole. Sanotaan, että kvalitatiivinen tutkimus käsittelee merkityksiä ja kvantitatiivinen numeroita, mutta nämä kaksi ovat silti toisistaan riippuvaisia asioita. (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara 2010, 128–135.) Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja sen käyttäytymisen ja päätösten syitä. Kvalitatiivinen tutkimus rajoittuu yleensä pieneen tutkittavien määrään. Tavoitteena on siis ymmärtäminen, ei määrien selvittäminen. (Heikkilä, 2014, 8.)

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten yksin matkustava nainen valitsee matkailupalveluitaan turvallisuuspreferenssit huomioiden. Yksin matkustamisesta löytyy lukuisia artikkeleita, mutta yksin matkustavan naisen matkailupalveluiden valinnassa turvallisuuspreferenssit huomioiden löytyi erittäin vähän. Kyselytutkimus toi opinnäytetyölle lisäarvoa ja uutta tietoa naisten käyttäytymisestä matkailupalveluiden valinnassa ja heidän mielikuvaansa matkan turvallisuudesta. Tutkimusprosessissa otettiin huomioon Uuden luksuksen palvelusprintti -hanke. Kyselytutkimuksessa esitettiin kysymyksiä uudesta luksuksen mielikuvista ja matkailupalveluista.

Tämän opinnäytetyön tutkimusmetodina hyödynnettiin kvantitatiivista tutkimusta. Kyselylomake toteutettiin Webropol- kysely sovelluksella. Määrällisessä tutkimuksessa analysoidaan vastauksia numeroiden ja tilastojen avulla. Vastauksien hahmottamiseksi luotiin taulukoita sekä kuvioita. Tutkimuskyselyssä on laadulliseen tutkimukseen liittyviä piirteitä eli avoimia kysymyksiä, mutta määrällisessä tutkimuksessa voi olla avoimia kysymyksiä. Tavoitteena oli kerätä mahdollisimman paljon vastauksia kohderyhmään kuuluvilta henkilöiltä. Opinnäytetyön tutkimuskysely toteutettiin otanta-tutkimuksella. Otantatutkimuksessa poimitaan tutkittavaksi vain osa siitä massasta eli perusjoukosta, josta ollaan kiinnostuneita, ja poimitun aineiston perusteella tehdään kokonaisuutta koskevia päätelmiä (Kuusela 2011).

5.1 Määrällinen tutkimus

Kvantitatiivisessa, eli määrällisessä tutkimuksessa on olennaista tehdä johtopäätöksiä aiemmista tutkittavaan aiheeseen liittyvistä tutkimuksista sekä huomioida aiemmat teoriat. Käsitteet täytyy määritellä sekä hypoteesi esittää. Muuttujat tulee muodostaa taulukkomuotoon ja aineisto tilastollisesti käsiteltävään muotoon. (Hirsjärvi ym. 2010, 140.) Määrällistä tutkimusta tehdessä kyselylomake on kaikista yleisin ja käytetyin tapa aineiston keräämiseen (Vilka 2015,168).

Kvantitatiivinen tutkimus voidaan nähdä prosessina, joka viedään läpi vaihe vaiheelta. Kvantitatiivinen tutkimus ei ole muita prosesseja vaikeampi. Tutkimuksen lähtökohtana on tutkimusongelma, johon haetaan ratkaisua tai vastausta. Tutkimusongelma ratkaistaan tiedolla. Kun on määritelty tarvittava tieto, tulee ratkaista, mistä tieto hankitaan ja miten se kerätään. Tarvittavasta tiedosta johdetaan kysymykset. Kysymykset ovat eräänlaisia mittareita, joilla selvitetään tutkimuskohteena olevaa ilmiötä. Kysymysteksti harkitaan tarkkaan virhetulkintojen välttämiseksi. Huonosti aseteltu kysymysteksti voidaan tulkita monella tavalla. Myös lomakkeen ulkoasuun tulee kiinnittää huomioita. Lomakkeen tulee olla vastaajaystävällinen ja houkutteleva. (Kananen 2008, 11–12.)

Määrällisessä tutkimuksessa lomakkeella kerättävä aineisto voidaan kysyä monivalintakysymyksillä (suljettu ja strukturoitu), avoimilla kysymyksillä ja sekamuotoisilla kysymyksillä. Monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehdot on asetettu valmiiksi. Määrällisessä tutkimuksessa niillä tavoitellaan kysymysten ja vastausten vertailukelpoisuutta. Sekamuotoisissa kysymyksissä on annettu osa vastausvaihtoehdoista. Vaihtoehtojen jälkeen annetaan tavallisesti yksi avoin kysymys. Sekamuotoinen kysymys on toimiva, kun on syytä epäillä, ettei kaikkia vastausvaihtoehtoja tunneta. Avointen kysymysten tavoitteena on saada vastaajilta spontaaneja mielipiteitä. (Vilkkä 2007, 67–69.)

5.2 Avoimet kysymykset kyselylomakkeessa

Avoimet kysymykset voivat olla täysin avoimia tai suunnattuja/rajattuja kysymyksiä. Avoimen kysymyksen tarkoitus on määrää kysymyksen rajauksen asteen. Teemoittelu eli teema-analyysi on laajasti käytetty laadullisen aineistomenetelmä, joka soveltuu erityisesti haastattelujen ja muiden puheaineistojen analysointiin. Teemoittelussa keskitytään siihen, mitä tekstissä on ja mistä aineistossa puhutaan, jonka jälkeen tekstiä pyritään jäsentämään sen mukaan, mistä teemoista aineisto tuottaa tietoa. (Helsingin yliopisto 2021.)

Avointen kysymyksien tarkoitus oli analysoida vapaata tekstiä sisällön analyysi menetelmällä. Sisällön analyysi luokitellaan nykyisin lähinnä kvalitatiiviseksi aineiston analyysimenetelmäksi, jolla kuvataan kirjoitetun ja puhutun kielen muotoa ja sisältöä. Sisällön analyysin avulla pyritään systemaattiseen ja kattavaan kuvaukseen aineistoon liittyvistä sisällöistä. Sisällön analyysi voidaan toteuttaa määrällisen tai laadullisen tutkimusotteen mukaisesti. (Seitamaa-Hakkarainen 2014.) Tavoitteena oli analysoida vastanneiden olennaista tietoa ja poistaa epäolennaista tietoa pois.

Webropol-sovelluksessa käytin Text Mining -työkalua. Vastauksia käydessä läpi pystyi aloittamaan teema-analyysin, jota käytetään usein laadullisessa tutkimuksessa.

Avoimien kysymyksien tavoitteena oli saada syvempiä ja laajempia vastauksia. Monivalintakysymyksissä sekä asteikkokysymyksissä ei saa yhtä henkilökohtaisia vastauksia kuin avoimissa kysymyksissä. Koin, että avoimien kysymyksien ansiosta pystyin ymmärtämään paremmin yksin

matkustavien naisten valintoja matkailupalveluissa. Avoimissa kysymyksissä pyrittiin saamaan kattavat vastaukset millaiset asiat vaikuttavat turvallisuuden tunteeseen matkan aikana ja miten matkailupalvelut voisivat parantaa palvelujaan turvallisuuden kannalta. Yhdessä avoimessa kysymyksessä selvitettiin vastaajilta mitkä maat koetaan yksin matkustavalle naiselle turvalliseksi. Lisäksi selvitettiin vastanneiden valitsemia uuden luksuksen matkailupalveluita, joka vaatii spesifioitua vastauksen. Kyselylomakkeessa oli viisi avointa kysymystä.

5.3 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimuksen toteuttamisessa pyrin tutustumaan aiemmin tehtyihin tutkimuksiin kyseisestä aiheesta. En löytänyt aineistoa, jossa olisi tehty vastaavanlaista tutkimusta naisten turvallisuuspreferensseistä vapaa-ajan matkailupalveluiden valinnassa. Halusin tavoittaa mahdollisimman monta vastaajaa, joten koin kvantitatiivisen tutkimuksen parhaimmaksi valinnaksi. Kyselylomaketta laatiessa ja kysymyksiä tehdessä tuli huomioida opinnäytetyön sisältöä ja tuloksia, joita halutaan saavuttaa opinnäytetyöllä. Kyselylomakkeen tavoitteena oli saada looginen järjestys sekä ylläpitää vastaajien mielenkiintoa kyselyssä. Kysymyksiä laadittaessa oli tärkeä huomioida kysymysten asettelu, jotta kysymykset olisivat selkeät, eikä väärinymmärryksiä syntyisi. Kyselylomake julkaistiin ensimmäisenä lähipiirissä, ja myöhemmin sosiaalisessa mediassa. Lähipiirin palautteen perusteella, parantelin kyselylomaketta vastaajille paremmaksi.

Tutkimus toteutettiin lopulta Webropol-kyselylomakkeen avulla. Tutkimuskysely koostui 28 kysymyksestä. Kyselylomake sisälsi pääosin monivalintakysymyksiä, kaksi asteikkokysymystä ja viisi avointa kysymystä. Avointen kysymyksien tarkoitus oli saada luotettavia ja syventäviä vastauksia. Kyselylomake julkaistiin 25.4.2023 kello 18.00. Kyselylomake julkaistiin seuraavana päivänä 27.5 Facebookissa ”Maata pitkin matkustavat” sekä ”Matkaseuraa maailmalle” ryhmissä. Facebook ryhmissä sain tavoitettua toivomani kohderyhmän. Tavoitteena oli saada 150–200 vastausta, mutta aktiivisten vastaajien ansiosta vastauksia kertyi 280. Kyselylomakkeen sulkeuduttua tutkimuskyselyn tulokset vedettiin yhteen ja käynnistettiin tulosten analysointi.

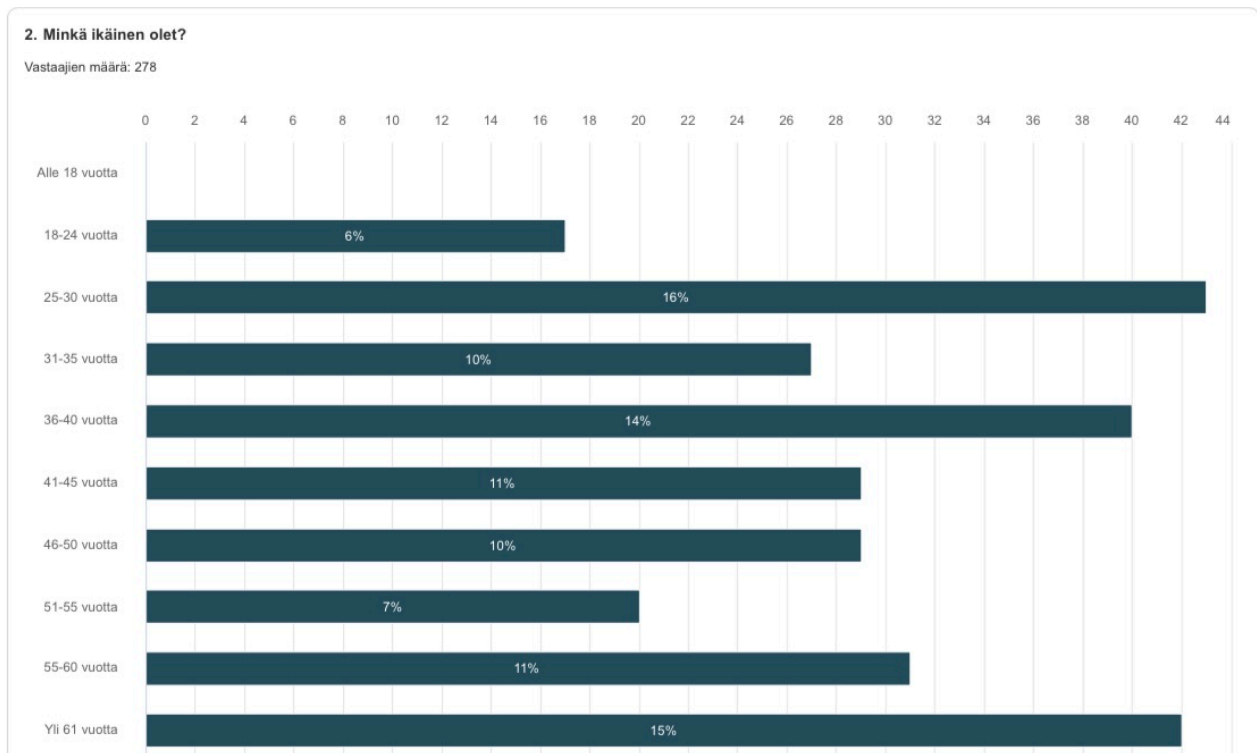
6 Tulokset

Tässä kappaleessa käydään läpi tutkimustuloksia. Tutkimustulosten vastaukset on kerätty huhtikuussa 2023 kyselylomakkeen avulla. Tutkimustulosten analysointi alkoi huhtikuun lopussa. Sain 280 tutkimuskyselyyn vastannutta, joista 278 olivat naisia. Kaksi henkilöä vastasi sukupuoli kysymykseen ”en halua mainita”. Jotta määrällisen tutkimuksen luotettavuus säilyy, analysoin kohde-ryhmääni eli 278 naisvastaajaa. Kyselytutkimus toteutettiin anonyyminä, joten vastaajien henkilötiedot säilyivät täysin luottamuksellisina. Tuloksissa ”n” tarkoittaa kysymyksen vastaajamäärää.

6.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyn taustatietoina selvitettiin vastaajien sukupuoli, ikä, asuinpaikka, koulutustaso sekä nykyinen/ viimeisin työtehtävä. Kyselylomakkeessa pyydettiin tietoa, minkälaisia taustoja yksin matkustavalla naisella on. Ensimmäisenä tiedusteltiin sukupuolta, jotta naisvastaajat saatiin rajattua muiden vastaajien joukosta. Kyselyyn vastanneista suurin vastausryhmä (16 %) oli 25–30-vuotiaat, toiseksi suurin ryhmä oli yli 61-vuotiaat (15 %) ja kolmanneksi suurin ryhmä oli 36–40-vuotiaat (14%).

Taulukko 1. Yksin matkustavan naisen ikäjakauma (n=278)



Kolmannessa kysymyksessä kysyttiin vastaajien asuinpaikkaa. Suurin osa vastaajista (46 %) asuu Uudellamaalla. Muuten vastaukset jakautuivat tasaisesti maakunnittain. Vastaajista 3,6 % asui

ulkomailla. Neljäntenä kysymyksenä oli koulutustaso. Suurimmalla osalla naisista (61,1 %) on korkeakoulututkinto. Toiseksi eniten vastanneista (29,1 %) on suorittanut toisen asteen tutkinnon ja kolmanneksi eniten (6,5 %) on ylioppilastutkinto suoritettuna. 2,9 % vastanneista on suorittanut tohtorintutkinnon ja yksi henkilö on suorittanut peruskoulun. Viides kysymys, joka ei ollut vastaajille pakollinen, koski nykyistä/viimeistä työtehtävää ja vastauksia kysymykseen sain 256 kappaletta. Suurin osa vastauksen työtehtävistä olivat asiantuntija, lähihoitaja, sairaanhoitaja, opettaja, opiskelija ja yrittäjä. Erilaisia työtehtäviä oli 76.

Nykyinen/ viimeisin työtehtävä?

Sanapilvi

ajojärjestelijä asiakaspalvelu **asiantuntija** asiantuntijatyö assistentti business diakonia työ eläkeläinen
eläkkeellä esihenkilö freelancer halua keittiötyöntekijä kokki konsultti korkeakoulussa kouluttaja
koulutussuunnittelija lastentarhanopettaja lehtori logistics luokanopettaja **lähihoitaja** lääkäri media-ala
myyjä nuoriso-ohjaaja ohjaaja **opettaja** opiskelija osastonsihteeri palveluneuvoja perhetyönohjaaja
perushoitaja **projektipäällikkö** projektityöntekijä psykoterapeutti puutarhuri päiväkodeissa ravintolan
ravintolapäällikkö **sairaanhoitaja** sihteeri sijaisuuksia sosiaalityöntekijä sosionomi specialist
suomentaja suunnittelija taksinkuljettaja taloushallinnon te-toimistossa teatteriohjaaja terveydenhuoltoala tietoasiantuntija
toimistotyö toimistotyöntekijä toimittaja toimitusjohtaja tutkija vakuutusyhtiö vanhustyö vuoropäällikkö
väitöskirjatutkija yliopistossa **yrittäjä**

Kuva 2. Kyselyyn vastanneiden nykyinen/ viimeisin työtehtävä

6.2 Yksin matkustavan naisen matkan perustietoja

Kysymykset 6–12 ovat yleisiä kysymyksiä yksin matkustavan naisten nykyisistä ja tulevaisuuden matkoista. Kysymyksien avulla selviää missä, milloin ja miten naiset ovat matkustaneet. Kysymyksien tarkoituksena oli saada tietoa, miksi naiset ovat matkustaneet yksin.

Kysymys 6 oli avoin kysymys, jossa kysyttiin mihin matkakohteeseen/ matkakohteisiin vastaaja on matkustanut yksin. Vastauksissa mainittiin kuusi eri maanosaa ja 107 maata. Useimpien vastausten matkakohteet sijaitsivat Euroopassa ja Aasiassa. Vastauksissa mainittiin matkustamisen yhteydessä, että reppureissaaminen Aasiassa ja Interrail matkat Euroopassa olivat suosittuja vastaajien keskuudessa. Suosituimmat maat yksin matkustavalle naiselle olivat Espanja, Kreikka ja Italia.

Mihin matkakohteeseen/ matkakohteisiin matkustit yksin? (Matkakohde voi olla maa/ kaupunki)

Sanapilvi

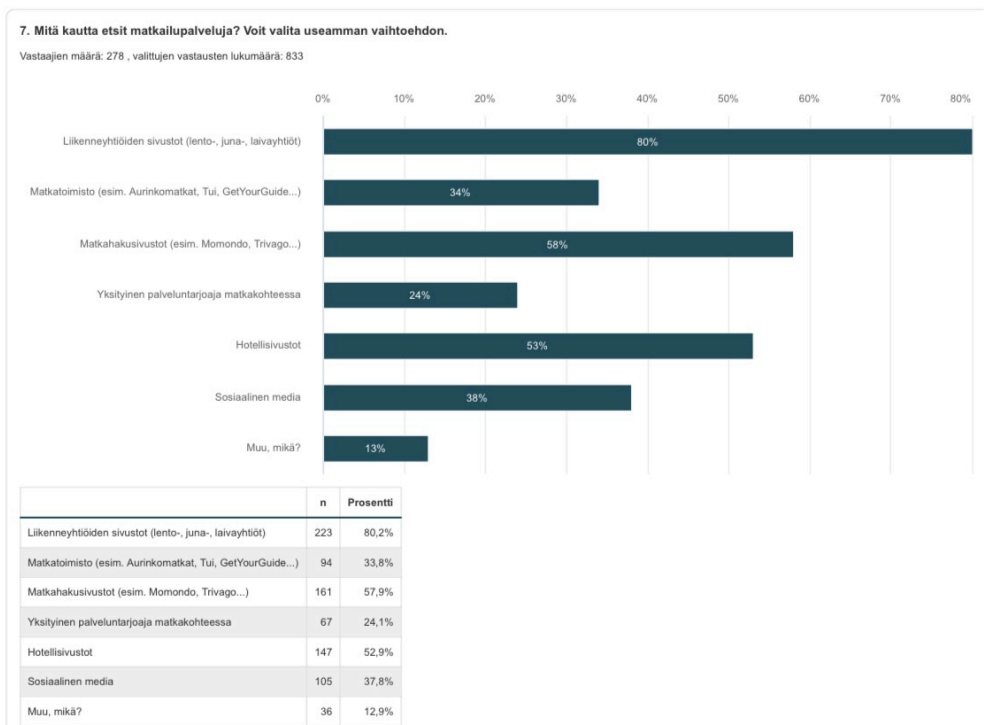
alankomaat alanya amsterdam **australia** barcelona belgia berliini budapest canaria englantia
espanja eurooppaa gambia georgia hampuri helsinki hollanti indonesia intia irlanti islanti iso-
 britannia **italia** itävalta japani kambodza kanada kiina kolumbia **kreikka** kroatia kuuba kypros
 latvia libanon liettua **lontoo** madeira **malesia** meksiko nizza norja panama pariisi **portugali** praha
 puola **ranska** riika rodos romania rooma **ruotsi saksa** serbia singapore slovakia slovenia
 suomi sveitsi tallinna tansania **tanska** teneriffa **thaimaa** tsekki tukholma **turkki** turku ukraina
 unkari venäjä vietnam

Kuva 3. Vastanneiden matkakohteet

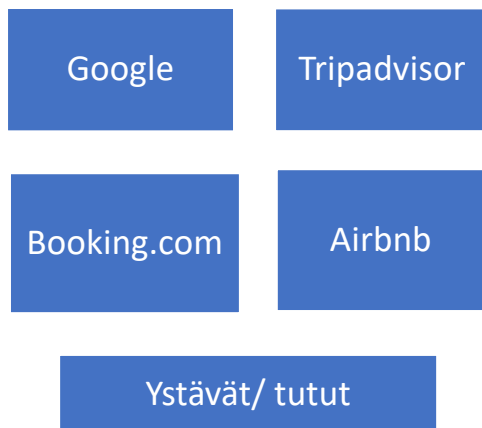
Kysymyksessä 7 on taulukko 2, josta selviää mitä kautta etsitään usein matkailupalveluja. Suurin osa vastaajista (80,2 %) käyttää liikenneyhtiöiden sivustoja, toiseksi suosituin vaihtoehto (57,9 %) etsii matkatoimistojen kautta ja kolmanneksi suosituin (52,9 %) hotellisivustojen kautta.

Taulukossa 3 voi nähdä yleisimpiä vastauksia avoimessa kentässä.

Taulukko 2. Mitä kautta etsit matkailupalveluja? (n=278)

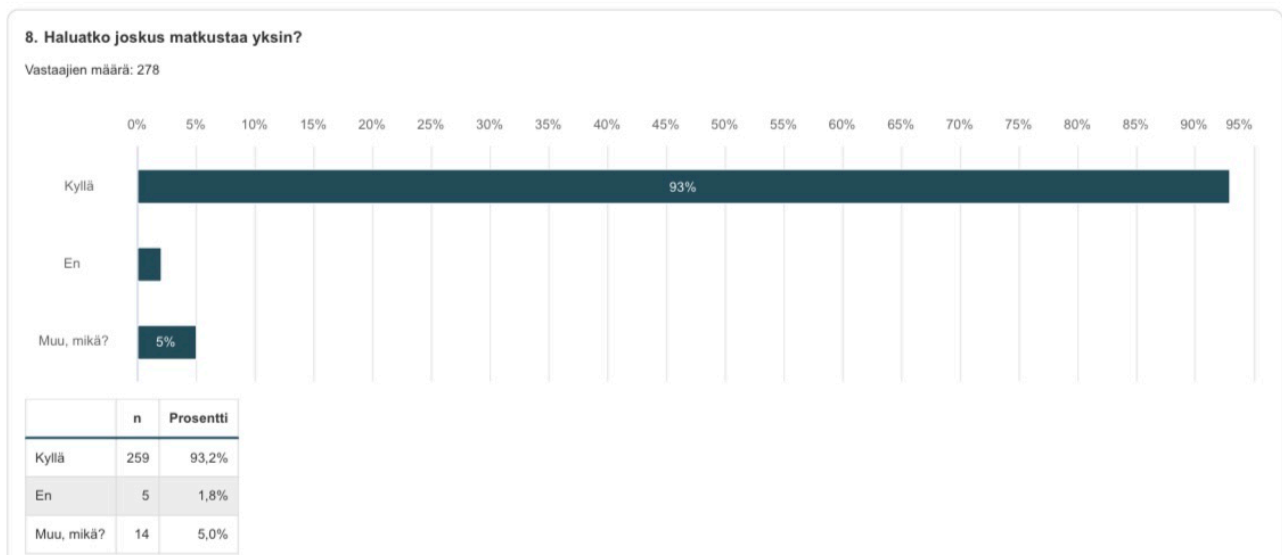


Taulukko 3. Mitä kautta etsit matkailupalveluja? Yleisimmät vastaukset



Kysymyksessä 8 kysyttiin vastaajilta, haluavatko he joskus matkustaa yksin. Vastanneista (93,2 %) haluaa joskus matkustaa yksin tulevaisuudessa ja vain 1,8 % vastaajista ei halua matkustaa yksin. Avoimissa vastauksissa nousivat esiin usein sanat ”ehkä”, ”joskus” sekä ”riippuu tilanteesta”.

Taulukko 4. Haluatko joskus matkustaa yksin? (n=278)

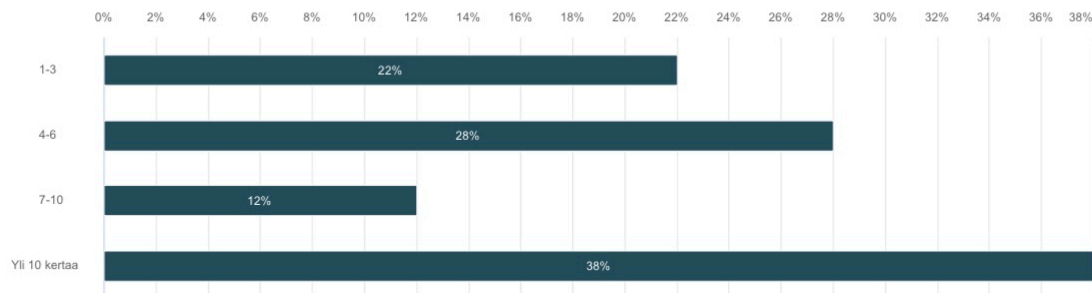


Kysymyksessä 9 selvitettiin kuinka usein he ovat matkustaneet yksin. Vastaukset jakoutuivat melko tasaisesti. Vastausten perusteella yli 10 kertaa matkustaneita on 38,1 % vastanneista. Jopa yli kolmasosa on matkustanut yli 10 kertaa.

Taulukko 5. Kuinka monta kertaa olet matkustanut yksin?

9. Kuinka monta kertaa olet matkustanut yksin?

Vastaajien määrä: 278



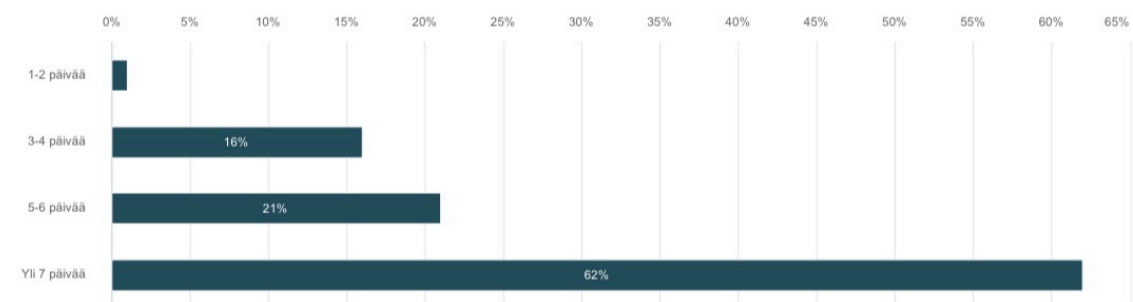
	n	Prosentti
1-3	62	22,3%
4-6	76	27,4%
7-10	34	12,2%
Yli 10 kertaa	106	38,1%

Kysymyksessä 10 kysyttiin matkan keskimääräistä kesto. Tuloksissa huomaa selvästi, että naiset matkustavat mieluiten yksin pidemmän aikaa. Vastanneista 62,1 % on ollut yli viikon kestäneellä matkalla. 1–2 päivän matkoilla oli ollut vastaajista vähiten, eli 1,4 %. Tuloksista voi todeta, että vastaajat haluavat tehdä pidempiä matkoja lyhyiden sijaan. Kysymyksessä 8 käy ilmi, että yksin matkustaneet naiset ovat valinneet usein matkoja ympäri Aasiaa ja Interrail matkoja Euroopassa, jotka kestävät usein viikkoja.

Taulukko 6. Mikä on ollut matkasi kesto keskimäärin?

10. Mikä on ollut matkasi kesto keskimäärin?

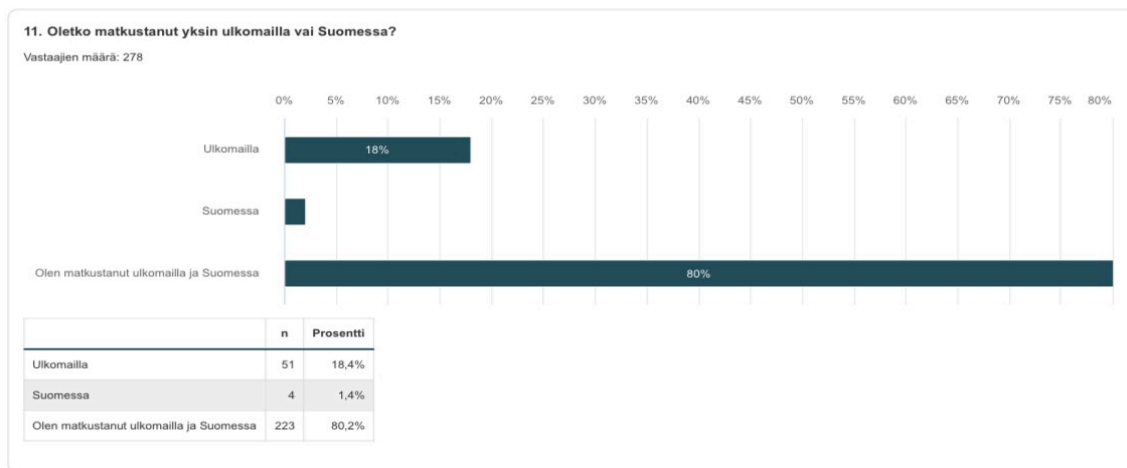
Vastaajien määrä: 277



	n	Prosentti
1-2 päivää	4	1,4%
3-4 päivää	44	15,9%
5-6 päivää	57	20,6%
Yli 7 päivää	172	62,1%

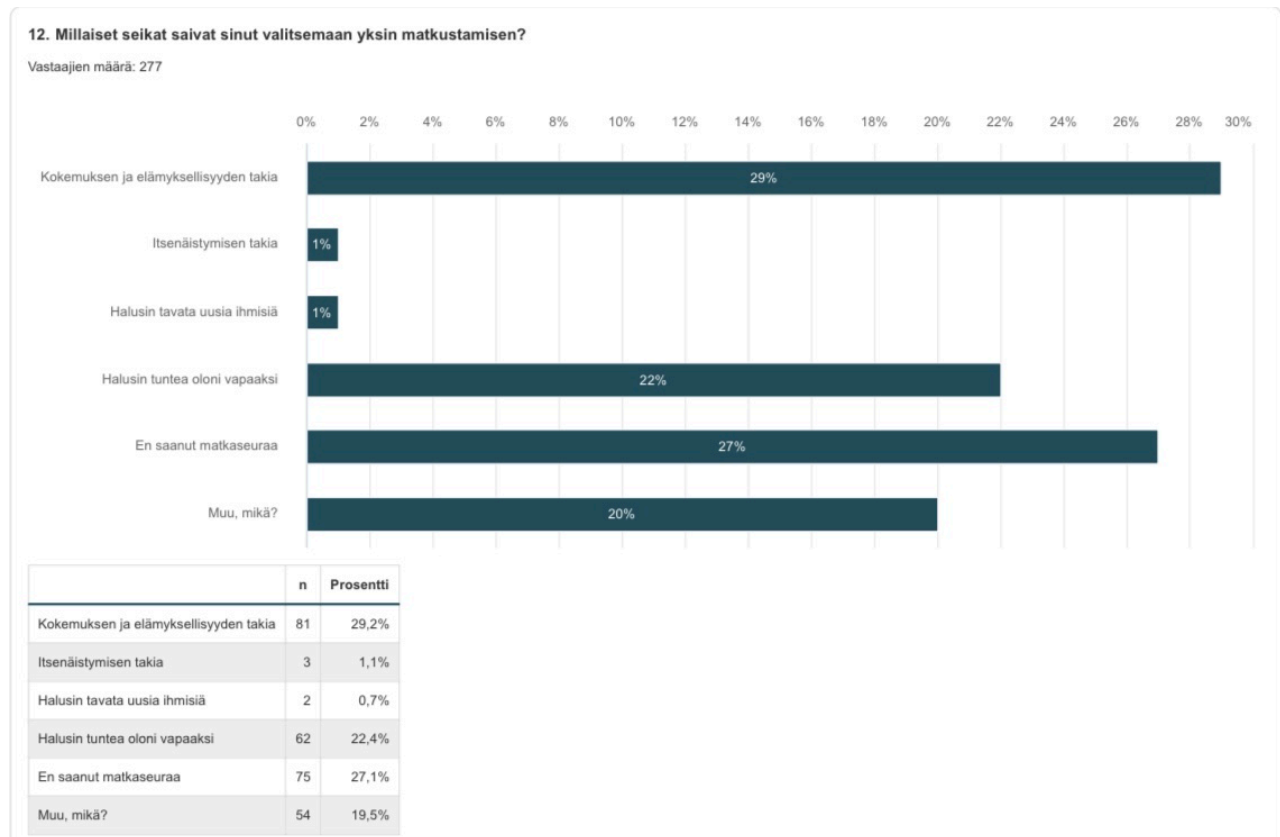
Kysymyksessä 11 selvitettiin ovatko naiset matkustaneet ulkomailla, Suomessa tai molemmissa. Vastauksista selviää, että suurin osa (80,2 %) vastaajista on matkustanut ulkomailla sekä Suomessa. Vastanneista 18,4 % on matkustanut pelkästään ulkomailla. Vain 1,4 % vastaajista on matkustanut yksin Suomessa. Tuloksista voi päätellä, että ulkomaille matkustamista suositetaan enemmän kuin Suomessa matkustamista.

Taulukko 7. Oletko matkustanut yksin ulkomailla vai Suomessa? (n=278)



Kysymyksen 12 tavoitteena oli saada selville, millaiset seikat vaikuttavat yksin matkustamisen valintaan. Taulukosta voi päätellä, että matkan kokemukset ja elämyksellisyys vaikuttivat eniten valinnoissa (29,2 %). Toiseksi eniten (27,1 %) yksin matkustamiseen vaikutti matkaseuran puute. Kolmanneksi eniten (22,4 %) vastauksissa nousi esiin halu tuntea olonsa vapaaksi. Vain muutamat vastasivat, että matkustavat itsenäistymisen vuoksi tai että haluavat tavata uusia ihmisiä.

Taulukko 8. Millaiset seikat saivat sinut valitsemaan yksin matkustamisen?



Monet vastasivat kysymykseen 12 avoimeen kenttään. Yleisimmät vastaukset olivat työmatka, halu matkustaa yksin, matkakumppanin sairastuminen ja ettei tarvitse tehdä kompromisseja. Taulukossa näkyy vastauksia laajemmin.

Taulukko 9. Yleisimmät vastaukset

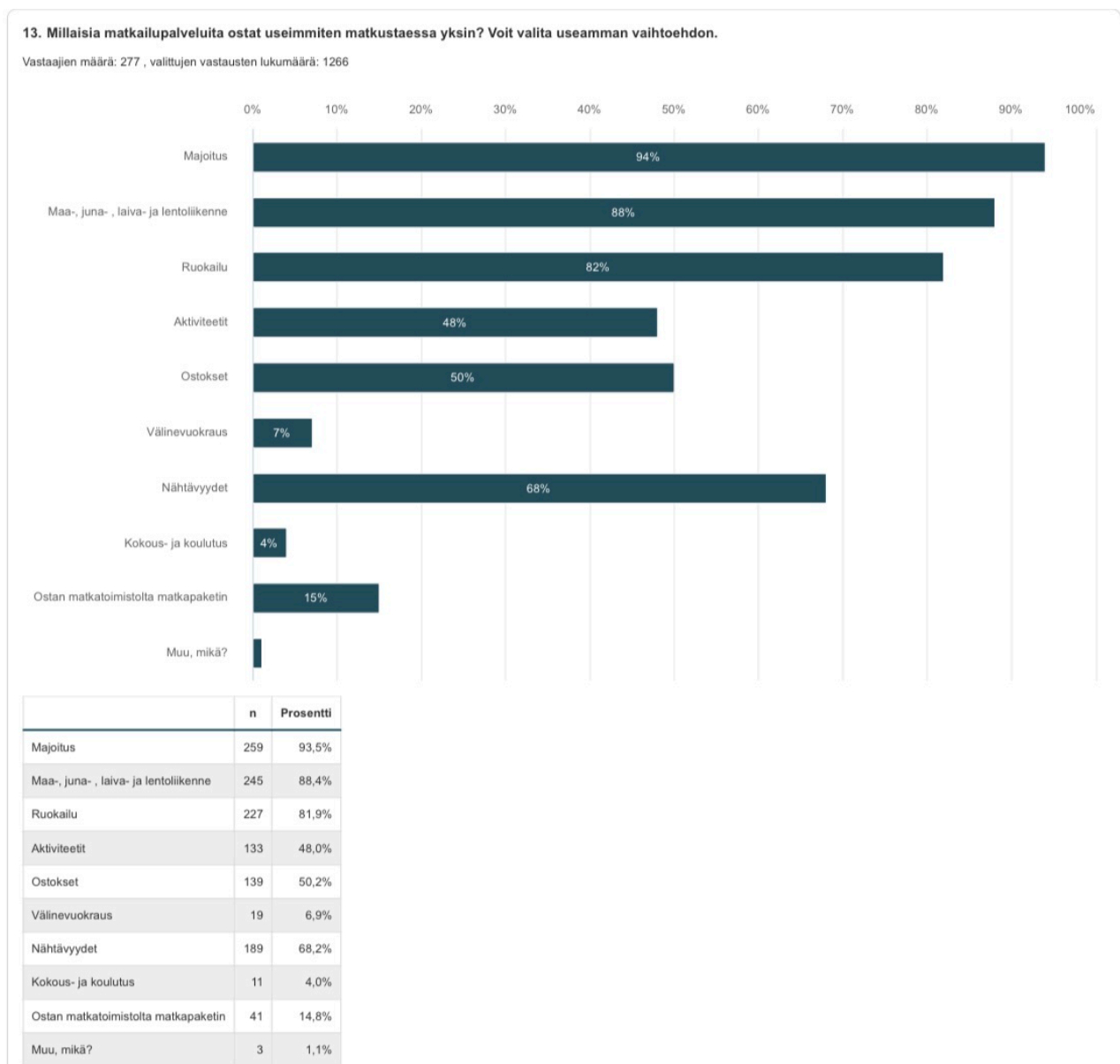
Ei tarvitse tehdä kompromisseja
Rentoutuminen
Työmatka
Työharjoittelu
Matkakumppani sairastui
Kaikki yllä mainitut asiat

6.3 Motiivit ja vaikuttavat tekijät matkailupalveluiden valinnassa

Kysymyksessä 13 selvitettiin millaisia matkailupalveluja yksin matkustava nainen usein ostaa. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. Vastausten perusteella voidaan todeta, että

Maslowin hierarkia näkyy niissä. Fysiologiset tarpeet ovat välttämättömiä ihmisille kuten ravinto, majoitus ja riittävä lepo. Vastanneista 93,5 % ostavat majoituspalveluita matkakohteessa. Yksi syy miksei majoitusta valittu, oli yöpyminen matkalla tuttuun luona. Vastanneista 88,4 % käyttivät maa-, juna- ja lentoliikennepalveluita. Ne, jotka eivät niitä palveluita käytä, käyttävät omia kulkuvälineitä. Ruokailu oli vasta kolmanneksi (81,9 %) ostetuin matkailupalvelu. Nähtävyydet olivat myös suosittuja vastaajien keskuudessa. Sekä aktiviteetit että ostokset saivat tasaisesti vastauksia.

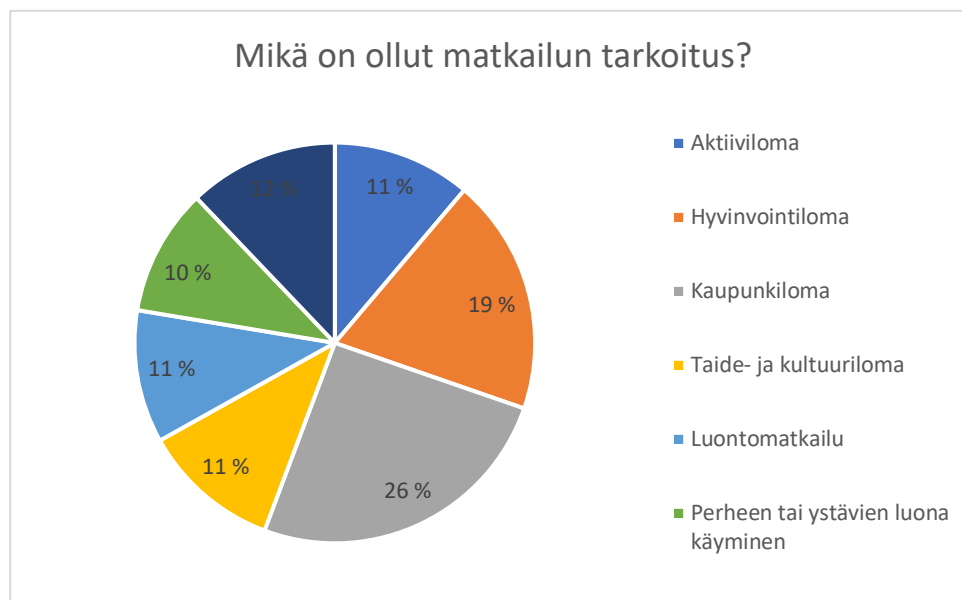
Taulukko 10. Millaisia matkailupalveluita ostat useimmiten matkustaessa yksin? (n=277)



Kysymys 14 selvitti matkailun tarkoitusta. Taulukosta huomaa, että vastaajista 26 % ovat käyneet useimmiten kaupunkilomalla. Hyvinvointiloma oli toiseksi suosituin (19 %) vastanneille.

Kohtaan ”Muu, mikä” saatiin yhteensä 52 vastausta. Erilaisia matkojen tarkoituksia oli yhteensä 15. Avoimen kentän suosituimmat vastaukset olivat rantaloma, työmatka sekä halu nähdä maailmaa ja löytää uusia kohteita.

Kuva 4. Mikä on ollut matkailun tarkoitus? (n=277)



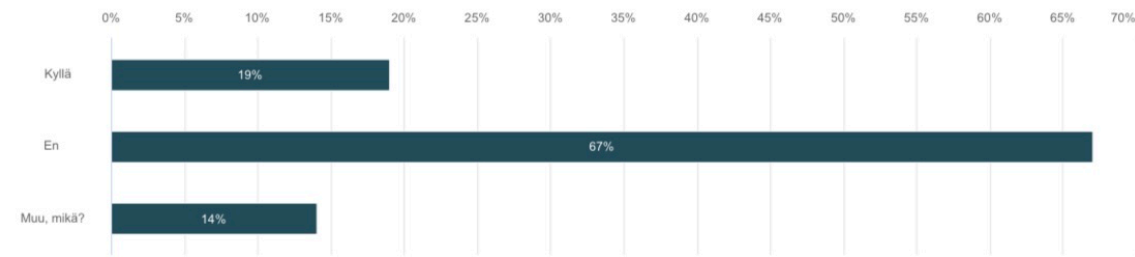
Kysymykset 15–23 käsittelevät naisten mielikuvia turvallisuudesta ja miten ne vaikuttavat matkailupalveluiden valintaan.

Taulukosta 11 voi nähdä, että suurin osa vastaajista ei ole kokenut matkailupalveluiden huomioivan yksinmatkustavia naisia. Suurin osa avoimen kentän vastauksista koki, etteivät matkailupalvelut keskity yksinmatkustavaan naiseen. Muutamissa vastauksissa nostettiin esiin hostellit, jotka huomioivat yksinmatkustavia naisia. Myös muutamien vastausten perusteella matkailupalveluita ei hyödynnetty, koska niiden hinnat olivat yksinmatkustaville kalliimpia.

Taulukko 11. Oletko löytänyt matkailupalveluita, jotka huomioivat yksinmatkustavan naisen? (n=278)

15. Oletko löytänyt matkailupalveluita, jotka huomioivat yksinmatkustavan naisen?

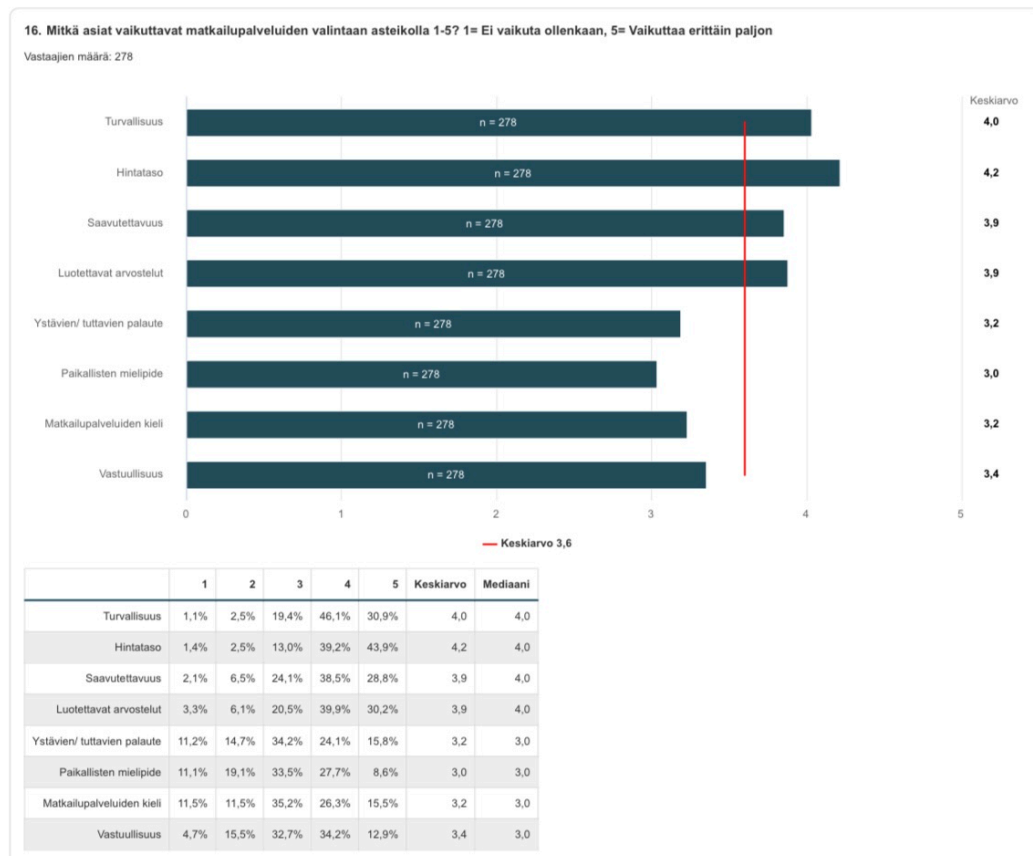
Vastaaajien määrä: 278



	n	Prosentti
Kyllä	52	18,7%
En	186	66,9%
Muu, mikä?	40	14,4%

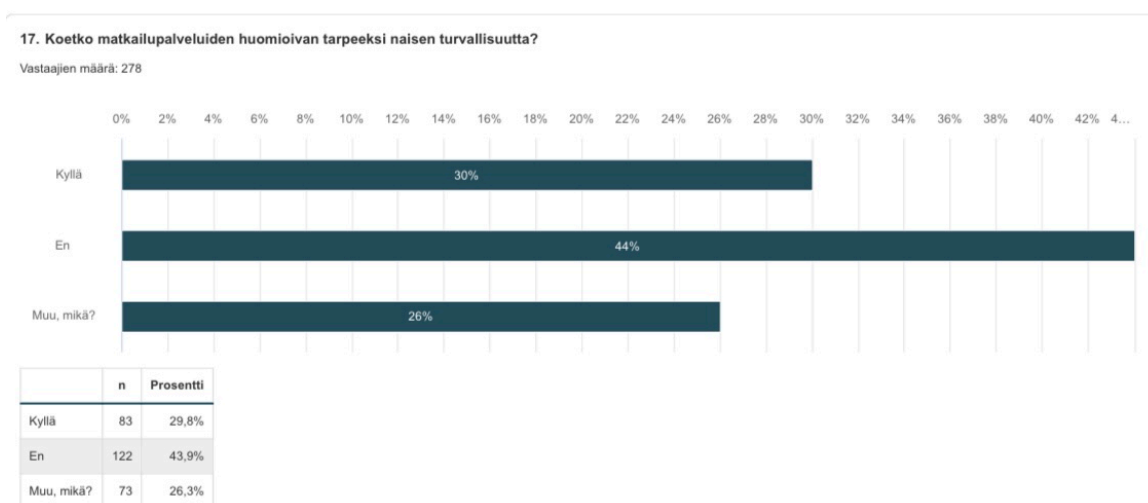
Taulukossa 12 on kyselytutkimuksen ensimmäisen asteikkokysymys, jonka tavoitteena oli selvittää mitkä seikat vaikuttavat matkailupalveluiden valintaan. Koin, että asteikkokysymysten avulla saisin syvempiä vastauksia, mitkä asiat vaikuttavat päätöksentekoon koskien matkailupalveluita. Taulukossa voi huomata, että mainitut asiat vaikuttivat kohtalaisen paljon matkailupalveluiden valintaan, jolloin niiden keskiarvo oli suhteellisen korkea. Vastausten korkein keskiarvo oli hintataso. Yksin matkustaminen on usein kalliimpaa, koska kaikki kulut jäävät yksin maksettavaksi. Toiseksi korkeimman keskiarvon sai turvallisuus ja kolmanneksi korkein keskiarvo jakautui saavutettavuuden sekä aiempien luotettavien arvosteluiden välillä. Vähiten ääniä sai paikallisten mielipide.

Taulukko 12. Mitkä asiat vaikuttavat matkailupalveluiden valintaan asteikolla 1–5? (n=278)



Taulukossa 13 oli tarkoituksena saada selville huomioivatko matkailupalvelut naisen turvallisuuden. Suurin osa vastanneista (43,9 %) ei koe matkailupalveluiden huomioivan tarpeeksi yksin matkustavan naisen turvallisuutta, mutta 29,8 % kokee matkailupalveluiden huomioivan heidän turvallisuuden. Avoimen kentän yleisin vastaus ei ollut pohtinut matkailupalveluita huomioiden yksin matkustavan naisen turvallisuutta.

Taulukko 13. Koetko matkailupalveluiden huomioivan tarpeeksi naisen turvallisuutta? (n=278)

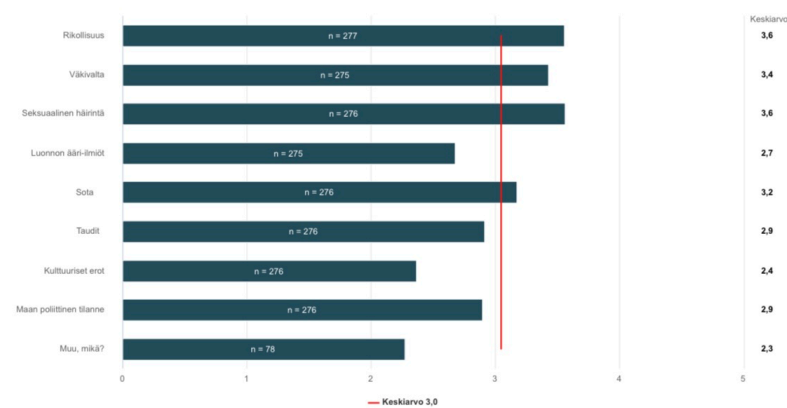


6.4 Turvattomuuden tunne matkan aikana

Tutkimuskyselyn toisessa asteikkokysymyksessä kartoitettiin asteikolla 1–5 millaisissa asioissa yksin matkustava nainen kokee turvattomuutta matkakohteessa. Vastaamaan pystyi myös avoimella kentällä. Korkein keskiarvo jakautui rikollisuuden sekä seksuaalisen häirinnän välillä. Tietoperustan mukaan seksuaalisen häirinnän kohteeksi joutuvat, ovat useimmiten naisia. Taulukossa 15 on avoimen kentän yleisimpiä vastauksia.

Taulukko 14. Millaisissa asioissa koet turvattomuutta matkakohteessa asteikolla 1–5? (n=278)

18. Millaisissa asioissa koet turvattomuutta matkakohteessa asteikolla 1-5? 1= Ei vaikuta ollenkaan, 5= Vaikuttaa erittäin paljon
Vastaajien määrä: 278



	1	2	3	4	5	Keskiarvo	Mediaani
Rikollisuus	5,4%	10,5%	27,4%	36,8%	19,9%	3,6	4,0
Väkivalta	9,8%	12,7%	27,3%	25,5%	24,7%	3,4	4,0
Seksuaalinen häirintä	8,7%	10,1%	24,3%	30,1%	26,8%	3,6	4,0
Luonnon ääritilät	16,4%	30,9%	28,7%	16,7%	7,3%	2,7	3,0
Sota	27,2%	14,5%	12,0%	6,5%	39,8%	3,2	3,0
Taudit	13,8%	22,8%	31,9%	21,4%	10,1%	2,9	3,0
Kulttuuriset erot	22,8%	32,6%	31,9%	10,9%	1,8%	2,4	2,0
Maan poliittinen tilanne	15,6%	19,2%	32,6%	25,0%	7,6%	2,9	3,0
Muu, mikä?	48,7%	5,1%	25,7%	11,5%	9,0%	2,3	2,0

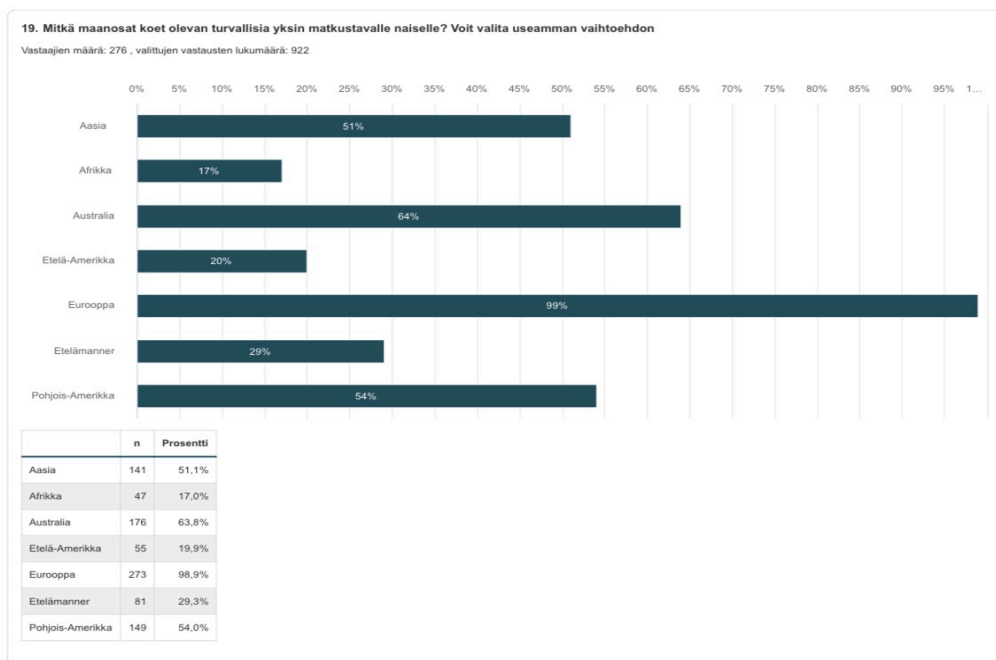
Taulukko 15. Yleisimmät vastaukset

Liikenne
Naisten asema yhteiskunnassa
Rahan loppumisen pelko
Turvaverkon puuttuminen
Informaation saavutettavuus
Kulkuvälineiden vaihto yöaikaan

6.5 Turvalliset maat yksin matkustavalle naiselle

Taulukon 16 vastaukset tukevat hyvin tietoperustaa sekä mitkä maanosat vastaajat kokevat olevan turvallisia yksin matkustavalle naiselle. Eurooppa koetaan vastaajien keskuudessa ylivoimaisesti (99 %) turvallisimmaksi maanosaksi. Toiseksi turvallis (63,8 %) vastanneiden mukaan oli Australia. Yksi mielestäni yllättävä tulos oli Pohjois-Amerikka, joka koettiin kolmanneksi turvallisimmaksi maanosaksi. Vasta neljänneksi (51,1 %) turvallis maanosa oli Aasia. Etelämanner koettiin turvallisemmaksi kuin Etelä-Amerikka ja Afrikka, vaikka Etelämantereella ei ollut kukaan vastaaja käynyt. Vähiten turvallisiksi (17 %) maanosaksi koettiin Afrikka.

Taulukko 16. Mitkä maanosat koet olevan turvallisia yksin matkustavalle naiselle? (n=276)



Kysymykset 20 ja 21 olivat avoimia kysymyksiä. Kysymyksessä 20 pyrittiin selvittämään, miten matkailupalvelut voisivat parantaa turvallisuuteen liittyviä palvelujaan, jotta vastaajat ostaisivat heidän tuotteitaan. Kysymyksessä 21 selvitettiin miten matkailijat toimivat, että kokevat olonsa turvallisiksi matkalla. Molempiin vastattiin suhteellisen samalla tavalla, joiden kautta löysin neljä teemaa. Yhtenä tärkeänä asiana vastauksissa korostui liikkuminen vain päiväsaikaan eikä pimeällä. Matkan suunnittelu auttaa pysymään aikataulussa ja tietää missä päin liikkuu yksin. Myös jatkuva havainnointi sekä huomiokyky auttavat tiedostamaan erilaisia tilanteita sekä paikkoja. Vastaajat suosittelivat, että passista kannattaa olla kuvakopio sekä toinen luottokortti. Vastauksissa oli erittäin hyviä ideoita, joihin matkailupalveluiden kannattaa keskittyä, jotta matkailija saa luotua itselleen turvallisen tunteen matkan aikana.

Ensimmäisenä teemana nousi esiin, että matkailupalveluiden tulisi huomioida ja tarjota enemmän palveluita yksin matkustavalle naiselle. Hintojen toivottiin olevan kohtuullisia yksin matkustavalle. Monet vastaajat mainitsivat, että matkailupalveluilla tulisi olla oma tukihenkilö, johon voisi ottaa yhteyttä ympäri vuorokauden. Jos tukihenkilöä ei ole saatavilla, vastaajat suosittelivat informoimaan lähipiirin missä päin liikkuu ja mitä matkailupalveluita käyttää. Turvallisuuden käsite nousi usein esille matkailupalveluiden valinnassa.

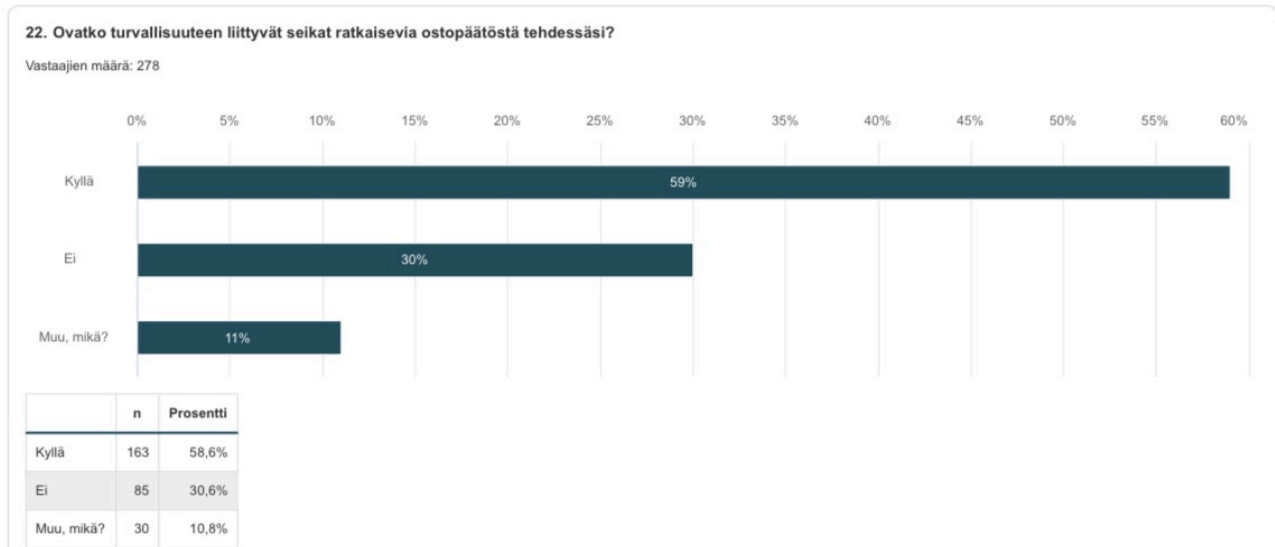
Toisena teemana nousi esiin matkailupalveluiden rehellisyys ja luotettavuus sekä hyvät tiedotuskanavat. Usein kannattaa perehtyä, selvittää ja varata matkailupalvelut etukäteen, jolloin matkailija saa turvallisen olon. Kattavat tiedot matkailupalveluista auttavat valitsemaan oikeat palvelut. Myös realistiset tiedot matkakohteen turvallisuudesta ovat asia, joka vaikuttavat yksin matkustavan naisen päätöksentekoon.

Kolmas teema näkyi selvästi vastaajien keskuudessa. Monet eivät ole kokeneet oloonsa turvattomaksi, joten heillä ei ollut mielipidettä, miten palveluja voisi parantaa. Vastauksissa ohjeistetaan naisia olemaan aina varuillaan ja käyttämään maalaisjärkeä matkalla. Vastaajien mukaan alkoholin poisjättäminen tai kohtuudella juominen matkan aikana vähensi huomattavasti turvattomuuden tunnetta. Oman toiminnan vaikutus matkalla keräsi eniten samankaltaisia vastauksia teemaan liittyen.

Majoituspalvelut nousivat esiin neljäntenä teemana. Suurin osa vastaajista haluaa majoituspalveluiden henkilökunnan olevan paikalla ympäri vuorokauden. Henkilökuntaan tutustuminen auttaa turvattomuuden tunteeseen ja heiltä saa usein hyviä neuvoja matkakohteesta ja niiden palveluista. Vastaajat toivoivat aitoja kuvia majoituksesta sekä rehellistä tietoa majoituspaikan alueen turvallisuudesta. Majoituspalvelujen luotettavat lukitusjärjestelmät ja valaistukset vaikuttavat päätöksentekoon. Vastauksissa saatiin ideoita, että majoituspalvelut voisivat tarjota majoituksia vain naisille ja ne olisivat halvempia vaihtoehtoja kuin kahden hengen majoitus. Myös yksi esille nouseva asia oli, että majoituspalveluilta toivotaan kuljetuksia, jos liikenneyhteydet saapuvat tai lähtevät pimeinä aikoina.

Taulukosta 17 huomaa, että vastaajista (58,6 %) kokee turvallisuuden tärkeänä ostospäätöstä tehdessä. 30,6 % vastaajista koki, ettei turvallisuus ole olennainen asia. Avoimeen kenttään suurin osa vastasi, ettei osaa sanoa onko turvallisuus tekijä.

Taulukko 17. Ovatko turvallisuuteen liittyvät seikat ratkaisevia ostospäätöstä tehdessäsi? (n=278)



Kysymys 23 oli kolmas avoin kysymys, jossa kartoitettiin mitkä maat koetaan olevan turvallisia yksin matkustavalle naiselle. Vastausten perusteella ne voidaan jakaa kahteen eri teemaan: maihin, joihin yksin naisena kannattaa ja ei kannata matkustaa. Kaksi maata, jotka jakoivat vastaajien mielipiteitä eniten, olivat Turkki ja Meksiko. Vastauksissa ei mainittu ainuttakaan Afrikan maata turvalliseksi. Tietoperusta ja edelliset vastaukset tukevat tämän kysymyksen vastauksia. Maat, jotka koetaan turvalliseksi, ovat pääosin Euroopassa, kuten Italia, Kreikka sekä Pohjoismaat. Euroopan ulkopuolisia turvallisiksi koettuja maita olivat Australia, Thaimaa, Indonesia, Kanada, Uusi-Seelanti, Brasilia ja Argentiina.

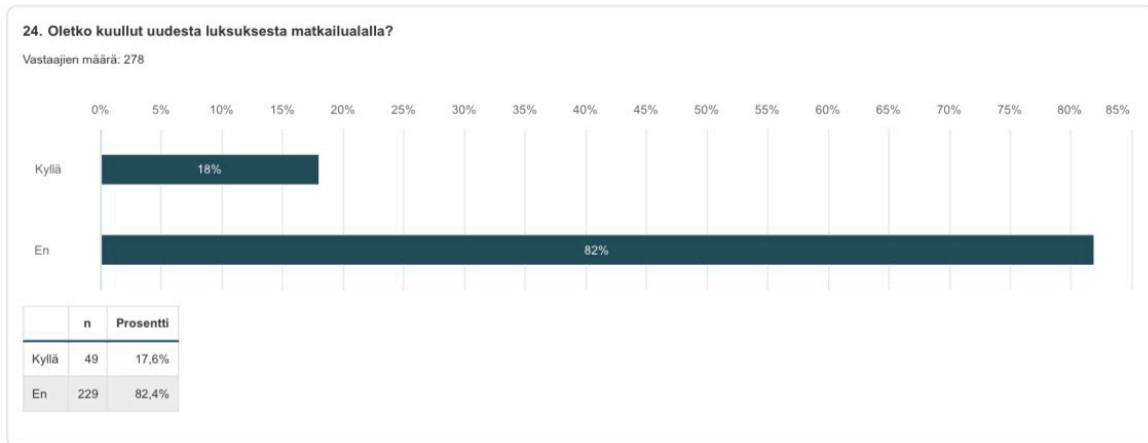
Useissa vastauksissa korostui maalaisjärjen käyttäminen, jolla usein pärjää matkan aikana. Monet vastaajat eivät matkustaisi maihin, joissa ei ole tasa-arvoa ja ihmisoikeuksia sekä joissa on äärimmäistä väkivaltaa. Vastauksissa neuvottiin välttämään maita, joissa on kriisi- tai sotatilanne meneillään. Monissa vastauksissa mainittiin, että ääri-islamilaiseen maahan ei matkustaisi yksin. Vastausten perusteella naiset eivät matkustaisi yksin turvattomiksi koettuihin maihin kuten Intia, Pakistan, Papua-Uusia Guinea, Intia, Venäjä ja Turkki. Vastauksissa mainittiin usein Afrikka, Etelä-Amerikka ja Väli-Amerikka turvattomiksi kohteiksi. Ulkoministeriön sivut ovat yksi hyvä tapa selvittää matkailumaan turvallisuutta.

6.6 Uusi luksus ja vastuullisuuden merkitys matkan aikana

Kysymykset 24–28 liittyivät uuteen luksukseen ja vastuullisuus matkan aikana. Kysymyksien tarkoituksena oli saada tietoa, tietävätkö vastaajat uudesta luksuksesta ja onko heillä kokemusta siitä. Tavoitteena oli selvittää vastaajilta, kuinka tärkeää on vastuullisuus matkan aikana. Kysymyksestä

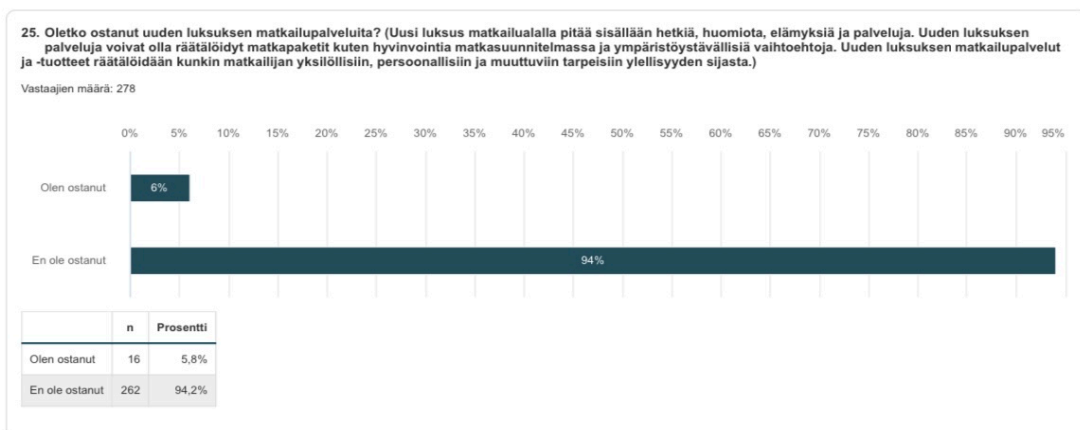
24 käy ilmi, että 82,4 % vastanneista eivät ole kuulleet uudesta luksuksesta. Tuloksista voi päätellä, että uuden luksuksen käsitettä ei ole suurin osa vielä kuullut.

Taulukko 18. Oletko kuullut uudesta luksuksesta matkailualalla? (n=278)



Kysymys 25 oli monivalintakysymys, jossa kysyttiin seuraavaa: oletko ostanut uuden luksuksen matkailupalveluita? Kysymyksessä selitettiin, mikä on uusi luksus. Vastaajista 94,2 % ei ollut ja vain 5,8 % oli ostanut uuden luksuksen palveluita. Vastauksesta voi päätellä, että uuden luksuksen matkailupalvelut eivät ole herättäneet kiinnostusta, joka heijastuu edellisiin tuloksiin, sillä monet eivät olleet siitä kuulleet, joten vastaajien on ollut vaikea ostaa uuden luksuksen palveluita.

Taulukko 19. Oletko ostanut uuden luksuksen matkailupalveluita?



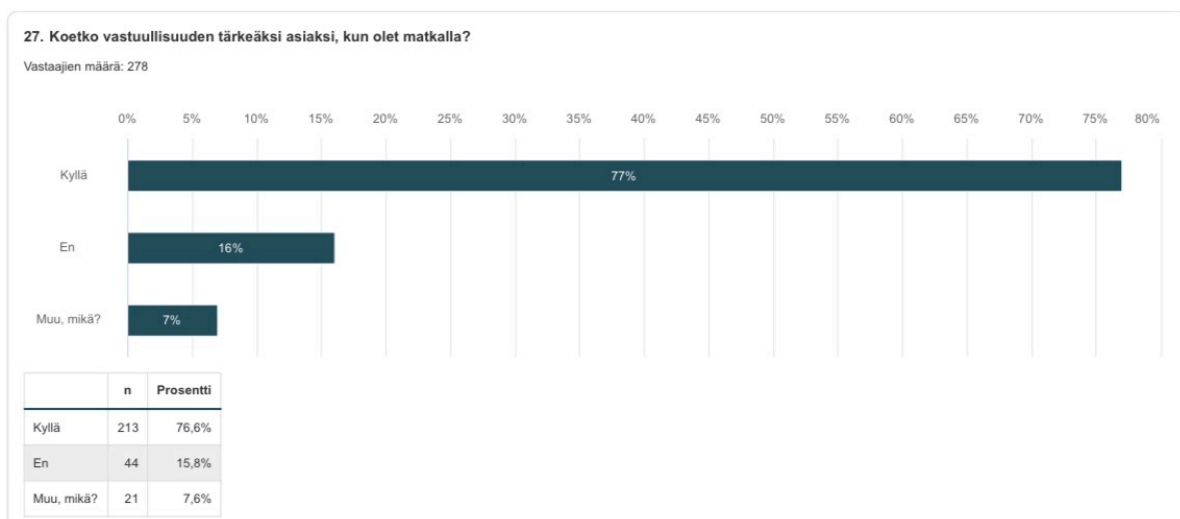
Kysymys 26 tarkoituksena oli selvittää, millaisia uuden luksuksen palveluita olet ostanut. Kysymys oli avoin kysymys, jotta vastaajat saivat itse spesifioida ostamia palveluita. Kuten edellisestä kysymyksen tuloksista voi päätellä, niin suurin osa vastaajista ei ole ostanut uuden luksuksen palveluita. Taulukosta 20 voi huomata, millaisia uuden luksuksen palveluita vastaajat olivat käyttäneet.

Taulukko 20. Uuden luksuksen palveluita käyttäneet

Luksustelttamajoitus
Räätälöity elämyspaketti
Joogaretriitti
Räätälöity safari-paketti
Elämyksiä

Kysymys 27 käsittelee seuraavaa: koetko vastuullisuuden tärkeäksi asiaksi, kun olet matkalla? Kysymys oli monivalintakysymys, jossa oli avoin vastauskenttä. Uusi luksus huomioidaan matkailun vastuullisuudessa. 76,6 % vastanneista kokee vastuullisuuden tärkeäksi ja 15,8 % vastaajista ei koe vastuullisuutta tärkeäksi matkan aikana. Avoimen kentän vastauksissa nousi esiin muutamia teemoja, joista yksi on hinnoittelu. Vastaajien mukaan yksin matkustaminen on kallista ja vastuullisuutta ei aina oteta huomioon hintojen takia. Avoimessa kentässä vastaajat kokivat vastuullisuuden tärkeäksi asiaksi, mutta se ei ole usein ratkaiseva tekijä valitessa matkailupalveluita.

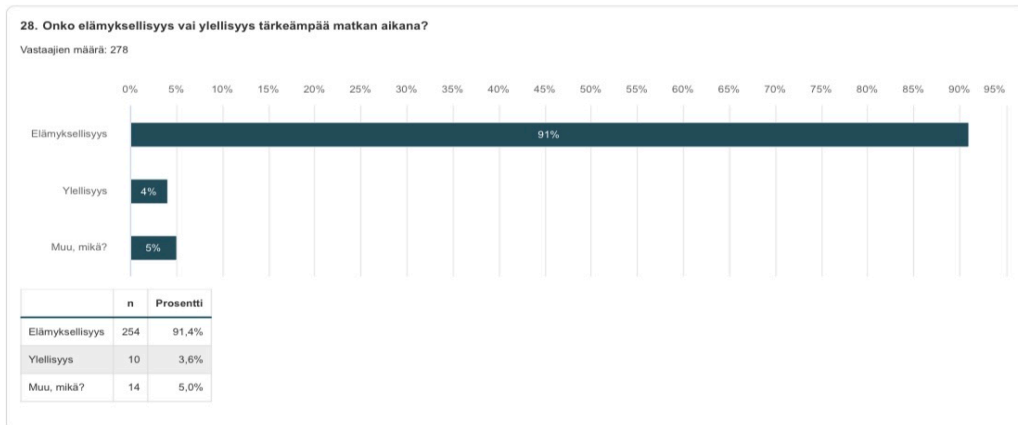
Taulukko 21. Koetko vastuullisuuden tärkeäksi asiaksi, kun olet matkalla? (n=278)



Kysymys 28 käsittelee seuraavaa: onko elämyksellisyys vai ylellisyys tärkeämpää matkan aikana? Vastausvaihtoehdot olivat elämyksellisyys, ylellisyys sekä avoin vastauskenttä. Kysymyksen tavoitteena oli vastakkainasettelu uuden ja vanhan luksuksen välillä, mutta kysymys aseteltiin siten, ettei

uutta ja vanhaa luksusta mainittu kysymyksessä. Yksin matkustavat naiset valitsevat mieluummin elämyksellisyyden kuin yllellisyyden. Avoimen kentän vastauksissa mainittiin usein asiat kuten matkalta saadut matkamuistot, vapauden tunne sekä ei mieti matkaa kummaltakaan kannalta.

Taulukko 22. Onko elämyksellisyys vai yllisyys tärkeämpää matkan aikana?



7 Johtopäätökset ja pohdinta

Tämä kappale käsittelee tutkimuksen taustatietoja, parhaita ohjeita yksin matkustavalle naiselle, kehitysehdotuksia matkailupalveluiden valinnassa, tutkimuksen luotettavuutta sekä oman oppimisen arviointia. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää mitkä asiat vaikuttavat matkailupalveluiden valintaan ja onko turvallisuus olennainen asia yksin matkustaessa. Tutkimuskyselyssä haluttiin myös selvittää vastanneiden tietoisuutta uudesta luksuksesta ja käyttävätkö he uuden luksuksen palveluita. Tutkimuksen tavoitteena oli saada laajempi ymmärrys yksin matkustavan naisen toiminnasta. Koen, että tietoperustassa ja tutkimustuloksien vastauksissa löytyi samankaltaisia asioita. Tutkimustuloksissa sai entistä kattavampaa tietoa vastaajilta, miten he kokevat yksin matkustamisen turvallisuuden ja millaisia matkailupalveluita he valitsevat.

7.1 Taustatiedot

Tutkimustuloksista voidaan todeta, että naiset nauttivat yksin matkustamisesta ja usein taustalla on halu saada kokemuksia ja elämyksiä matkoilta. Vastausten perusteella suurin ikäluokka oli 25–30-vuotiaat ja toiseksi eniten vastanneista oli yli 61-vuotiaita. Vastanneista suurin osa asui Uudellamaalla ja oli korkeakoulututkinnon suorittaneita. Tutkimuskyselyn perusteella voi päätellä, että naiset matkustavat yksin melko tasaisesti iästä riippumatta.

7.2 Yksin matkustavien valitsemia matkailupalveluita

Tulosten perusteella voidaan todeta, että yksin matkustavat suosivat matkailupalveluita kuten majoitus- ja ravintolapalveluita sekä kulkuvälineiden käyttöä, jotka olivat kaikista tärkeimpiä asioita. Yksin matkustava nainen haluaa kokea matkan aikana nähtävyyksiä, aktiviteetteja, tehdä ostoksia sekä tutustua maan kulttuuriin. Matkailupalveluiden valintaan vaikuttavia tekijöitä ovat hintataso, turvallisuus, luotettavat arvostelut sekä saavutettavuus. Naiset preferoivat tärkeimpänä asiana hintatason ja toiseksi oli turvallisuus valitessaan matkailupalveluita. Kolmantena yhtä tärkeinä asioina korostuivat luotettavat arvostelut sekä saavutettavuus.

7.3 Neuvoja turvallisuuden tunteen luomiseen yksin matkustavalle naiselle

Kannattaa pyrkiä valitsemaan luotettavia ja turvallisia matkailupalveluita. On suositeltavaa, että naisen yksin kulkiessa kannattaa suosia hyvin valaistua ja rauhallista ympäristöä, joka luo usein turvallisuuden tunnetta. Pimeään aikaan ei ole suositeltavaa liikkua yksin. Hyvä tapa luoda turvallisuuden tunnetta matkan aikana on hankkia tukihenkilö, joka voi olla kyseisen matkailupalvelun työntekijä, paikallinen henkilö kohteessa tai joku muu matkailija. Kannattaa valita ympäri vuorokauden auki olevia majoituspalveluita. Jos haluaa saada neuvoja naisten yksin matkustamisesta

turvallisuuteen liittyen, kannattaa liittyä naisten Facebook-ryhmiin. Siellä naiset jakavat kokemuksia yksin matkustamisesta.

Kyselylomakkeessa kävi ilmi, että Uber on matkakohteessa yksi turvallisimmista tavoista matkustaa yksin. Sijainnin jakaminen lähipiirille voi luoda turvallisuuden tunnetta, koska joku tietää jatkuvasti missä päin matkailija liikkuu. On myös suositeltavaa, että ennen matkaa selvittää ja tallentaa matkakohteen hätäpuhelinnumeron. Yksin matkustavalla naisella olisi hyvä olla majoituspalvelun henkilökunnan puhelinnumero, jos kohteessa tapahtuu jotain yllättävää. Myös nopea avunsaanti ja viestintä ovat tärkeitä asioita yksin matkustavalle naiselle.

Useimmiten yksin matkustava nainen kokee olonsa turvalliseksi, kun käyttää maalaisjärkeä. On hyvä selvittää matkakohteen turvallisuutta sekä toimia ohjeiden mukaisesti. Yksin matkustavana naisena turvallisinta on Euroopassa, Kaakkois-Aasiassa sekä Australiassa. Internetistä löytää lukematon määrä sivustoja, joissa annetaan vinkkejä yksin matkustavalle naiselle. Kyseisillä nettisivuilla ja blogeissa on annettu ohjeistuksia, miten naisten kannattaa toimia ollessaan yksin kohteessa. Usein vinkkeihin kuuluu itsepuolustusoppi ennen matkaa.

7.4 Kehitysehdotuksia matkailupalveluiden valinnassa yksin matkustavalle naiselle

Kyselytutkimuksen perusteella voi päätellä, että turvallisuuden huomioimista ja tiedottamista ei voi korostaa liikaa matkailupalveluissa. Turvallisuus ei ole koskaan itsestäänselvyys, vaan riskeihin täytyy varautua ja ehkäistä ne ennalta. Yksin matkustaessa kannattaa huomioida etukäteen matkakohteen turvallisuus ja sen myötä varata itselleen sopivat matkailupalvelut. Jokaisen matkailuyrityksen on syytä luoda toimintaohjeet turvallisuutta uhkaavien tekijöiden varalta. Asiakasturvallisuus on yhtä tärkeää, matkailupalveluissa, kulkuvälineissä sekä majoitus- ja ravitsemisyrietyksissä. Matkailuyrityksillä olisi hyvä olla koulutettu ja motivoitunut henkilökunta. Matkailuyritykset voisivat harkita erillisen tukihenkilön nimeämistä, johon voi ottaa yhteyttä milloin tahansa. Myös turvallisuusasioita on tärkeää kouluttaa vuosittain.

Tietoperustan ja tutkimustuloksien mukaan, naisille kohdennettua yksinmatkustamista tulisi markkinoida paremmin, koska he matkustavat yksin enemmän kuin miehet. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että he huomioivat turvallisuuden matkailupalveluiden ostospäätöstä tehdessä. Monet vastaajat eivät ole huomanneet matkailupalveluiden huomioivan naisen turvallisuutta, joten ne voisivat korostaa turvallisuuden merkitystä heidän palveluissaan. Usein majoituksia myydään kahdelle henkilölle yhden sijasta. Matkatoimistot voisivat markkinoida ja myydä paketteja yksin matkustavalle, jossa huomioidaan sopivat matkailupalvelut naisille ja se olisi huomioitu myös hinnassa.

Räätälöidyt paketit kuuluvat uuteen luksukseen. Yksin matkustavalle on tärkeää, että matkailupalvelut huomioivat hänen tarpeensa. Yksi hyvä keino markkinoida matkailupalveluita on sosiaalisen

median kautta, josta löytyy matkakohteita ja matkailupalveluita, joita halutaan. Vastuullisten matkailupalveluiden tuottaminen voi olla kilpailuvaltti, koska monet kokevat vastuullisuuden tärkeäksi asiaksi. Yksi hyvä idea olisi linkittää ulkoministeriön nettisivut kyseiseen matkakohteeseen. Ulkoministeriön sivut ovat erittäin luotettavat ja ajan tasalla matkustusmaan tilanteesta. Myös Travel Safe Abroad nettisivu käsittelee yksin matkustavien naisten turvallisuutta kohteessa ja mitä kannattaa huomioida. Erilaisia kameravalvontoja olisi hyvä olla matkailupalveluissa kuten majoituksissa, nähtävyyksissä sekä kulkuvälineissä.

7.5 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen tarkoituksena on saada mahdollisimman luotettavaa ja totuudenmukaista tietoa. Opinnäytetyössä otetaan kantaa myös työn luotettavuuteen eli reliabiliteettiin ja validiteettiin. Validiteetti tarkoittaa lyhyesti sitä, että tutkitaan oikeita asioita tutkimusongelman kannalta ja reliabiliteetti tutkimustulosten pysyvyyttä. Jos luotettavuus jää alhaiseksi, kirjoittajan on se huomioitava ja tuotava esille raportissaan. Tutkimus ei aina onnistu sataprosenttisesti, sillä käytännössä virhelähteitä on aina paljon, mutta luotettavuuskysymysten läpikäyminen antaa sen vaikutelman, että kirjoittaja on asian huomionnut. Täysin varmaa ja luotettavaa kysymysten esittämistapaa ei ole. Koska kysessä on kieli, tekstin voi ymmärtää monella tapaa. Esitetty kysymys voidaan myös tulkita monella tavalla. Mitään kysymysten teon teoriaa ei ole olemassa, vaan kysymysten laatimisen oppii kokemuksen kautta. (Kananen 2008, 13, 5, 79–80.)

Tutkimuksen luotettavuus olisi voinut olla parempi. Tutkimuskyselyssä olisi voinut olla spesifioitumpia kysymyksiä ja muutaman kysymyksen olisi voinut jättää pois. Myös muutamissa kysymyksissä olisi pitänyt saada valita useampia vaihtoehtoja kuin vain yhden. Tämä saattoi heikentää tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksessa pystyttiin perustietojen avulla karsimaan ne, jotka eivät kuuluneet kohderyhmään. Kyselytutkimukseen vastasi 278 naista, mikä oli odotettua huomattavasti enemmän. Vastauslomakkeen kaikkiin kysymyksiin ei ollut pakko vastata, joten eri kysymyksien vastausmäärissä saattaa olla pientä vaihtelua. Kaikkiin kysymyksiin vastasi vähintään 276 naista. Laajan vastausmäärän ansiosta tutkimusta voidaan pitää melko luotettavana.

7.6 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyön aiheen löysin opinnäytetyön kurssilla keväällä 2023, jolloin tutkimus toteutettiin ja opinnäytetyö aloitettiin. Aihe kuulosti mielenkiintoiselta ja itselleni sopivalta, koska olen matkustanut yksin naisena eri kohteissa. Kirjoittaminen alkoi hyvällä tahdilla helmikuussa ja mielenkiintoni aihetta kohtaan kasvoi, mitä pidemmälle opinnäytetyö eteni. Haastavinta opinnäytetyössä oli tietoperustan rakentaminen. Vaikeinta oli löytää käsitteisiin sopivia lähteitä. Myös kyselylomakkeen laatimisessa meni yllättävän kauan. Aloitin opinnäytetyön hiukan liian myöhään, koska loppukeväästä

tuli loppujen lopuksi kiire. Itseäni motivoi uusien asioiden oppiminen ja valmistuminen aikataulussa. Ohjaajani neuvoi kyselylomakkeen kysymyksissä ja etsi ajankohtaisia lähteitä opinnäytetyöhöni. Hän auttoi ongelmien kanssa ja olen kiitollinen hänen avustaan työssäni.

Opinnäytetyön kohokohta oli saada vastaajilta tuloksia ja niiden analysointi. Yllätyin, kuinka monet vastasivat kyselyyn. Oli hyvä huomata, että aiheeni oli ajankohtainen ja kiinnosti monia, jotka halusivat vastata kyselyyn. Facebook ryhmässä aihe herätti paljon hyviä keskusteluja vastaajien keskuudessa. Kyselylomakkeessa tein sen virheen, että muutamissa kysymyksissä olisi pitänyt saada valita useita vaihtoehtoja yhden vastausvaihtoehdon sijaan. Olen muuten tyytyväinen laatimaani kyselylomakkeeseen, mutta tarkentavia kysymyksiä olisi voinut olla muutama lisää. Myös muutamia kysymyksiä olisin voinut jättää pois, koska ne eivät vastanneet pääongelmaan ja alaongelmiin. Avoimien kysymysten ansiosta sain henkilökohtaisia vastauksia. Kyselylomakkeen tavoite oli pitää tiiviinä ja ytimekkäänä, mutta kyselystä tuli pidempi kuin ajattelin. Halusin, että vastaajien mielenkiinto säilyi kyselytutkimuksessa eikä veisi paljoa heidän aikaansa. Kyselylomakkeen ansiosta sain hyvin vastauksia pääongelmaan ja alatavoitteisiin, johon olin tyytyväinen. Lomakkeen seurauksena sain haluamani tulokset.

Opinnäytetyön tekeminen oli mielekästä, ja opin entistä enemmän aiheesta ja käsitteistä. Itseäni on aina kiinnostanut matkustaminen ja joskus yksin matkustaminen tekee matkasta ikimuistoisen. Turvallisuus on ollut tärkeimpänä asiana valitessani kohdetta, joten koin aiheen olevan hyödyllinen ja ajankohtainen kirjoitettavaksi. Yksi iso motivaatio oli tuottaa Haaga-Helian Uuden luksuksen palvelusprintti – hankkeelle mahdollisimman hyvä opinnäytetyö, josta olisi hyötyä matkailuyrityksille tulevaisuudessa. Olen tyytyväinen aikaansaamani tutkimukseen yksin matkustavan naisen turvallisuuspreferenssit vapaa-ajan matkailupalveluiden valinnassa.

Lähteet

- Adamsson, K. & Iloranta, R. 2019. Mitä on suomalainen luksusmatkailu? Visit Finland. Helsinki. https://www.businessfinland.fi/49aac3/globalassets/julkaisut/visit-finland/vfluksusmatkailuesite_final.pdf. Luettu: 17.3.2023.
- Amadeus 2015. Future Traveller Tribes 2030. Building a more rewarding journey. Luettavissa: <https://amadeus.com/documents/en/blog/pdf/2015/07/amadeus-traveller-tribes-2030-airline-it.pdf>. Luettu: 21.3.2023.
- Apollomatkat 2023. Yksin matkalle. Luettavissa: <https://www.apollomatkat.fi/lomavali-koima/yksin-matkalle>. Luettu: 11.5.2023.
- Arrow, K. 1950. A Difficulty in the Concept of Social Welfare, 58, 4, s. 1-29.
- Arrow, K. 1963. Social Choice and Individual Values. Yale University Press. New Haven.
- Andrew, C. & Shaw, M. 2005. Engendering crime prevention: international developments and the Canadian experience. Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice, 47, 2, s. 293-316.
- Australian Bureau Statistics 2005. 1301.0. Year Book Australia, 2005. Luettavissa: <https://www.abs.gov.au/Ausstats/abs@.nsf/7d12b0f6763c78caca257061001cc588/1a79e7ae231704f8ca256f720082feb9!OpenDocument>. Luettu: 20.4.2023.
- Berdychesky, L. 2016. Antecedents of young women's sexual risk taking in tourist experiences. Journal of Sex Research, 53, 8, s. 927-941.
- Bianchi, C. 2016. Solo Holiday Travellers: Motivators and Drivers of Satisfaction and Dissatisfaction. International Journal of Tourism Research, 18, 2, s. 197-208.
- Bond, M. 1997. Women Travellers: A New Growth Market.
- Bourne, M. 2014. Understanding security. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Brorström, N., Palmgren, K. & Väkiparta, S. 2016. Luksus: Suomalainen osaaminen kilpailuetuna. Alma Talent Oy. Helsinki. E-kirja. Luettu: 22.3.2023.
- Brännare, J., Kairamo, H., Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. 4 painos. WSOY.

- Butler, K. 1995. Independence for Western women through tourism. *Annals of Tourism Research*, 22, 2, s. 487–489.
- Capobianco, L. & Shaw, M. 2004. *Developing Trust: International Approaches to Womens Safety*. Montreal: International Centre for the Prevention of Crime.
- Chen, C. & Chen, F. 2010. Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31, 1, s.29–35.
- Edelheim, J. & Ilola, H. 2017. *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*. Hansaprint Oy. Turun E-kirja. Luettu: 25.3.2023.
- Ejupi, R. & Medaric, Z. 2022. Motives of Female Travellers for Solo Travel. *Academica Turistica*. Portoroz, 15, 2, s.177-185.
- Global Peace Index 2022. Measuring peace in a complex world. Luettavissa: <https://www.visionofhumanity.org/wp-content/uploads/2022/06/GPI-2022-web.pdf>. Luettu: 10.4.2023.
- Global Rescue 2021. What Traveling Women Want. Luettavissa: <https://www.global-rescue.com/common/blog/detail/best-trips-for-women/>. Luettu: 14.4.2023.
- Grönroos, C. 2000. *Palveluiden johtaminen ja markkinointi*. Porvoo. WS Bookwell Oy.
- Grönroos, C. 2000. *Service management and marketing: A customer relationship management approach*. Chichester. Wiley.
- Haaga-Helia 2022. Uuden luksuksen palvelusprintti-hanke. Hankkeen esittely. Luettavissa: <https://blogit.haaga-helia.fi/uuden-luksuksen-palvelusprintti/>. Luettu: 21.2.2023.
- Heikkilä, T. 2014. *Tilastollinen tutkimus*. 9. Uudistettu painos. Edita Publishing Oy. Helsinki.
- Helsingin yliopisto 2021. Syventävät tutkimusmenetelmät: Tekstianalyysi. Luettavissa: <https://studies.helsinki.fi/opintotarjonta/cur/hy-opt-cur-2021-6adacb40-bed6-4bae-9cf5-a718e45c241a>. Luettu: 4.5.2023.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. *Tutki ja kirjoita*. 15.–16. painos. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.
- Hyde, K. & Lawson, R. 2003. The nature of independent travel. *Journal of Travel Research*, 42, 1, s.13–23.

livari, P. 2012. Matkailun turvallisuus. Globaalit muutokset, paikalliset vaikutukset. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Rovaniemi.

Jordan, F. and Gibson, H. 2005. We're not stupid but we'll not stay home either. Experiences of solo women travellers. *Tourism Review International*, 9, 2, s. 195–212.

Kananen, J. 2008. Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän yliopistopaino. Jyväskylä.

Kapuściński, G. & Richards, B. 2016. News framing effects on destination risk perception. *Tourism Management*, 57, s. 234–244.

Kelley, C; 1992. Going solo: Why Women are worried. *Comde Nast Traveller*, 27, 2, s. 32-33.

Kilroy 2023. Miksi yksin matkustaminen kannattaa. Luettavissa: <https://www.kilroy.fi/yksin-matkustaminen/inspiraatiota-yksin-matkustaville/miksi-yksin-matkustaminen-kannattaa>. Luettu: 11.5.2023.

Kracht, J. & Wang, Y. 2010. Examining the Tourism Distribution Channel: Evolution and Transformation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 22, 736-757.

Kuusela, V. 2011. Tilastollisten otantatutkimusten monivaiheinen alku. Luettavissa: https://www.stat.fi/artikkelit/2011/art_2011-05-30_011.html?s=0. Luettu: 5.5.2023.

Lapland s.a. Sustainable tourism in Lapland. Luettavissa: <https://www.lapland.fi/visit/sustainable-tourism/>. Luettu: 22.3.2023.

Lin,C. & Fu,C. 2016. Changes in tourist personal values: impact of experiencing tourism products and services. *Asia Pacific J Tour Research*, 12, 2, s.173-186.

Matthews-Sawyer, M., McCullough, K. & Myers, P. 2002. Maiden voyages: The rise of women-only travel. *PATA Compass Magazine*, s. 36–40.

Mehmetoglu, M.,Hines, K., Graumann, C., Greibrokk, J. & Vacat, M. 2010. The relationship between personal values and tourism behaviour: a segmentation approach, 16, 17, s.17–27.

Montebelli, M. & Vavassori, M. 2017. The Essential Traits of Tourism Today: Values, Motivations and Trends. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 3, s.27-31.

Luettavissa: <https://pdfs.semanticscholar.org/827f/84ee08a8645afb9d399f23a1a3ef13bbaefa.pdf>. Luettu: 18.4.2023.

Mutimer, D. 2016. Critical security studies. A schismatic history.

Olbert, M. 2020. The Future of Luxury in Times of a Global Pandemic. Part One. Luettavissa: <https://martinaolbert.medium.com/the-future-of-luxury-in-times-of-a-global-pandemic-part-one-637af56dfa13>. Luettu: 20.4.2023.

Räty, R. 2018. Luksus 2.0. Aalto University. Aalto Insights. Aalto University Executive Education Oy. Luettavissa: <https://www.aaltoee.fi/aalto-leaders-insight/2018/luksus-2.0>. Luettu: 16.4.2023.

Saukkonen, K. 2004. Preferenssi ja sosiaalinen valinta. Turun Kauppakorkeakoulun julkaisija.

Seitamaa-Hakkarainen, P. 2014. Kvalitatiivinen sisällönanalyysi. Luettavissa: <https://metodix.fi/2014/05/19/seitamaa-hakkarainen-kvalitatiivinen-sisallon-analyysi/>. Luettu: 9.5.2023.

Sisäinen turvallisuus 2023. Suomi on maailman turvallisimaa. Luettavissa: <https://sisainturvallisuus.fi/sisaisen-turvallisuuden-tila>. Luettu: 23.3.2023

Solo Female travelers 2022. Solo Female Travel Trends & Statistics. Luettavissa: solofemaletravelers.club/solo-female-travel-stats/. Luettu: 19.4.2023.

Sönmez, S. F. & Graefe, A. R. 1998. Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*, 25, 1, s. 112–144. Luettavissa: http://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/s_sonmez_influence_1998.pdf. Luettu: 16.4.2023.

Tikkanen, S., Aapio, L., Kaarnalehto, A., Kammonen, L., Laitinen, J., Mikkonen, J. & Pisto, M-H. 2017. Ammattina turvallisuus. 3.uud.p. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Tilastokeskus s.a. Hae käsitteitä. Matkailija. Luettavissa: <https://www.stat.fi/meta/kas/matkailija.html>. Luettu: 23.3.2023.

Tjäreborg 2023. Lomasuosituksia yksin matkustaville. Luettavissa: <https://www.tjareborg.fi/>. Luettu: 11.5.2023.

Travel Guard 2023. Women's Travel Safety. Luettavissa: <https://www.travel-guard.com/travel-resources/travel-safety/womens-travel-safety>. Luettu: 10.5.2023.

Travel Safe – Abroad s.a. How Safe Is Finland for Travel? Luettavissa: <https://www.travelsafe-abroad.com/finland/>. Luettu: 23.4.2023.

Tui 2023. Vinkkejä yksin matkustavalle. Luettavissa: <https://www.tui.fi/inspiration/vinkkejä-yksin-matkustaville/>. Luettu: 11.5.2023.

Tuominen, H. 2020. Naiset, rauha ja turvallisuus – ajankohtaisempia kuin koskaan? Kosmopolis, 50, 4, s. 3–6. Luettavissa: <https://researchportal.helsinki.fi/en/publications/naiset-rauha-ja-turvallisuus-ajankohtaisempia-kuin-koskaan-p%C3%A4%C3%A4kir>. Luettu: 27.3.2023.

UNWTO 2005. Sustainable Development of Tourism. Luettavissa: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>. Luettu: 23.3.2023.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Tammi. Helsinki.

Vilkka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. uudistettu painos. PS- Kustannus. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 8.5.2023.

Visit Finland. s.a. Health and Safety in Finland. Luettavissa: <https://www.visitfinland.com/en/practical-tips/health-and-safety/>. Luettu: 23.4.2023.

Visit Finland s.a.b. Vastuullinen matkailu. Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu>. Luettu: 22.4.2023.

Visit Finland 2019. Mitä on suomalainen luksusmatkailu? Helsinki. Luettavissa: https://www.businessfinland.fi/49aac3/globalassets/julkaisut/visit-finland/vfluksusmatkailuesite_final.pdf. Luettu: 27.2.2023.

Visit Nordic 2023. Safety in Finland. Luettavissa: <https://www.visitnordic.com/en/article/safety-in-finland>. Luettu: 23.4.2023.

Whitzman, C., Legacy, C., Andrew, C., Klodawsky, F., Shaw, M. & Viswanath, K. 2012. Building Inclusive Cities: Women's safety and the right to the city. Taylor & Francis Group. Routledge. London & New York. E-kirja. Luettu: 27.3.2023.

Wilson, E., & Little, D. 2005. A 'relative escape'? The impact of constraints on women who travel solo. Tourism Review International, 92, s. 155–175.

Wisevoter s.a. Safest Countries in the World. Luettavissa: <https://wisevoter.com/country-rankings/safest-countries-in-the-world/>. Luettu: 10.4.2023.

World Economic Forum 2019. Travel & Tourism Development Index 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. Luettavissa: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf. Luettu: 25.3.2023.

World Population review 2022. Safest Countries in the World 2023. Luettavissa: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/safest-countries-in-the-world>. Luettu: 23.3.2023.

WTO. Services: Tourism and travel-related services. Luettavissa: https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm. Luettu: 28.2.2023.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Yksin matkustavan naisen turvallisuuspreferenssit vapaa-ajan matkailupalveluiden valinnassa

1. Sukupuoli *

- ☐ Nainen
- ☐ Mies
- ☐ Muu
- ☐ En halua mainita

2. Minkä ikäinen olet? *

- ☐ Alle 18 vuotta
- ☐ 18-24 vuotta
- ☐ 25-30 vuotta
- ☐ 31-35 vuotta
- ☐ 36-40 vuotta
- ☐ 41-45 vuotta
- ☐ 46-50 vuotta
- ☐ 51-55 vuotta
- ☐ 55-60 vuotta
- ☐ Yli 61 vuotta

3. Asuinpaikka *

- ☐ Ahvenanmaa
☐ Etelä-Karjala
☐ Etelä-Pohjanmaa
☐ Etelä-Savo
☐ Kainuu
☐ Kanta-Häme
☐ Keski-Pohjanmaa
☐ Keski-Suomi
☐ Kymenlaakso
☐ Lappi
☐ Pirkanmaa
☐ Pohjanmaa

- ☐ Pohjois-Karjala
☐ Pohjois-Pohjanmaa
☐ Pohjois-Savo
☐ Päijät-Häme
☐ Satakunta
☐ Uusimaa
☐ Varsinais-Suomi
☐ Asun ulkomailla

4. Koulutustaso? *

- ☐ Peruskoulu
☐ Ylioppilastutkinto
☐ Toisen asteen tutkinto
☐ Korkeakoulututkinto
☐ Tohtorintutkinto

5. Nykyinen/ viimeisin työtehtävä?

6. Mihin matkakohteeseen/ matkakohteisiin matkustit yksin? (Matkakohde voi olla maa/ kaupunki) *

7. Mitä kautta etsit matkailupalveluja? Voit valita useamman vaihtoehdon. *

- ☐ Liikenneyhtiöiden sivustot (lento-, juna-, laivayhtiöt)
- ☐ Matkatoimisto (esim. Aurinkomatkat, Tui, GetYourGuide...)
- ☐ Matkahakusivustot (esim. Momondo, Trivago...)
- ☐ Yksityinen palveluntarjoaja matkakohteessa
- ☐ Hotellisivustot
- ☐ Sosiaalinen media
- ☐ Muu, mikä? _____

8. Haluatko joskus matkustaa yksin? *

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ Muu, mikä? _____

9. Kuinka monta kertaa olet matkustanut yksin?

- ☐ 1-3
- ☐ 4-6
- ☐ 7-10
- ☐ Yli 10 kertaa

10. Mikä on ollut matkasi kesto keskimäärin?

- ☐ 1-2 päivää
- ☐ 3-4 päivää
- ☐ 5-6 päivää
- ☐ Yli 7 päivää

11. Oletko matkustanut yksin ulkomailla vai Suomessa?

- ☐ Ulkomailla
- ☐ Suomessa
- ☐ Olen matkustanut ulkomailla ja Suomessa

12. Millaiset seikat saivat sinut valitsemaan yksin matkustamisen?

- ☐ Kokemuksen ja elämyksellisyyden takia
- ☐ Itsenäistymisen takia
- ☐ Halusin tavata uusia ihmisiä
- ☐ Halusin tuntea oloni vapaaksi
- ☐ En saanut matkaseuraa
- ☐ Muu, mikä? _____

13. Millaisia matkailupalveluita ostat useimmiten matkustaessa yksin? Voit valita useamman vaihtoehdon

- ☐ Majoitus
 - ☐ Maa-, juna-, laiva- ja lentoliikenne
 - ☐ Ruokailu
 - ☐ Aktiviteetit
 - ☐ Ostokset
 - ☐ Välinevuokraus
 - ☐ Nähtävyydet
 - ☐ Kokous- ja koulutus
 - ☐ Ostan matkatoimistolta matkapaketin
 - ☐ Muu, mikä?
-

14. Mikä on ollut matkailun tarkoitus?

- ☐ Aktiiviloma
 - ☐ Hyvinvointiloma
 - ☐ Kaupunkiloma
 - ☐ Taide- ja kulttuuriloma
 - ☐ Luontomatkailu
 - ☐ Perheen tai ystävien luona käyminen
 - ☐ Muu, mikä?
-

**Yksin matkustavan naisen
turvallisuuspreferenssit
vapaa-ajan
matkailupalveluiden
valinnassa**

**15. Oletko löytänyt
matkailupalveluita, jotka huomioivat
yksinmatkustavan naisen? ***

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ Muu, mikä?

[Edellinen](#)[Seuraava](#)

16. Mitkä asiat vaikuttavat matkailupalveluiden valintaan asteikolla 1-5? 1= Ei vaikuta ollenkaan, 5= Vaikuttaa erittäin paljon *

	1	2	3	4	5
Turvallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hintataso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saavutettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luotettavat arvostelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ystävien/ tuttavien palaute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisten mielipide	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkailupalveluiden kieli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vastuullisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Koetko matkailupalveluiden huomioivan tarpeeksi naisen turvallisuutta?*

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ Muu, mikä?

18. Millaisissa asioissa koet turvattomuutta matkakohteessa asteikolla 1-5? 1= Ei vaikuta ollenkaan, 5= Vaikuttaa erittäin paljon

	1	2	3	4	5
Rikollisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Väkivalta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seksuaalinen häirintä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luonnon ääri-ilmiöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sota	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taudit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulttuuriset erot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maan poliittinen tilanne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Muu, mikä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Mitkä maanosat koet olevan turvallisia yksin matkustavalle naiselle? Voit valita useamman vaihtoehdon

- ☐ Aasia
- ☐ Afrikka
- ☐ Australia
- ☐ Etelä-Amerikka
- ☐ Eurooppa
- ☐ Etelämanner
- ☐ Pohjois-Amerikka

20. Miten matkailupalvelut voisivat parantaa turvallisuuteen liittyviä palveluitaan, jotta ostaisit heidän tuotteitaan yksin matkustavana naisena? (Matkailupalvelu tarkoittaa erilaisia palveluita kuten majoitusta, ohjelmapalveluita, ruokapalveluita, ostoksia ja tapahtumia.) *

21. Miten toimit, että koet olosi turvalliseksi matkalla? *

22. Ovatko turvallisuuteen liittyvät seikat ratkaisevia ostopäätöstä tehdessäsi?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ Muu, mikä?

23. Mitkä maat koet olevan turvallisia yksin matkustavalle naiselle? *

24. Oletko kuullut uudesta luksuksesta matkailualalla? *

- ☐ Kyllä
☐ En

25. Oletko ostanut uuden luksuksen matkailupalveluita? (Uusi luksus matkailualalla pitää sisällään hetkiä, huomiota, elämyksiä ja palveluja. Uuden luksuksen palveluja voivat olla räätälöidyt matkapaketit kuten hyvinvointia matkasuunnitelmassa ja ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja. Uuden luksuksen matkailupalvelut ja -tuotteet räätälöidään kunkin matkailijan yksilöllisiin, persoonallisiin ja muuttuviin tarpeisiin ylellisyyden sijasta.) *

- ☐ Olen ostanut
☐ En ole ostanut

26. Millaisia uuden luksuksen palveluita olet ostannut?

27. Koetko vastuullisuuden tärkeäksi asiaksi, kun olet matkalla? *

- ☐ Kyllä
☐ En
☐ Muu, mikä?

28. Onko elämyksellisyys vai ylellisyys tärkeämpää matkan aikana?

- ☐ Elämyksellisyys
☐ Ylellisyys
☐ Muu, mikä?