



Matkatoimistojen vähentymisen vaikutus matkasuunnitteluun

Ulrica Eklund

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Restonomi

Opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

| |
|---|
| Tekijä(t) Ulrica Eklund |
| Tutkinto Restonomi |
| Raportin/Opinnäytetyön nimi Matkatoimistojen vähentymisen vaikutus matkasuunnitteluun |
| Sivu- ja liitesivumäärä 22 + 4 |
| <p>Tämä opinnäytetyö käsittelee matkatoimistoiden vähenemisen vaikutusta nykypäivän matkustamiseen, sekä matkanvaraustapoihin. Fyysiset matkatoimistot ovat alkaneet hävitä kaupungeilta digitalisaation sekä internetin yleistymisen myötä. Monet matkatoimistot ovat siirtäneet palvelunsa kokonaan verkkoon. 1900-luvun lopussa ja 2000-luvun alussa fyysisiä matkatoimistoja käytettiin todella paljon matkanvaraukseen, ja niiden aikakausi alkoi olla ohitse internetin yleistymisen nojalla. Matkatoimistot eivät kuitenkaan ole kadonneet kokonaan, mutta huomattavaa muutosta on kuitenkin havaittavissa.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimusongelmana oli selvittää ihmisten matkanvaraustapoja nykypäivänä, sekä matkatoimistoiden vähentymisen vaikutusta tutkimuksen vastaajiin. Tutkimuksen kohderyhmänä oli pääsääntöisesti 18–30-vuotiaat nuoret aikuiset, sekä yli neljäkymmentävuotiaat. Tutkimuksen tarkoituksena on verrata eri ikäryhmien tutkimusvastauksia keskenään. Tutkimuksessa tutkitaan myös matkatoimistojen käyttöastetta.</p> <p>Tutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää, ja tutkimus toteutettiin verkkokyselynä Google Forms palvelun avulla. Kyselyä jaettiin sosiaalisen median eri alustoilla, ja tarkoituksena oli saada vastauksia mahdollisimman monelta eri ikäryhmältä. Tutkimusta jaettiin sosiaalisessa mediassa viikon ajan marraskuussa 2023.</p> <p>Tutkimuksen tuloksiin sekä tietoperustaan viitaten voimme todeta matkatoimistojen käytön vähentymisen. Tutkimuksessa tuli ilmi ihmisten suuri motivaatio varata nykyään matkat itse valinnanvapauden sekä kilpailutuksen nojalla. Matkan halutaan varata itse, koska siinä pystyy tutkia eri vaihtoehtoja, kilpailuttaa, sekä varata palvelut erikseen. Raha, ja säästösytyt tuli tutkimuksessa suuresti esille itsevarauksen puolelta. Tuloksissa tuli kuitenkin esiin se, että matkatoimistoiden palveluita käytetään jonkun verran edelleen verkossa, sekä verkkomatkatoimistoiden chat palveluita. Fyysisiä matkatoimistoja kaivataan jonkun verran, mutta määrä jää suhteellisen pieneksi.</p> <p>Keskeisenä tuloksena havaittiin, että itsevaraus on nouseva ja toimiva trendi. Fyysisten matkatoimistoiden kaipuu jää vähäiseksi, mutta käyttöastetta tapahtuu edelleen virtuaalisesti. Eri matkanvarauspalveluita käytetään paljon, ja nykyään ostetaan lentoja ja majoituksia paljon erikseen valinnanvapauden sekä kilpailutuksen nojalta.</p> |
| Asiasanat Matkatoimistot, Matkanjärjestäjät, Lomasuunnittelu, Digitalisaatio, Internetin yleistyminen |

Sisällys

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Matkatoimistot | 3 |
| 2.1 | Matkatoimistojen historiaa | 4 |
| 2.2 | Matkatoimistojen käyttötarkoitus..... | 6 |
| 2.3 | Matkanjärjestäjän eri käsitteitä | 6 |
| 2.4 | Matkatoimistopalveluiden muutos..... | 8 |
| 2.5 | Matkatoimistopalveluiden vaihtoehtoiset tavat..... | 10 |
| 3 | Tutkimusmenetelmä | 12 |
| 3.1 | Kvantitatiivinen tutkimus..... | 13 |
| 3.2 | Tutkimuksen merkitys..... | 13 |
| 3.3 | Aineiston keruu | 14 |
| 3.4 | Tutkimuskyselyn suunnittelu..... | 14 |
| 4 | Tutkimustulokset | 16 |
| 4.1 | Analyysi..... | 16 |
| 5 | Johtopäätökset ja pohdinta..... | 22 |
| | Lähteet..... | 24 |
| | Liitteet 1–14, tutkimuskyselyn tutkimustuloskaaviot..... | 26 |

1 Johdanto

Tämä on tutkimuksellinen opinnäytetyö, joka tutkii matkatoimistojen vähenemisen vaikutusta ihmisten matkasuunnitteluun. Matkatoimistot on ollut todella suuressa asemassa 1900-luvun lopulla ja 2000-luvun alulla, ja varsinkin vanhemmat ikäluokat ovat käyttäneet niitä todella paljon matkustamisen tullessa suosituimmaksi. Nyt on alkanut tulemaan se aikakausi, kun digitalisaation myötä matkatoimistoja näkee entistä vähemmän vuosi vuodelta. Digitalisaation myötä usean alan toimipisteitä sekä konttoreita on alkanut katoamaan, sillä ne pystytään korvaamaan digitaalisilla välineillä. Myös matkanvaraukset sekä matkasuunnittelu on pystytty sähköistämään, jonka takia myös vanhanaikaiset kivijalka- matkatoimistot ovat alkaneet katoamaan kaupungeilta. Matkatoimistot ovat siirtyneet perinteisistä kivijalkaliikkeistä internettiin, ja nykypäivänä 80 % matkanvarauksista tehdäänkin verkossa. (Rammi 2017).

Opinnäytetyön on tarkoituksena selvittää Google-Forms palvelussa toteutettavan kyselyn avulla, sitä, miten ihmiset 2023-luvulla suunnittelevat sekä varaavat matkoja ilman matkatoimistoja, ja kuinka paljon matkatoimistojen vähentyminen on vaikuttanut vastaajien matkustamiseen. Kyselyssä verrataan eri ikäisten matkanvaraustapoja. Kohderyhmää ovat nuoret aikuiset, jotka taitavat internetin sekä digitaaliset välineet hyvin, sekä toisena kohderyhmänä onkin sitten +40-vuotiaat aikuiset, jotka ovat eläneet sitä aikaa, kun matkatoimistojen käyttö on ollut todella yleistä sekä suosittua. Kyselyn tarkoituksena on selvittää näiden kohderyhmien matkatottumuksia, matkanvaraustapoja sekä matkatoimistojen vähenemisen vaikutusta heidän matkustamiseensa, sekä verrata näitä vastauksia sitten keskenään.

Aihetta on tärkeää tutkia siltä kannalta, jotta löydettäisiin vastaus kysymyksiin, kuten onko matkatoimistojen aikakauden eläneillä vaikeuksia matkustaa digitalisaation myötä, vaikuttaako se heidän motivaatioonsa, tai määriin matkustaa. Vanhemmat ikäluokat ovat tottuneet enemmän ”vanhanaikaisiin” matkanvaraustapoihin, kuten fyysisiin matkatoimistoihin, kun puolestaan nuoremmat ikäluokat ovat kasvaneet internetin kanssa, ja tottuneet sähköisiin varausjärjestelmiin. Saamme tutkimuksella vastauksia mm. siihen, että olisiko fyysisille matkatoimistoille vielä haluntaa ja käyttöä, vai ovatko ihmiset omaksuneet nykyaikaisen matkanvaraustavan.

Opinnäytetyö sai ideansa siitä, kun oltiin varaamassa matkaa sähköisesti, ja vieressä todettiin fyysisten matkatoimistojen kaipuuta. Siitä heräsi mielenkiinto, ja haluttiin lähteä selvittämään erityisesti sitä, miten nuoret aikuiset sekä vanhemmat ikäluokat nyt 2023-luvulla varaavat sekä suunnittelevat lomamatkoja, ja miten heidän vastauksensa eroavat toisistaan.

Opinnäytetyössä käydään läpi matkatoimistojen historiaa, matkatoimistojen käyttötarkoitusta & nykyaikaista matkanvaraustapaa, tutkimusta- sekä sen tuloksia. Lopussa on tutkimusanalyysi sekä johtopäätökset & pohdintaosio.

2 Matkatoimistot

Matkatoimistot myyvät asiakkaille lomamatkoja, jotka tulevat usein pakettina. Matkatoimistoiden matkoihin voi kuulua esimerkiksi lennot, hotelli, kiertoajelu, kyyti tai aktiviteetti. Matkatoimistot pysyvät räätälöidä palveluitaan erilaisiin asiakkaiden tarpeisiin. Matkatoimistoilla on useita yhteistyökumppaneita, joihin kuuluvat esimerkiksi majoituspalveluita sekä lentoyhtiöitä. Matkatoimistot matkojen myymisen lisäksi auttavat asiakasta matkaan liittyvien järjestelyiden kanssa, kuten viisumin hankkimisen tai maahantuloilmoituksien kanssa.

Matkatoimistot toimivat niin fyysisesti kuin verkossakin, mutta nykypäivänä suurin osa on siirtynyt jälkimmäiseen vaihtoehtoon. Matkatoimistot myyvät asiakkaille lomamatkoja, niin fyysisesti kuin internetissäkin. Idea on molemmissa täysin sama, mutta toteutustapa erilainen.

Matkatoimistot eivät aina laskuta asiakasta matkanvarauksesta tai suunnittelusta, sillä saavat matkavarauksista komissiota. Kuitenkin jossain tapauksissa he laskuttavat asiakkaalta esimerkiksi varausmaksua tai laskutusmaksua, ja tällä tavalla matkatoimistot tienaa rahaa. Isoimmat matkatoimistot pystyvät suuremman kysynnän avulla tarjoamaan asiakkailleen isompia alennuksia ja halvempia hintoja, jonka avulla he houkuttelevat enemmän asiakkaita luokseen. (Handler toukokuu 2005, 0–1 min.)

Matkatoimistoja ovat mm: Apollomatkat, Aurinkomatkat, Tjäreborg, Tui, Trivago, Rantapallo & Napsu. Nämä kaikki kyseiset matkatoimistot löytyvät googlaamalla, ja jokaisella matkatoimistolla on omat verkkosivut, missä he myyvät matkapalveluitaan.

Kun mennään esimerkiksi matkatoimisto Tjäreborgin verkkosivuille, aukeaa meille paljon erilaisia matkatarjouksia erilaisiin kohteisiin. Voimme verkkosivuilla määrittää lähtöpaikan, matkakohteen, matkan keston, ajankohdan sekä henkilömäärän. Tjäreborgilla erilaisia lähtöpaikkavaihtoehtoja olivat Helsinki, Jyväskylä, Kuopio, Oulu, Rovaniemi, Tampere, Turku sekä Vaasa. Matkakohteita oli hyvin paljon erilaisia, Eurooppaa, Aasiaa sekä Amerikkaa. Matkan pituudeksi oli mahdollista valita 1 viikko, 2 viikkoa, 3 viikkoa, 4 viikkoa, sekä erikseen vielä pidempiä lomamatkoja. Kun olit täyttänyt kriteerit nettisivulle, se antoi sinulle parhaan mahdollisen sopivan matkan, joka vastaa toivomuksiasi.

Esimerkki: Etsitään hypoteettisesti lomamatkaa Tjäreborgin nettisivuilta, asetetaan lähtöpaikaksi Helsinki, ja valitaan viikon matkan Egyptiin kesällä 2024 kahdella aikuisella. Tjäreborgin nettipalvelu avaa erilaisia vaihtoehtoja kuvien kera. Erilaisiin vaihtoehtoihin kuuluu mm. erilaiset hotellit erilaisilla mukavuuksilla, ja mahdollisuus verrata myös esimerkiksi sopivuutta lapsille, matkaa keskustaan, arviointea, etäisyyttä rantaan tms. Matkatoimiston sivuilla voidaan suodattaa todella paljon,

mm. sään mukaan, lapsisopivuuden mukaan, mahdollisuuden all inclusiveen, helppoon liikkumiseen ja uintimahdollisuuksiin asti. Matkatoimiston nettipalvelun kautta on hyvin paljon vaihtoehtoja, ja pystytään vertaamaan eri vaihtoehtoja keskenään. Jos ollaan avoimia myös spontaanimmalle reissulle, kuten sille että et aseta kohdetta tai lähtöpäiviä, on matkatoimistoiden sivuilla myös valmiiksi räätälöityjä pakettimatkoja. Pakettimatkojen palveluihin kuuluu aina vähintään lennot & hotelli, mutta lisäpalveluita on myös saatavilla. Katselin eri matkatoimistojen verkkosivuja, ja pääpiirteittäin kaikilla on sama idea. Valikoidaan matkan kohde, kesto sekä henkilömäärä, ja erilaisia suodattimia on paljon.

2.1 Matkatoimistojen historiaa

Kun puhumme niin sanotuista kivijalkamatkatoimistoista, Suomessa niiden historia sijoittuu 1897-luvulle, kun Helsingin päärautatieasemalla ryhdyttiin lippukauppaan rautateillä matkustaville. Helsingin päärautatieasemalla alettiin myymään kansainvälisiä kuponkilippuja. Kansalaiset olivat tykänneet kovin ideasta, ja suosion kasvun myötä perustettiin Suomen ensimmäinen matkatoimisto. Matkatoimisto perustettiin vuonna 1909, ja matkatoimisto oli nimeltään Suomen matkatoimisto Oy. Matkatoimiston päätoimiala oli liikematkailu. (Suomen matkailualan liitto s.a.)

Suomalaisten kiinnostus lähteä ulkomaille juurtaakin juurensa sodasta. Ennen sotia ulkomaanmatkustus ei ollut suomalaisille mielenkiinnon kohteena. Ennen talvisotaa suomessa oli kolme voimissaan olevaa matkatoimistoa, Helsingissä, Vaasassa, Turussa sekä Tampereella. Suomessa sodan aikaan sekä sodan jälkeen sen aikaisilla matkatoimistoilla oli vaikeaa. Sodan jälkeiset matkatoimistot kärsivät ankeista olosuhteista ja toiminta oli puutteellista sekä rajoitettua. Suomalaiset uskoivat kuitenkin matkatoimistoihin, ja usko alan kehitykseen oli suomalaisilla vahvaa luokkaa. Kansa alkoi toipumaan sodasta, ja vaarallisuuden tunne oli kansalaisilla läsnä. Suomalaisia alkoi kiinnostaa täten matkustaminen myös ulkomaille kotimaan matkustelun lisäksi. Tähän aikaan kuitenkin ulkomaille matkustaminen oli ”rikkaiden hommaa”, johon jokaisella tavallisella tallaajalla ei ollut varaa. Merkittävä aloitus matkatoimistobisnekselle suomessa oli ensimmäinen seuralento, joka lensi Espanjan pääkaupunkiin, Madridiin vuonna 1951. 1950-luvulla matkatoimistojen suosio nousi räjähdysmäisesti, ja matkatoimistobisnes alkoi levittämään siipiänsä koko maahan. 1950-luvulla matkatoimistojen tullessa suosituimmaksi päivä päivältä alan osaajia tarvittiin, mutta niitä ei silloin ollut. Tuohon aikaan alalla ei myöskään ollut lakisääteisiä suojia, kuten kuluttajansuojalakia. Alalla järjestettiin ensimmäinen matkatoimistovirkailijakurssi samaisena vuonna. (Suomen matkailualan liitto s.a.)

Edetään vuoteen 1960, tällöin Suomessa matkustus oli kasvanut jo hurjasti laajemmalle tasolle. Matkojen luonne oli ennen ollut liikematkustustyyppistä, opintomatkvoja, seuramatkvoja, ja nyt se oli muuttunut jo lomamatkailuksi. Ongelma kuitenkin oli se, että uudet tulijat eivät välttämättä olleet rehellisiä alalla. Yhdistykset sekä yritykset eivät välttämättä pystyneet suojaamaan jäsenistöään epärehellisiltä toimijoilta. Tämän avuksi tuli valtiovalta, ja matkatoimistoasetus tuli luvanvaraiseksi vuonna 1968. (Suomen matkailualan liitto s.a.)

1960 - luvulla matkojen luonne oli muuttunut edellisistä matkatyypeistä lomamatkoiksi, aurinkolomiksi. Ennen tätä matkustaminen oli enemmänkin varakkaiden puuhaa, mutta tässä vaihetta historiaa matkustus oli alkanut olemaan jo sopivaa myös keskiluokkaisille. Matkustus ei enää ollut enää vain rikkaiden puuhaa. (Suomen matkailualan liitto s.a.)

Matkatoimistot ovat kokeneet paljon nousuja kuin laskuja toimialallaan. Matkatoimistobisnes on kokenut hurjaa nousua, kuin takapakkiakin mm. sodan sekä laman jälkeen. 1960- luvulla matkustaminen koki hyvän aikakauden sekä hurjan nousun toimialallansa, mutta 1976 öljykriisi aiheutti laman, joka loi matkatoimistobisnekselle taas vaikeuksia. 1977 matkatoimistot kävivät läpi lähes kuukauden kestäneen työtaistelusodan matkatoimistovirkailijoiden kanssa. Tämä tuotti vaikeuksia koko matkatoimistobisnekselle sekä tuotti koko alalle vaikeuksia. 1982 matkatoimistobisneksellä oli taas nousun, hyvän kauden aika. (Suomen matkailualan liitto s.a.)

Kun menemme vuoteen 1977- SMY – eli suomen Matkayhdistys alkoi suunnittelemaan messutoimintaa matkailualalle. Helsingin Finlandia-- talolla järjestettiin ensimmäiset matkamessut vuonna 1983. Messut olivat nimeltään Matka & Matkailu. Ensimmäiset messut olivat suuret siihen aikaan nähden, ja kävijöitä olikin jo yli 13 000 kävijää. Messut tulivat tavaksi, ja messuja alettiin järjestämään vuosittain joitain poikkeuksia lukuun ottamatta. Messut alkoivat olemaan suosittumia vuosi vuodelta, ja 25 vuotta myöhemmin ensimmäisistä messuista kävijämäärä oli jo noin 85 000 kävijää, ja näyttelyn pinta-ala oli kuusinkertaistunut. (Suomen matkailualan liitto s.a.)

Matkatoimistobisnes koki suuren helpotuksen vuonna 1978, kun kuluttajia suojaava kuluttajansuojalaki astui voimaan. Ongelma- ja valitustilanteissa asiat siirtyivät käsiteltäväksi kuluttajansuojalaille, eikä ne olleet enää matkatoimistojen käsiteltävissä. Tähän aikaan myös matkailu- sekä matkatoimistobisneksessä alettiin perustamaan sekä liittymään liittoihin. (Suomen matkailualan liitto s.a.)

Suomi liittyi EU:hun vuonna 1.1. vuonna 1995, kansan äänestettyä liittymistä 56,9 prosenttisesti. (Eduskunta-Suomen liittyminen Euroopan unioniin -tietopaketti). Tämä tarkoitti matkailubisnekselle EU:n mukana tullutta valmismatkalakia sekä valmismatkaehtoja. Tämä tarkoitti sitä, että valmismatkoista valtio alkoi perimään arvonlisäveroaa. (Suomen matkailualan liitto s.a.)

2.2 Matkatoimistojen käyttötarkoitus

Matkatoimistojen pääideana on myydä ihmisille valmiita, tai räätälöityjä matkoja- sekä matkapaketteja asiakkaille. Matkatoimistoiden tärkeisiin tehtäviin kuuluu myös auttaa asiakasta mm. viisumiha-
kemuksien kanssa, ongelmatilanteiden- & peruutustilanteiden kanssa sekä budjetoinnin kanssa.

Matkatoimistojen sekä matkanjärjestäjän käyttötarkoitus on nimenomaisesti matkan järjestäminen asiakkaan toiveilla. Matkatoimistot sekä matkanjärjestäjät ovat erikoistuneet vieraanvaraisuuteen sekä lomamatkojen järjestämiseen. Matkanjärjestämiseen voi kuulua mm. hotellin, lentojen, auton-
vuokraus, budjetointi, nähtävyyksien & aktiviteettien suunnittelu tms. Matkatoimistot sekä matkan-
järjestäjät auttavat asiakasta myös mm. viisumi- sekä maahantuloasioiden kanssa, vakuutuksien
kanssa, lähtöselvityksien tekemisessä peruutusturvan- sekä ongelmatilanteiden kanssa. Matkatoi-
mistot räätälöivät matkoja niin yksittäisille ihmisille, perheille, ryhmille kuin yrityksillekin. Lomamat-
kaa järjestäessä matkatoimiston tai matkanjärjestäjän kautta on tärkeää asiakkaan puolelta kertoa
toiveet sekä suuntaa budjetille, ja matkan järjestäjän puolestaan on tärkeää kertoa sopimusehdot
tarkasti. (Western Governors University s.a.)

Matkatoimisto on suuressa osassa siinä, että he suunnittelevat ja toteuttavat asiakkaalle lomamat-
kan heidän sopimaansa kohteeseen. Jos matkatoimisto järjestää esimerkiksi isoille ryhmille mat-
koja tiettyyn kohteeseen, se tuo paljon turismia kyseiselle alueelle. Koska matkatoimisto on ollut
järjestämässä matkan, ja kaikki ei menekään suunnitellusti, voi asiakkaalle jäädä huono mielikuva
kohteesta matkanjärjestäjän takia. Tämän takia matkanjärjestäjät sekä matkatoimistot sanotaan
tunnettavan ”mielikuvanrakentajana”. (Tourism Notes 2018–2023)

2.3 Matkanjärjestäjän eri käsitteitä

Matkatoimistot, matkanvälittäjät sekä matkanjärjestäjät ajavat samoja asioita, mutta tarkoittavat
kuitenkin eri asiaa. Moni näistä yrityksistä näistä voivat toimia niin kivijalkaliikkeissä, kuin internetis-
säkin. On olemassa erilaisia matkatoimistoja, matkanjärjestäjiä- ja tapahtumantuottajia, jotka voi-
daan luokitella eri kategorioihin.

Yksinkertaisuudessaan **matkanjärjestäjä** myy- ja välittää matkapaketteja suoraan kuluttajalle.
Matkanjärjestäjä myy asiakkaalle mm. pakettimatkoja, majoitusta, kiertoajeluita, ryhmä- sekä kier-
toajeluita ja ryhmämatkoja niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Matkanjärjestäjät räätälöivät val-
miiksi matkapaketteja myytäväksi, eikä niitä räätälöidä sen enempää. Matkanjärjestäjä voi ostaa

välittäjiltä palveluita ja luoda näistä omia paketteja myytäväksi, tai matkanjärjestäjät voivat omistaa esimerkiksi omia autoja tai lentokoneita mitä matkanjärjestäjät käyttävät paketeissaan. Matkanjärjestäjien kilpailu on kovaa varsinkin nykypäivänä. (Tourism Notes 2018–2023)

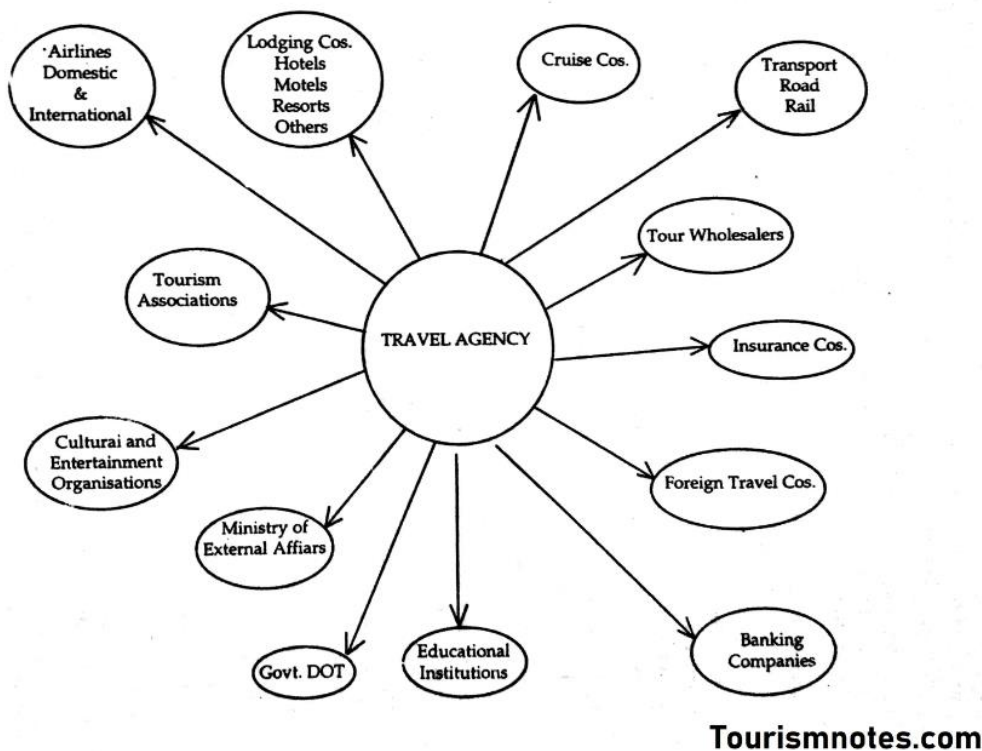
”A travel agent” tarkoittaa henkilöä, joka tuntee lähes täydellisesti matkapaketit, matkailutuotteen, kohteet, matkustustavat, ilmaston, majoituksen ja muut matkaan liittyvät asiat. Teknisesti ottaen siis kyseinen henkilö toimii matkatoimiston omistajana tai johtajana, ja on vastuussa turistien sekä työntekijöiden neuvonnasta. (Tourism Notes 2018–2023)

Matkatoimisto puolestaan suunnittelee, kokoaa sekä myy matkapakettipalveluita. Matkatoimistot tekevät yhteistyötä eri tahojen kanssa, joihin kuuluu mm. lentoyhtiöt sekä majoituspalvelut. Matkatoimistot yrittävät luoda asiakkaalle ikimuistoisia lomamuistoja. Matkatoimistot räätälöivät pakettejaan asiakkaan toiveiden perusteella, ja suunnittelevat heille sopivan matkapaketin. Matkatoimistot auttavat asiakkaita matkaan liittyvissä järjestelyissä, suunnittelevat räätälöityjä paketteja myös kasvotusten, sekä auttavat asiakkaita ongelmatilanteissa. (Western Governors University s.a.)

Online travel agency, lyhenteeltä **(OTA)** tarkoittaa verkossa toimivaa matkatoimistoa. Verkossa toimiva matkatoimisto välittää suoraan asiakkaalle erilaisia palveluita, joihin voi kuulua esimerkiksi aktiviteetteja, majoituksia, lentoja, autoja, kierroksia sekä ajeluita. Verkossa toimiva matkatoimisto OTA saa tuloja mm. nettisivuilla toimivista mainoksista. Matkatoimiston sivuilla on mahdollisuus myös virtuaaliseen asiakaspalveluun, sekä myös palautteen antoon. (Expedia Group s.a.)

Destination Management company, lyhenteeltä **(DMC)** tarkoittaa tietyllä alueella tai tietyssä kohdemaassa tai kaupungissa toimivaa organisaatiota. DMC:t ovat yleensä pieniä organisaatioita, jotka toimivat isojen organisaatioiden lisänä. DMC:t ovat mukana luomassa ja järjestämässä lukuisia erilaisia matkakokemuksia, ja myyvät omia pakettejaan yhteistyökumppaneille. DMC:llä on yleensä vuosien kokemus ja tietoisuus paikallisesta kohdealueesta. Suomessa on olemassa esimerkiksi Finland DMC. (Macrae 7.5.2021)

Destination marketing organization **(DMO)** tarkoittaa tietyllä alueella, maassa, kaupungissa tai kunnassa toimivaa yritystä. Nämä yritykset ovat yleensä isompia paikan mukaan, ja niiden rooli on tietyn alueen mainostaminen, sekä matkustajien houkutteleva. Nämä yritykset yrittävät markkinoida aluettaan, saavuttaakseen lisää kävijöitä. He yrittävät houkutella erityisesti matkailijoita, yrityksiä sekä tietysti myös yksityishenkilöitä. DMO:t toimivat yhteistyössä paikallisten matkailuyrityksien kanssa. Suomen esimerkki DMO:sta on mm. Visit Finland. (Revfine. s.a.)



Kuva 1. Matkatoimiston haarat. (Tourism Notes 2018–2023)

2.4 Matkatoimistopalveluiden muutos

Fyysisten matkatoimistojen vähentyminen on näkynyt huomattavasti digitalisaation sekä internetin yleistymisen jäljiltä. Ihmiset ostavat nykyään lomamatkansa internetin kautta, fyysisten matkatoimistojen sijasta. Kun mennään internet selaimen ja googlataan hakusanalla ”matkatoimistot”, tulee esiin lukematon määrä eri matkatoimistojen sivuja. Internetistä löytyy esimerkiksi tjäreborgia, deturia, tuita, rantapalloa & apollomatkvoja. Internetistä voidaan helposti ostaa valmiita matkapaketteja, joita matkatoimistot ovat valmiiksi räätälöineet, ja helposti etsiä matkoja myös omien kriteereiden mukaan.

Tilanne ei kuitenkaan ole ollut näin aina, sillä ennen kaupungit ovat olleet täynnä fyysisiä matkatoimistoja, joihin on ennen vanhaan kävelty sisälle ostamaan matkaa. Matkatoimistoiden palvelut ovat automatisoitu kulujenkin leikkaamiseksi, ja matkanvaraus jääkin kuluttajan harteille. Puhutaan, että mikään ei korvaa vuorovaikutusta oikeiden ihmisen kanssa, kun puhutaan matkustamisesta. Sillä ei ole merkitystä tapahtuuko vuorovaikutus lentokentällä, hotellissa tai nähtävyydellä, mutta tutkimukset osoittavat, että vuorovaikutus oikeiden ihmisten kanssa on tärkeässä roolissa tyytyväisyyden luomiseksi, jota automaatiot eivät pysty tekemään. (Lehto 2019)

”Yritysten määrä ei ole pudonnut, mutta toimipisteiden määrä on. Sivutoimistoja ei enää juurikaan ole. Edes katukuvassa ei enää näy entiseen tapaan isojen matkatoimistojen toimipisteitä” (Rammi 2017)

Taloustaitolehdeessä kirjoittaneen Riitta Rimmin mukaan yritysten määrä ei ole vähentynyt, mutta fyysisten kivijalkaliikkeiden määrä on. Hänen sanojensa mukaan Fyysisiä matkatoimistoja ei näy enää edes katukuvissa. Hänen tietojensa mukaan matkatoimistot ovat siirtyneet verkkoon jo noin 80 prosenttisesti, mutta suurin lasku on jo tapahtunut, ja nyt on tasaista. Hän kuitenkin painottaa sitä, että aina on ihmisiä, jotka haluavat edelleen fyysistä palvelua, tai vähintään palvelua puhelimen kautta. Hänen mukaansa mm. Chat-apupalveluiden käyttö on yleistynyt sitten kivijalkaliikkeiden jälkeen huomasti. Hyötyjä tässä asiassa kuitenkin hänen mielestään on, ja yksi hyödyistä on mm. se, että eri matkapalveluiden sekä tuotteiden vertailu ei enää sido ihmisiä mihinkään, on ilmaista ja helppoa vertailla erilaisia matkavaihtoehtoja internetissä. Haittapuolia hän mainitsee mm. siinä, että internetin väärät tiedot voivat koitua asiakkaalle hankalaksi ja jopa vaaralliseksi. Internetissä täytyy olla tarkkana, ja internetissä onkin tärkeää osata vertailla oikein. (Rammi, 2017)



Kuva 2. Tutkimustulos matkatoimistojen ja nettivarausten välillä (Martin Armstrong 2023)

Puhelimitse haastateltiin henkilöä, joka on käyttänyt ennen paljon fyysisiä matkatoimistoja. Haastateltavalta kysyttiin matkatoimistoiden suosiosta ennen, sekä niiden vähentymisen näkyvyydestä.

”Fyysisiä matkatoimistoja käytettiin todella paljon 1900 luvun lopulla–2000 luvun alulla. Aleksanterinkadulla Helsingissä niitä oli ainakin paljon. Aleksanterinkadulla matkatoimistoina toimivat ainakin Spies sekä Aurinkomatkat, ja matkatoimistoihin käveltiin sisään ostamaan matkaa. Matkatoimistoissa oli hyvin paksuja, 200–300 sivuisia matkaesitteitä, joissa oli kohteita, lentoja, hotelleja sekä hintoja. Opasta pystyttiin katsomaan, jonka jälkeen käveltiin matkatoimistovirkailijalle ostamaan haluama lomamatka. Matkatoimistoissa oli usein pitkä jono, ja vuoroa virkailijalle sai odottaa. Matkatoimistojen vähentyminen alkoi näkyä siinä, kun internetin käyttö yleistyi. Ihmiset alkoivat ostaa matkoja netistä, ja jossain kohtaa todettiin, että matkatoimistoille tai virkailijoille ei ollut enää tarvetta. Fyysiset matkatoimistot alkoivat yksi kerrallaan häviämään. Matkatoimistojen suosion aikana tuli niitä paljonkin käytettyä.” (Eklund 11.11.2023).

2.5 Matkatoimistopalveluiden vaihtoehtoiset tavat

Eletetään vuotta 2023 ja matkanvarausmenetelmät ovat pitkälti siirtyneet kokonaan internettiin, sekä sähköisiin matkanvarausmenetelmiin. Nykypäivänä internet on täynnä erilaisia palveluntarjoajia, nettisivuja, lento- sekä majoituspalveluiden verkkosivuja. Valintaa ja vapautta on todella paljon, eikä erilaisten matkojen katsominen tai suunnittelu itsessään ei sido mihinkään. Hintoja, kohteita, lentoja sekä majoituksia on hyvin helppoa verrata, sekä kilpailuttaa omaan budjettiin sopivaksi. Vaikka matkatoimistot ovat alkaneet kadota fyysisesti kaupungeilta, löytyy ne kuitenkin edelleen internetistä. Matkatoimistoiden palvelut ovat muuttaneet vain muotoaan, ja siirtyneet verkkoon. Matkatoimistoiden sivuilla on mm. valmiita pakettimatkoja sekä chat- palveluita käytössä.

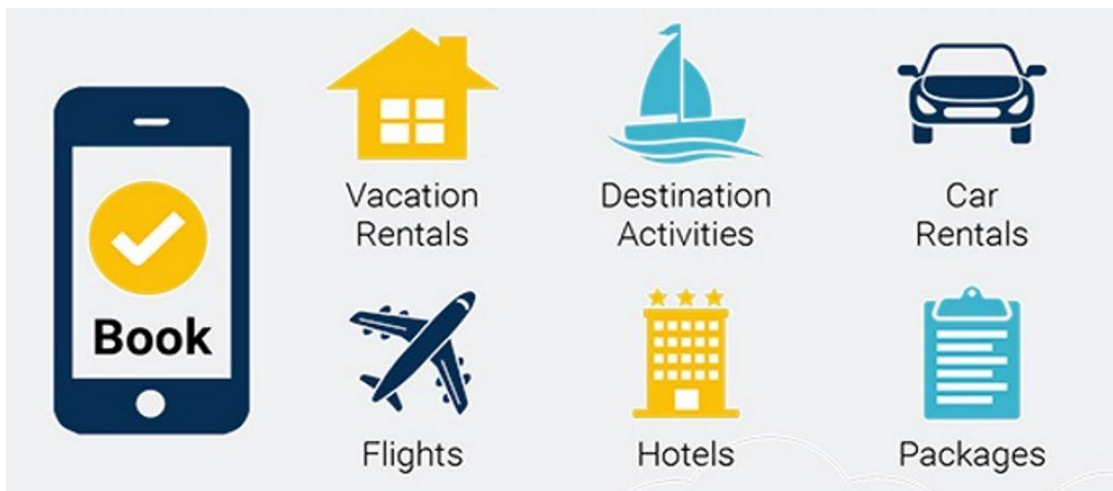
Matkoja varataan nykyään paljon itse internetistä, ja erikseen varattavat paketit (lennot & hotelli) tuntuvat tulevan paljon halvemmaksi, kuin valmis matkatoimiston kehittämä matkapaketti. Erilaisia lennonvaraussivustoja on esimerkiksi lentoyhtiöiden omat sivut (mm. Finnair, Norwegian, Ryanair, Turkish Airlines jne. Puolestaan erilaisia hotellinvaraussivuja ovat esimerkiksi Booking.com, Trivago, Hotels.com tms. Matkat voidaan varata täysin erikseen, kuten lennot sekä hotellit kyseisten palveluntarjoajien kautta, mutta heidän nettisivuillaan on mahdollisesti mahdollista ostaa myös lennon lisäksi hotellin alennuksella.

Esimerkki nykypäiväisestä matkanvaraustavasta: Mm. sosiaalisessa mediassa, kuten Instagramissa saattaa tulla jonkun lentoyhtiön mainos, esimerkiksi Norwegianin. Mainos koskee joulukuun lentotarjouksista, joten lennon varaaja siirtyy heidän nettisivuillensa katsomaan erilaisia

vaihtoehtoja. Vaihtoehtoisesti lennon varaaja siirtyy suoraan mm. Google-Flights sivustolle, ja pystyy katsomaan avoimesti erilaisia lentoja eri kohteisiin hinnan mukaan.

Majoituksen suhteen kohdemaalla on paljon merkitystä hintojen suhteen. Jossain kohteissa mm. hotellin sekä AirBnb:n hintaero on todella huomattava, kuin jossakin kohteissa hotellit ja asunnot maksaa lähemmäs yhtä paljon. Majoitusvarauksessa katsotaan erilaisia palveluntarjoajia, mm. Booking.comia, AirBnb:tä sekä Hostelworldia, ja katsotaan kohteen hintatason eri majoitusvaihtoehtojen välillä. Varataan se vaihtoehto, mikä koetaan parhaimmaksi. Parhaan vaihtoehdon matkustaja voi määrittää esimerkiksi hinnan perusteella, mukavuuksien perusteella, majoituksen perusteella, tai lentoaikojen/ päivien perusteella.

Kilpailutetaan itse, katsotaan eri palveluntarjoajia ja vertaillaan eri vaihtoehtoja. Asiat hoidetaan matkatoimistoiden sijaan itse, sekä verkossa.



Kuva 3. Online-matkatoimistoiden varauksen tiloja verkossa (Kevin May 2016)

3 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä on käytetty internetissä toteutettavaa kyselykaavaketta. Kysely toteutettiin Google Forms alustalla. Kyselyssä oli yhteensä 16 kysymystä, joista 14 kysymystä oli monivalintatyyppejä kyllä/ei vastauksia, ja kyselyn loppuun oli toteutettu vielä kaksi avointa kysymystä tiedon keruun maksimoimiseksi. Tutkimuskyselyn vastaamiseen meni noin 5 minuuttia, ja tutkimuskysely pyrittiinkin pitämään helposti vastattavana. Kyselyn tavoitteena oli saada vastauksia nuorilta aikuisilta (ikäryhmiltä 18-30) sekä +50-vuotailta, verratakseen keskenään eri ikäluokan vastauksia olennaisiin kysymyksiin. Kyselyssä oli olennaista nimenomaan se, että miten ihmiset nykyään varaavat sekä suunnittelevat lomamatkoja matkatoimistojen vähenemisen sekä digitalisaation aikakauden aikana, ja onko matkatoimistojen vähentyminen vaikuttanut vastaajien matkustusmotivaatioon, tai siihen, kokevatko vastaajat matkustamisen nykypäivänä hankalammaksi digitalisaation myötä.

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kysely, koska koettiin että kyselyn avulla pystytään maksimoimaan eri näkökulmat eri ikäisiltä ihmisiltä. Tutkimuskysely tutkimusmenetelmänä toimii myös hyvin, sillä pystytään itse muotoilemaan kysymykset juuri siihen muotoon, että saat vastaukset juuri haluamiisi ongelmakohtiin, sekä mielteisiin. Google-forms on helppokäyttöinen, tehokas, sekä siinä on matala kynnyys vastata, sillä vastaukset ovat anonymoivia. Google Forms työkalulla pystytään hyvin keräämään dataa, käsitellä vastauksia visuaalisesti sekä luoda erilaisia taulukoita sekä päätöksiä vastausten perusteella.

Kun kyselyä lähdettiin kehittämään, alettiin ensiksi miettimään ikäryhmiä. Ikäryhmät olivat tässä kyselyssä hyvin oleellinen asia, vastausten vertailemiseksi. Kyselyssä olennaista oli juuri se, että miten ihmiset nykypäivänä varaavat matkoja, mistä palveluista, sekä millä tapaa. Ennen internetiä matkat on varattu matkatoimistojen kautta, ja nykyään palvelut ovat siirtyneet internetiin, joten oletusarvona voimme olettaa että +50-vuotiaat ovat käyttäneet matkatoimistojen palveluita enemmän kuin nuoret. Oletusarvona taas nuoret sitten taitavat paremmin matkanvarauksen sähköisesti, verrattuna esimerkiksi tuohon 50 ikävuotisiin. Pyrin tekemään kysymykset kyselyyni hyvin helposti vastattaviksi, kyllä/ei periaatteella. Tutkimuskyselyssä oli kaksi avointa kysymystä, sekä 14 monivalintaa. Kyselyyn annettiin viikko aikaa vastata.

Kyselyä jaettiin omalla sosiaalisen median alustoilla, Instagram-tarinoissa, Snapchat- tarinassa sekä Facebookissa. Kyselyä jaettiin myös WhatsApp keskusteluiden välityksellä, sekä muita ihmisiä kannustettiin jakamaan kyselyä myös eteenpäin.

3.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Tässä opinnäytetyössä käytetty tutkimus on kvantitatiivinen tutkimus, joka tarkoittaa määrällistä tutkimusta, joka perustuu numeroihin. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin missä, paljonko, määrä, kuinka usein? Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ilmiötä kuvaillaan matemaattisen pohjan sekä syyseuraussuhteiden perusteella.

Kvantitatiivisen tutkimuksen kanssa kulkee käsi kädessä kvalitatiivinen tutkimus, joka on puolestaan laadullinen tutkimus ja perustuu oikean elämän havaintoihin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään saamaan kokonaiskuva ilmiön ymmärtämisen, oikean elämän ja tiedon pohjalta. Laadullisella tutkimuksella on erilaisia tutkimusmenetelmiä. (Jyväskylän yliopisto, laadullinen tutkimus).

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voidaan mm. laatia kysymyksiä etukäteen, joihin tutkimushenkilöt voisivat mahdollisimman vapaamuotoisesti ottaa kantaa, saavuttamaan tutkijaa saamaan luonnollisen kuvan tutkittavasta aiheesta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa voidaan käyttää esimerkiksi teemahaastatteluja, ryhmätilanteita tai internet-kyselyitä. Tätä kutsutaan ymmärtäväksi tutkimusmenetelmäksi, ja sen tarkoituksena onkin kartoittaa ilmiötä yhteiskunnassa maksimaalisella tavallaan. Kvantitatiivista tutkimusta voidaan säilyttää niin itsenäisesti, kuin myös kvantitatiivisen tutkimuksen tukena. (Tilastokeskus s.a.)

Kvantitatiivinen tutkimus on puolestaan määrällinen, joka perustuu puhtaasti numeroiden sekä logiikan pohjalle. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa perinteisiä aineistonkeruumenetelmiä ovat mm. internetkyselyt, lomakekyselyt, strukturoidut haastattelut, puhelinhaastattelut, systemaattinen havainnointi sekä kokeelliset tutkimukset. (Heikkilä 2014, 8)

Tutkimukseen on valittu kvantitatiivinen eli numeerinen tutkimus sen takia, koska haluttiin saada tutkimushenkilöiltä mahdollisimman paljon tietoa. Tutkittava aihe on sellainen, johon määrällinen tutkimus oli parempi vaihtoehto.

3.2 Tutkimuksen merkitys

Opinnäytetyö tutkii kivijalkamatkatoimistoiden katoamisen vaikutusta ihmisten matkustamiseen nykypäivänä. Matkanvaraus on muuttunut todella huomattavasti sitten 2000- luvun alun, ja matkanvaraus onkin siirtynyt melkein kokonaan sähköisiin palveluihin.

Tutkimuksen tärkeitä kysymyksiä ovat: Onko matkustaminen hankalampaa matkatoimistoiden vähennyttyä, osaako ihmiset varata lomamatkoja nykypäivän digitaalisten työkalujen avulla, kaipaavatko ihmiset vieläkin vanhanaikaisia matkatoimistoja?

Tätä aihetta on tärkeää tutkia koska kaikille se sähköinen matkanvaraustapa ei välttämättä olekaan niin helppoa, ja he saattaisivat tarvita apua siihen. Tarvitaanko enää kivijalkamatkatoimistoja, vai alkaako niiden aika oikeasti olla ohitse?

3.3 Aineiston keruu

Tutkimusaineisto kerättiin nimettömällä kyselyllä Google-forms alustalla. Aineisto kerättiin vastausten perusteella, jolla keräsimme laadullisen aineiston, jonka pystyimme sitten muuttamaan dataksi sekä diagrammeiksi. Tutkimuskysely pyrittiin pitämään mahdollisimman helppona vastata, ja kyselystä ei haluttu luoda liian pitkää.

Tutkimuksella ei ollut tavoitevastausmäärää, mutta tavoitteena oli kuitenkin saada vastauksille ikähajontaa verratakseen tutkimuskysymyksien vastauksia keskenään. Vastausten dataa pyritään käymään perusteellisesti ja laadukkaasti läpi.

Tutkimuskyselyä jaettiin sosiaalisen median eri alustoilla, ja vastausaikaa kyselylle annettiin viikko, marraskuussa 2023.

3.4 Tutkimuskyselyn suunnittelu

Tutkimuskyselyn suunnittelu etukäteen on tärkeää, ja siinä pitää ottaa tiettyjä asioita huomioon. Kyselyn laatijan tulisi olla laaja-alaisesti tietoinen tutkittavasta aiheesta. Tutkimuslomakkeen pituus sekä ulkoasu ovat tärkeitä asioita tutkimuskyselyä laatiessa, koska ihmiset eivät jaksu vastata liian pitkiin tutkimuslomakkeisiin, tai lomakkeisiin, jotka ovat epäselkeitä. Tutkimuslomakkeen kysymykset tulee olla erillään, ja helposti erotettavissa toisistaan. Tämän voi tehdä esimerkiksi viivoilla tai laatikoilla. Kyselyssä tulisi ottaa myös huomioon vähemmistöt, ja luoda vastausvaihtoehtoja myös heille vastattavaksi. Tutkimuslomakkeessa olisi tärkeää luoda vastaajalle luottamusta, ja kertoa esimerkiksi henkilötietojen käsittelystä vastaajalle. Lomakkeen olisi tärkeää olla johdonmukainen, ja helposti vastattavissa. Tutkimuksen kysymykset kannattaa muotoilla tarkasti ja selkeästi, sekä siihen muotoon mihin tutkittava haluaa juuri saada vastauksia. Tieteellisessä tutkimuksessa tulisi välttää varmuuden vuoksi kysymistä, joka näyttää tutkimuksen laatijan ymmärtävän oman tutkimuslomakkeen aiheensa. Kysymyksien vastausvaihtoja tulisi miettiä tarkkaan, koska liian spesifit vastaukset voivat johtaa siihen, että se voi heikentää mittaustarkkuutta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006)

Kun kyselylomaketta lähdettiin suunnittelemaan, ensiksi rajattiin kohderyhmä. Kohderyhmänä oli 18-30-vuotiaat sekä +40-vuotiaat. Molempien kohderyhmien vastauksia oli tarkoitus verrata keskenään. Tutkimuskyselyn alkuun suunniteltiin lyhyt kuvaus, jossa kerrottiin tutkimuslomakkeen tarkoitus sekä tieto henkilötietojen käsittelystä. Tutkimuslomake suunniteltiin anonymiksi, eikä siitä kerätty mitään henkilödataa. Tutkimuslomakkeen alkuun suunniteltiin peruskysymyksiä, joilla saataisiin alkutietoja vastaajilta. Alkukysymyksiin kuului ikäryhmä, sekä matkustusmäärä. Näillä tutkimuskysymyksillä pystyttiin rajaamaan eri ikäiset, sekä tieto siitä, kuinka usein vastaaja matkustaa. Enemmän matkustajat käyttävät kyselyyn liittyviä palveluita enemmän, jonka takia matkustusmäärän dataa oli tärkeää kerätä.

Tutkimuksessa lähdettiin perusasioissa liikkeelle, jonka jälkeen edettiin varsinaisiin kysymyksiin, ja kysymyksen loputtua vielä avoimiin kysymyksiin. Tutkimuskyselyssä kysyttiin johdattavia kysymyksiä sekä yksinkertaisia kysymyksiä, joihin haluttiin saada vastauksia. Esimerkkinä kyselyssä kysyttiin ensiksi peruskysymys, joka tosiasiasa oli tarkoitettu pohjana seuraavalle johdattavammalle kysymykselle.

Kyselyä muokattiin moneen kertaan, ja kysymyksiä sekä vastausvaihtoehtoja mietittiin tarkasti. Kysely suunniteltiin helposti ja nopeasti vastattavaksi.

4 Tutkimustulokset

Tutkimukseen vastasi yhteensä 134 ihmistä Google-Forms lomakkeen välityksellä. Kysymyksiä oli yhteensä 16, joista 14 oli monivalintavastattavia kysymyksiä sekä 2 avointa kysymystä.

| MÄÄRÄ | | | PROSENTTI | | | MÄÄRÄ | | | PROSENTTI | | | MÄÄRÄ | | | PROSENTTI | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|-----------|--|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|---|--|--|----------------------|--|--|-----|--|--|---------|--|--|
| Kysymys 1 - Ikäryhmä | | | | | | Kysymys 5 - matkatoimistojen käyttökysymys | | | | | | Kysymys 10 - Matkasuunnittelumotivaatio | | | | | | | | | | | | | | |
| 18-30 | | | 68 | | | 50,70 % | | | Ei | | | 86 | | | 64,20 % | | | Itsesuunnittelu | | | 117 | | | 87,30 % | | |
| 30 + | | | 8 | | | 6 % | | | Kyllä | | | 48 | | | 35,80 % | | | Toisen suunnittelema | | | 17 | | | 12,70 % | | |
| Kysymys 6 - Matkatoimistojen katoaminen | | | | | | Kysymys 11 -Valmius maksaa matkasuunnittelusta | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 40 + | | | 13 | | | 13,40 % | | | Kyllä | | | 85 | | | 63,40 % | | | Kyllä | | | 32 | | | 23,90 % | | |
| 50 + | | | 26 | | | 19,40 % | | | Ei | | | 49 | | | 36,60 % | | | Ei | | | 102 | | | 76,10 % | | |
| 60 + | | | 14 | | | 10,40 % | | | Kysymys 7 - matkatoimistoiden katoamisen vaikutus | | | | | | Kysymys 12- Opastus/itseohjautuvuus | | | | | | | | | | | |
| Kysymys 2 - Matkustusmäärä | | | | | | Kysymys 8 - Matkatoimistojen vähenemisen vaikutus | | | | | | Kysymys 13 - Itsesuunnittelu vai helppous | | | | | | | | | | | | | | |
| 1--3 | | | 96 | | | 71,60 % | | | Ei vaikutusta | | | 133 | | | 99,30 % | | | Itseohjautuva | | | 127 | | | 94,80 % | | |
| 3--5 | | | 24 | | | 17,90 % | | | Vaikuttaa | | | 1 | | | 0,70 % | | | Opastuksen mukana | | | 7 | | | 5,20 % | | |
| 5 < | | | 14 | | | 10,40 % | | | Kysymys 9 - Matkatoimistojen käyttömotivaatio | | | | | | Kysymys 14 - muuttuvuus viim.10-vuoden aikana | | | | | | | | | | | |
| Kysymys 3 - Itsevaraus vai pakettimatkat | | | | | | Kysymys 10 - Matkasuunnittelun helppous | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Itsevaraus | | | 106 | | | 79,10 % | | | Vaikeuttaa | | | 125 | | | 93,30 % | | | Itsesuunnittelu | | | 87 | | | 64,90 % | | |
| Pakettimatkat | | | 28 | | | 20,90 % | | | Ei vaikeuta | | | 9 | | | 6,70 % | | | Helppous | | | 47 | | | 35,10 % | | |
| Kysymys 4 - Matkatoimistojen käyttökysymys | | | | | | Kysymys 11 - Matkasuunnittelun vaikeus | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Kyllä | | | 98 | | | 73,10 % | | | Kyllä | | | 54 | | | 40,30 % | | | Kyllä | | | 37 | | | 27,60 % | | |
| Ei | | | 36 | | | 26,90 % | | | Ei | | | 80 | | | 59,70 % | | | Ei | | | 95 | | | 70,90 % | | |

Taulukko 1. Excel-data tutkimusvastauksista.

Yllä Excel-tilaus tutkimustulosvastauksista. Jokainen kysymys on numeroitu, mutta kuvaus kysymyksestä saattaa olla suppeampi. Taulukossa on määritetty vastausvaihtoehdot kysymyksen alle. Jokaisessa taulukon vastauksessa oli 134 vastausta, ja taulukkoon on määritelty vastausten määrä jokaiselle vastausvaihtoehdolle sekä prosenttiosuus vastaajista. Kysymyksien 1–14 data on nähtävissä taulukosta, mutta taulukkoon ei ole otettu mukaan kahta avointa kysymystä.

Ensimmäiseen avoimeen kysymykseen (kysymykseen numero 15) tuli yhteensä 33 vastausta. Kysymys oli jatkokysymys kysymykselle numero 14, ja siinä kysyttiin tapaa, miten vastaaja kokee matkanvarauksensa muuttuneen viimeisen kymmenen vuoden aikana.

Toiseen avoimeen kysymykseen (kysymykseen numero 16) tuli yhteensä 134 vastausta, mutta kaikki vastaukset eivät ole laadukkaita. Laadukkaiden vastausten perusteella kysymyksestä on kerätty dataa, sekä tehty analyysiä. Kysymyksessä pyydettiin vastaajaa kertomaan kokonaiskuvaimmista vastaajan matkanvaraustavasta nykypäivänä, pienin apukysymyksin.

4.1 Analyysi

Olen siirtänyt Google-Forms palvelusta tutkimustulokset Exceliin, minkä avulla analysoin tutkimustuloksia. Tutkimuksessa oli yhteensä 16 kysymystä, joista 14 kysymystä olivat monivalintoja, sekä 2 avointa kysymystä. Tarkoitukseni oli teettää tutkimuskysely, mihin olisi mahdollisimman helppo vastata vastausmäärän maksimoimiseksi. Kysymykset olivat hyvin paljon kyllä/ei painotteisia,

helpon vastattavuuden takia. Halusin kuitenkin lisätä tutkimuskyselyyn jotain monimuotoisempaa, joten teetin tutkimuskyselyn loppuun vielä kaksi avointa kysymystä.

Ensimmäisessä kysymyksessä käsiteltiin ikäryhmää, jolle koko tutkimus pohjautuu. Tarkoituksena oli nimenomaan tutkia eri ikäryhmien matkatottumuksia sekä matkanvarausmenetelmiä nykypäivänä, matkatoimistojen katoamisen sekä digitalisaation kehityksen myötä. Toisessa kysymyksessä kysyttiin vuosittaista matkustusmäärää ulkomaille. Loput tutkimusvastaukset käsitellään alempana monipuolisemmin.

Kyselyyn vastanneista 61 vastaajaa olivat +30 vuoden ikäluokkaa, sekä 68 vastaajaa 18–30 vuoden ikäluokkaa. Enemmistö, eli 96 tutkimuksen vastaajaa matkustavat 1–3 kertaa vuodessa, 24 vastaajaa 3-5 kertaa vuodessa sekä 14 vastaajaa +5 kertaa vuodessa. Näin ollen meillä on tutkimuksessa enemmistö vähemmän matkustavia, kuin sitten enemmän reissaavia vastaajia.

Yhteenvetoisesti tutkimuksessa tuli ilmi, että ihmiset suunnittelevat matkansa nykyään mieluiten itse. Muita asioita, joita tutkimuksessa nousi vahvasti esille, oli kilpailutus, sekä valinnanvapaus.

Kolmannessa kysymyksessä (**"K: Käytätkö pääsääntöisesti valmiita pakettimatkoja vai varaatko itse matkat (lennot & hotellit)?**) nousi esille se, että suurin osa ihmisistä varaa matkat nykyään itse, ja käyttää eri sivustoja matkanvaraukseen. Kysymykseen vastasi yhteensä 134 ihmistä, ja 106 heistä varaa mieluiten itse matkansa. Tutkimuksessa ilmeni myös se, että henkilöt, jotka varaavat itse matkansa, matkustavat myös keskimäärin enemmän. Puolestaan pakettimatkoja käyttivät 28 henkilöä vastaajista. Pakettimatkojen käyttävien vastaajista oli jokainen vastannut matkustavansa 1–3 kertaa vuodessa, mikä on keskimäärin vähemmän kuin vastaajilla, jotka varaavat matkansa itse. Tästä tutkimuskysymyksestä voisimme olettaa, että pakettimatkailijat haluavat päästä helpommalla, ja stressittömällä matkanvaraussysteemillä. Molemmissa vastausvaihtoehdoissa oli hyvin paljon ikähajontaa, joten tässä kysymyksessä emme voi olettaa minkään ikäryhmän tietynlaisia ja eksakteja toimintatapoja.

Neljännessä kysymyksessä (**K: Oletko joskus käyttänyt matkatoimiston palveluita?**) nousi ilmi se, että peräti 26,9 % eli 36 vastaajaa eivät olleet koskaan käyttäneet matkatoimistoiden palveluita. Tutkimustuloksessa voimme kuitenkin huomata sen, että hyvin suurin osa vastaajista olivat 18–30 ikäluokkaa, joten vastaus oli jotakuinkin odotettavissa. Sen sijaan enemmistö 73,1 % olivat käyttäneet matkatoimistoiden palveluita, ja tähän mahtui mukaan kaiken ikäisiä vastaajia. Tutkimustuloksessa yllättävää oli se, että kuinka moni 18-30-vuotias on käyttänyt myös matkatoimistoiden palveluita, oletettavissa oli enemmän + 40 vuoden ikäryhmän vastauksia.

Viidennessä kysymyksessä (**K: Käytätkö edelleen matkatoimistojen palveluita?**) nousi ilmi se, että tämänkin tutkimuskysymyksen vastauksissa oli paljon ikähajontaa, mitä en olisi välttämättä

osannut olettaa. Hyvin paljon 18–30 ikävuoden vastaajista oli vastanneet tähän kysymykseen kyllä, mikä oli minulle yllätys. Kuitenkin esille nousi se, että melkein kaikki + 60 vuotiaista vastaajista olivat vastanneet tähän kysymykseen kyllä, mikä oli odotettavissa. Olin asettanut tämän tyyppisen löydöksen oletukseksi, joka varmistui tutkimustuloksen myötä. Tässä kysymyksessä En- vastauksia oli kuitenkin enemmän (62,4 %), mikä oli mielestäni odotettavissa. Tämä kertoo siitä, että ihmiset tykkäävät varata nykyään matkansa enemmän itse.

Kuudennessa kysymyksessä (**K: Oletko huomannut matkatoimistojen vähentyneen viime vuosina?**) Suurin osa (63,4 %) olivat odotettavasti huomanneet matkatoimistojen vähentymisen. Vähemmistö (36,6 %) eivät olleet huomanneet matkatoimistojen vähentymistä, minkä oletan liittyvän ikäluokkaan. Tutkimusvastauksissa ”en” vastauksia vastanneet olivat suurin osa 18–30 vuoden ikäluokan vastaajia. Juuri kyseinen ikäryhmä eivät ole eläneet sitä aikaa, kun fyysisiä matkatoimistoja oli paljon ja kun niitä myös käytettiin paljon, joten oletuksena oli juuri kyseiseltä ikäluokalta ”Ei” vastauksia.

Seitsemännen kysymyksen tulos oli yllättävä. (**K: Vaikuttaako matkatoimistojen vähentyminen sinun matkusteluusi?**) Tutkimukseen olin odottanut useamman kyllä vastauksen, mutta niitä tuli tasan yksi ja ainoa kappale. Ainoa vastaaja kuka oli vastannut matkatoimistojen vähentymisen vaikuttavan hänen matkustamistansa, oli +30-vuotias, joka matkustaa 1–3 kertaa vuodessa. Vastausten perusteella hän on hieman kokematon matkustaja, joka olisi valmis maksamaan siitä, että lomamatka suunniteltaisiin hänelle. Vastausten perusteella vastaaja kaipaa matkatoimistoja, mutta varaa reissut kuitenkin nykyään itse säästösyistä. Tutkimustuloksessa yllättävää oli myös se, että 99,3 % vastaajista eivät koe matkatoimistoiden vähentymisen vaikuttavan heidän matkustamiensa, mutta seuraavassa kysymyksessä tuli kuitenkin ilmi, että 9 % vastaajista kokee matkatoimistojen vähentymisen kuitenkin vaikeuttavan heidän matkanvaraustaan. Olisin tutkimustuloksessa odottanut enemmän hajontaa kyllä/ei vastausten välille.

Kahdeksannen kysymyksen tutkimustulos oli yllättävä, mutta hyvin ymmärrettävissä. (**K: Tekeekö matkatoimistojen vähentyminen sinun matkustamisestasi vaikeampaa?**) Tähän kysymykseen enemmistö (93,3 %) olivat vastanneet ei, ja loput vastaajista (6,7 %) vastasivat kyllä. Matkanvaraus on nykypäivänä todella helppoa virtuaalisesti, minkä nojalla ymmärrän hyvin ei vastaukset. Tutkimuskyselyssä oli kuitenkin myös paljon +40-vuotiaita vastaajia, jotka ovat eläneet enemmän fyysisten matkatoimistojen aikakautta, joten olisin ehkä odottanut enemmän kyllä vastauksia, joita ilmeni tässä kysymyksessä kuitenkin vain 9 kappaletta. Tutkin heitä yhdeksää, jotka olivat vastanneet tähän kysymykseen kyllä, ja oletin heidän olevan +40- ikävuoden vastaajia, mutta yllättävästi joukossa oli myös paljon nuorempia vastaajia.

Yhdeksännessä kysymyksessä tuli vahvasti ilmi se, että ihmiset käyttäisivät vieläkin matkatoimistoiden palveluita, mikäli niitä olisi edelleen enemmän saatavilla. (**K: Käyttäisitkö edelleen matkatoimistojen palveluita, jos niitä olisi enemmän saatavilla?**). Enemmistö oli kysymykseen vastannut kieltävästi (59,7 %) mutta se ei ollut kaukana niistä vastaajista, jotka vastasivat tähän tutkimuskysymykseen myöntävästi. Tässä tutkimuskysymyksessä hyvin yllättävää oli suht. tasainen prosenttiosuus vastaajien vastauksissa. Tutkimuskysymykseen myöntävästi vastanneita oli yhteensä 54 vastaajaa (40,3 %). Tutkimustulos oli mielestäni positiivinen, joka viestii sitä kuvaa, että matkatoimistoille olisi edelleen kysyntää, jos niitä olisi enemmän saatavilla. Hyvin moni myöntävästi vastanneista sijoittuivat myös sille vanhemmalle ikäpolvelle, vaikka vastaajiin mahtui paljon nuorempiakin vastaajia.

Kymmenennessä tutkimuskysymyksessä kysyttiin omasta halusta suunnitella lomamatkat. (**K: Haluatko että joku suunnittelee sinulle matkan puolestasi, vai suunnitteletko matkan mieluummin itse?**). Tässä kysymyksessä jo ilmi tulleiden asioiden nojalta, tutkimustulokset olivat odotettavissa. Vahva enemmistö (87,3 %) haluavat suunnitella matkansa itse, ja vähemmistö (12,7 %) vastaajista haluaisivat matkan heille suunniteltuna. Jo aiempien tutkimustuloksien perusteella on jo selvinnyt se, että ihmisillä on mielenkiintoa ja motivaatiota suunnitella nykyisin matkansa itse valinnanvapauden ja kilpailutuksen nojalla. Kuitenkin vähemmistöstä löytyi 17 vastaajaa, jotka haluaisivat heille valmiiksi suunnitellun matkan. Tässä tutkimuskysymyksessä olisi kuitenkin odottanut, että vanhemmat kansat haluaisivat valmiiksi suunniteltuja matkoja, mutta tutkimustulokset kertoivat kuitenkin muuta. Näissä molemmissa tutkimuskysymyksen vastausvaihtoehdoissa oli paljon ikähajontaa, joten tästä tutkimuskysymyksestä emme voi tehdä johtopäätöksiä siitä, että joku tietty ikäluokka käyttäytyisi matkanvarauksessa tietyn tavoin, vaan esimerkiksi itse suunnitteleviin mahtui myös + 60-vuotiaita.

Kyselytutkimuksen yhdestoista kysymys (**K: Oletko valmis maksamaan siitä, että joku suunnittelee matkan puolestasi?**) tutki ihmisten valmiutta maksaa matkasuunnittelusta. Tämä oli taas tutkimuskysymys, missä enemmistöllä ja vähemmistöllä oli suuri ero. Kysymykseen kieltävästi vastanneet olivat enemmistö, 102: vastaajalla (76,1 %). Vähemmistöön eli myöntävästi vastanneita oli 32 vastaajaa (23,9 %). Mitä jo aiemmissa tutkimustuloksissa on tullut ilmi, on edelleen se vastaajien itsenäistyminen sekä valinnanvapauden motivaatio itsevarauksessa. Tämä kysymys todisti vielä enemmän sen, että ihmiset ovat nykypäivänä itsenäisempiä, eivätkä välttämättä kaipaa ulkoisia käsiä matkanvaraukseen enää. Mukaan mahtuu kuitenkin ne 32 vastaajaa, jotka olisivat valmiita maksamaan matkasuunnittelusta. Tästä voimme todeta sen, että enemmistö varaa nykyään itse matkansa itsenäisesti ilman apukäsiä, mutta niin kuin edellisessäkin tutkimuskysymyksessä tuli ilmi, on myös ihmisiä, jotka kaipaavat ulkoisia apukäsiä ja olisivat myös valmiita maksamaan

siitä palvelusta, eli matkan varaamisesta sekä suunnittelusta. Tässäkin tutkimusvastauksissa oli paljon ikähajontaa eri vastauksien välillä.

Tutkimuskyselyn kahdestoista kysymys selvitti sitä, että ovatko ihmiset lomamatkoilla enemmän itseohjautuvia, vai kulkevatko he mieluummin opastuksen mukana. **(K: Oletko matkustaessa enemmän itseohjautuva vai opastuksen mukana liikkuja?)** Syvempi tarkoitus tässä kysymyksessä oli tutkia sitä, että onko vastaajilla vielä mielenkiintoa mm. matkatoimistoiden järjestämiin päiväretkiin tms. Tässäkin tutkimuskysymyksen tuloksissa jatkamme edelleen samaa rataa, ja vahvaa itseohjautuvuutta. Tässäkin kysymyksessä suuri enemmistö (94,8 %) vastasivat olevansa enemmän itseohjautuvia. Tässäkin tutkimuskysymyksessä oli kuitenkin niitä, jotka vastasivat olevansa enemmän opastuksen mukana liikkuvia. Opastuksen mukana liikkujia oli yhteensä 7 vastaajaa, eli (7,2 %) vastaajista. Näistä 7 vastaajasta 3 vastaajaa oli 18–30 vuoden ikäluokkaa, ja loput 4 vastaajaa vanhempaa ikäluokkaa. Olisin olettanut enemmän vanhemmalla ikäluokalla olevan kiinnostusta opastettuihin matkoihin, mutta oletusarvo koitui vääräksi.

Tutkimuskyselyn kolmastoista tutkimuskysymys tutki vähän samaa asiaa jo kuin aiemmassa tutkimuskysymyksessä, vähän eri tavalla muotoiltuna. **(K: Haluatko matkanvarauksen olevan helppoa ja vaivatonta, vai haluatko itse suunnitella matkasi?)**. Tutkimuskysymyksen ideana oli vielä varmistaa ja tutkia sitä, että kaipailisivatko vastaajat matkatoimistoiden palveluita. Tässä kysymyksessä jälleen enemmistö (64,9 %) vastaajista haluavat edelleen suunnitella matkansa itse. Prosentuaalinen osuus kuitenkin ei ollut niin suuri verrattuna toiseen vastausvaihtoehtoon. Vähemmistö haluavat matkanvarauksen olevan helppoa ja vaivatonta (35,1 %). Toki me kaikki haluamme matkanvarauksen olevan helppoa ja vaivatonta, joten tämän tutkimuskysymyksen olisi jälkikäteen voinut suunnitella uudelleen. Tarkoituksena oli hakea vielä varmistusta, mutta toisaalta itsevaraajat olisivat voineet vastata kummallakin tavalla tässä tutkimuskysymyksessä.

Tutkimuskyselyn neljännessätoista kysymyksessä alettiin miettiä menneisyyden matkanvaraustapoja, sekä niiden muutosta nykypäivään. **(K: Onko matkanvaraustapasi muuttuneet viimeisen kymmenen vuoden aikana huomattavasti?)**. Tässä tutkimustuloksessa olisin odottanut aika tasaisesti vastauseroavuutta, sillä tutkittavana olikin eri ikäluokkia, joka tarkoittaa eri aikakauden eläineitä ihmisiä. Yllättävää oli kuitenkin se, että vahva enemmistö eivät olleet kokeneet huomattavaa muutosta viimeisen kymmenen vuoden aikana. Enemmistö oli 95 vastaajaa eli (70,9 %) vastaajista. 37 vastaajaa (27,6) olivat kuitenkin huomanneet huomattavan eron heidän matkanvaraus-tavassaan viimeisen kymmenvuoden aikana. Tässä tutkimuskysymyksessä oli kertynyt mukaan kaksi avointa vastausta, joten prosentit eivät tismalleen pidä paikkaansa, mutta eivät kuitenkaan vaikuta tutkimustuloksen luotettavuuteen. Tässä kyselytutkimuksen vastauksissa oli juuri sitä, mitä olin hakenut ikäryhmien osalta. Heissä, jotka olivat vastanneet myöntävästi matkanvaraustavan

muutokseen, oli paljon vanhempaa ikäluokkaa, juuri niitä, jotka ovat eläneet fyysisten matkatoimistoiden aikakautta. Toki myös myöntävästi vastanneisiin mahtui nuorempaakin ikäluokkaa, mutta tässä tutkimuskysymyksessä oletettavasti enemmän vanhemmat ikäluokat vastaisivat kyllä.

Kysymyksessä numero 15 kysyttiin **”Onko matkanvaraustapasi muuttuneet viimeisen kymmenen vuoden aikana huomattavasti?”**, ja sille oli kehitetty avoin jatkokysymys, jossa tutkittiin sitä, että miten se on muuttunut. 95 vastaajaa ei kokeneet muutosta, ja loput 39 vastaajaa kokevat muutosta. Avoimessa kysymyksessä nousi vahvasti tietyt asiat esiin, mutta muutoksen tavoille oli paljon hajontaa. Avoimelle kysymykselle oli 33 vastausta. Asioita, jotka toistuivat avoimessa kysymyksessä oli jälleen kerran omatoimisuus, sekä säästäminen. Suurin osa vastaajista arvostaa monipuolista tarjontaa, ja helppoa itseohjautuvaa varaussysteemiä verkossa. Valinnanvapaus oli tärkeä ominaisuus tutkimustuloksissa. Kuitenkin avoimessa kysymyksessä kävi ilmi se, että osa vastaajista käyttävät edelleen matkatoimistoja mm. tarvittaessa erityisjärjestelyitä, tai erikoisempaa matkaa. Mm. harrastus- ja risteilymatkoja vastaajat varasivat edelleen matkatoimistojen kautta. Tutkimuksessa tuli myös se ilmi, että osa vastaajista kaipaavat matkaesitteitä, osa varaa edelleen matkat matkatoimistoiden kautta- mutta internetin chat palvelun välityksellä, ja osa satsaa laatuun ja matkustaa vähemmän. Kysymyksessä oli myös yksi vastaus, jossa kyselyn vastaaja kertoi hänen ennen käyttäneensä aina fyysisiä matkatoimistoja, ja nyt internettiä.

Toisessa avoimessa kysymyksessä (kysymyksessä numero 16) kysyttiin kokonaiskuvallisesti ihmisten matkanvaraustapoja, pienin apukysymyksin. Kysymyksessä nousi ilmi yksi tärkeä asia, joka vaikuttaa paljon nykypäivän matkanvaraukseen, ja se oli raha. Monessa vastauksessa toistui samat asiat, jotka olivat hintojen kilpailutus eri nettisivuilta.

5 Johtopäätökset ja pohdinta

Tässä luvussa käsitellään tutkimustuloksia sekä niiden dataa. Luvussa on johtopäätöksiä sekä pohdintaa.

Tutkimuskyselyyn Google Forms alustalla vastasi yhteensä 134 vastaajaa eri ikäryhmistä. Tutkimuksessa oli tutkimukselle asetettuja tutkimusongelmia, joita lähdettiin tutkimaan eri näkökulmista erilaisin kysymyksin. Tutkimustulokset siirrettiin Google-Forms palvelusta Exceliin, jotta tutkimustuloksien dataa oli helpompi käydä läpi vastaaja kerrallaan. Excel taulukkoon luotiin erillisiä välilehtiä eri kysymyksille, mutta jokaiseen välilehteen sisällytettiin kuitenkin vastaajan ikä. Tällä tavalla pystyttiin parhaiten käsitellä tutkimusdataa ikäryhmien perusteella, ja verrata vastauksia keskenään.

Tutkimuksessa hyvin vahvasti esille nousseita asioita oli vastaajien omatoimisuus matkustamisessa nykypäivänä. Matkat varataan hyvin pitkälti itse, ja suurimpia syitä ilmiölle oli säästäminen sekä valinnanvapaus. Jos verkossa vertaa erilaisia palveluita tai kilpailuttaa esimerkiksi majoituksia, se ei sido mihinkään. Tutkimuksessa tuli ilmi myös hyvin vahvasti säästäminen, sekä kilpailutus. Matkoille halutaan päästä mahdollisimman halvalla, ja lisäpalveluista ei usein olla valmiita maksamaan. Tutkimuskyselyssä oli teetetty yksi kysymys, jossa kysyttiin ihmisten valmiutta maksaa matkapaketin suunnittelusta, ja tutkimuskysymyksessä kielteisiä vastauksia oli suuri enemmistö, jopa 76,1 prosentilla. Tämä kertoo siitä, että matkat halutaan suunnitella, kilpailuttaa sekä budjetoida itse, eikä olla enää valmiita maksamaan valmiista palvelusta tai suunnittelusta.

Kuten tietoperustassa esitettiin tutkimuksia sekä tietoa ihmisten matkanvarauksesta nykyään pääsääntöisesti verkossa, tuli se ilmi myös tutkimustuloksissa. Tietoperustassa käytiin läpi myös erilaisia matkustamiseen liittyviä sivustoja, ja niitä tuli ilmi myös tutkimustuloksissa. Tutkittavat käyttävät esimerkiksi Booking.com:ia, lentoyhtiöiden nettisivuja sekä Airbnb:tä mitä käytiin läpi tietoperustassa.

Matkoja varataan paljon itse ja erikseen, mutta käyttöastetta matkatoimistoille kuitenkin on. Fyysisten matkatoimistoiden käyttö sekä kaipuu jäi vähäiseksi, mutta internetissä olevia matkatoimistoja käytettiin kuitenkin. Internetissä olevien matkatoimistoiden kautta varataan pakettimatkoja, sekä vertaillaan eri palveluita. OTA:n (Online Travel Agency) tarjoaa myös mm. Chat palveluita asiakkaille, ja tutkimuksessa tuli ilmi, että niidenkin kautta varataan lomamatkoja.

Yllättävää tutkimustuloksissa oli ikähajonta vastauksissa, esimerkiksi. nuorten ei ollut oletettu käyttävän paljoa matkatoimistoiden palveluita, mutta tutkimustuloksissa selvisi nuorten ikäluokkien käyttävän niitä myös paljon. Myös kysymyksissä, joissa kysyttiin itsevarauksesta sekä

matkatoimistoiden kaipuusta, vanhemmat ikäluokat osoittautuivat yllättävästi enemmän itseohjautuvaisiksi sekä itsevaraajiksi.

Tutkimuksessa tuli ilmi, että fyysisten matkatoimistoiden väheneminen vaikuttaa vain todella pienen osaan tutkittavista. Fyysisten matkatoimistoiden vähentyminen ei tee tutkittavien matkustamisesta hankalampaa. Ihmiset ovat muuttuneet maailman sekä internetin mukana, ja omaksuneet hyvin nykypäiväiset matkanvaraustavat verkossa. Yhteenvetoisesti fyysisiä matkatoimistoja ei näytetä kaipaavan, mutta internetissä toimivilla matkatoimistoilla on kuitenkin vielä kysyntää.

Tutkimus pyrittiin toteuttamaan luotettavasti sekä eettisesti. Tutkimustuloksia käytettiin siihen tarkoitukseen mihin tutkittaville siitä kerrottiin. Tutkittaville annettiin tieto siitä, kuka tutkimuksen toteuttaa, miksi se toteutetaan ja mihin tarkoitukseen tutkimustuloksia käytetään. Tutkittaville kerrottiin tutkimuksen olevan anonymi, joten tutkittavista ei kerätty henkilötietoja. Tutkimuksessa ei ollut kysymyksiä tai vastausvaihtoehtoja, jotka olisivat syrjineet vähemmistöjä.

Opinnäytetyö projektina oli haastava, mutta mielenkiintoinen. Haluttiin tutkia ihmisten matkanvaraustapoja nykypäivänä, matkatoimistoiden vähennyttyä. Opinnäytetyön tutkimustuloksena käytettiin internetkyselyä, koska se koettiin helpoimmaksi tutkimustavaksi, jolla saataisiin paljon tutkimusdataa. Tutkimuskyselyn luominen oli hieman hankalaa, koska tutkimuskysymykset piti miettiä todella tarkasti tutkimusongelmien selvittämisen maksimoimiseksi. Opinnäytetyöprojekti aloitettiin pääotsikoiden luomisella, josta siirryttiin alalukuihin. Sisällysluettelo päivittyi projektin mukana. Opinnäytetyössä tehtiin ensiksi tietoperusta, jonka jälkeen siirryttiin tutkimukseen sekä sen tuloksiin. Opinnäytetyöprojektista opittiin kokonaisuudessaan paljon, ja saatiin laajempi käsitys ihmisten matkanvaraustavoista nykypäivänä. Kehittämisen kohteita mm. kyselylle löydettiin jälkikäteen, mutta lopputulos oli kuitenkin mielestäni hyvin toteutettu.

Lähteet

Expedia Group. s.a. What's An Online Travel Agency and Why Should I Care? Luettavissa: <https://welcome.expediagroup.com/en/resources/hotel-distribution-strategy-resources-tips/otas-work-use-one>. Luettu: 5.12.2023

Finland destination management company. 2023. Home. Luettavissa: <https://www.finland-dmc.com/>. Luettu: 5.12.2023.

Heikkilä, T. 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. Luettavissa: <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKI-MUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>. Luettu: 5.12.2023.

Handler, R. toukokuu 2005. Travel Tips & Jobs: How Do Travel Agencies Work? @Ehow. Video. Katsottavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=pXSXmkKtyDw>. Katsottu: 5.12.2023.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. s.a. Yleiset matkapakettiehtot. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/matkustaminen-ja-majoitukset/matkapaketit-ja-yhdistetyt-matkajarjestelyt/yleiset-matkapaketiehtot/#k1>. Luettu: 5.12.2023.

Kumar, V. 2017. Integrating theory and practice in marketing. Journal of Marketing, 81, 2, s. 1–7.

Lehto, X. 30.8.2019. Study travel agents have disappeared and that's a bad thing. Purdue University. Luettavissa: <https://www.purdue.edu/hhs/news/2019/08/study-travel-agents-have-disappeared-and-thats-a-bad-thing/>. Luettu: 5.12.2023.

Macrae, M A. 7.5.2021. What is a destination management company (DMC)?. The Travel Corporation. Luettavissa: <https://ttc.com/what-is-a-destination-management-company-dmc/>. Luettu: 5.12.2023.

Martin, A. 2023. Travel Bookings: Online Vs. Agency. Luettavissa: <https://www.statista.com/chart/29622/travel-bookings-online-vs-agency/>. Luettu: 5.12.2023.

Rimmi, R. 3.1.2017. Vähenevätkö matkatoimistojen toimipisteet? Taloustieto. Luettavissa: <https://www.taloustaito.fi/vapaalla/vahenevatko-matkatoimistojen-toimipisteet/#1961fa0b>. Luettu: 5.12.2023.

Revfine. s.a. What is a Destination Management Organization (DMO)? Luettavissa: What is a Destination Management Organization (DMO)? Luettavissa: <https://www.revfine.com/destination-management-organisation/>. Luettu: 5.12.2023.

Suomen matkailualan liitto ry. s.a. SMAL:in tarina. Luettavissa: <https://www.smal.fi/fi/SMAL/SMA-Lin-tarina>. Luettu: 5.12.2023.

Saaranen-Kauppanen, A & Puusniekka, V. 2006. Mitä laadullinen tutkimus on? KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/viittausohje.html>. Luettu: 5.12.2023.

Tilastokeskus. s.a. Kvalitatiivinen tutkimus. Luettavissa: https://www.stat.fi/meta/kas/kvalit_tutkimus.html. Luettu: 25.12.2019.

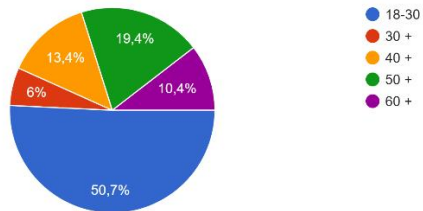
Tourism notes 2018-2023. Travel Agency. Luettavissa: <https://tourismnotes.com/travel-agency/>. Luettu: 5.12.2023.

Visit Finland s.a. Etusivu. Luettavissa: <https://www.visitfinland.fi/etusivu>. Luettu: 5.12.2023.

Western Governors University. s.a. How to Become a Travel Agent. Luettavissa: <https://www.wgu.edu/career-guide/business/travel-agent-career.html>. Luettu: 5.12.2023.

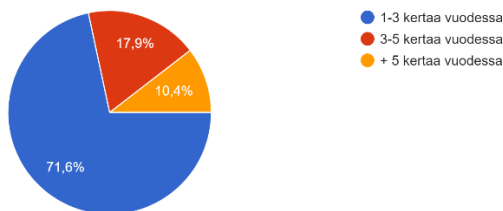
Liitteet 1–14, tutkimuskyselyn tutkimustuloskaaviot

Mihin ikäryhmään kuulut?
134 vastausta



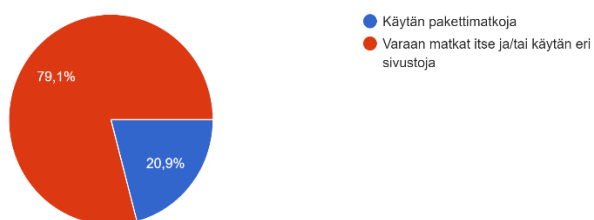
Liite 1. Tutkimuskyselyn ensimmäinen tutkimustuloskaavio

Kuinka usein matkustat (Suomen ulkopuolelle)
134 vastausta



Liite 2. Tutkimuskyselyn toinen tutkimustuloskaavio

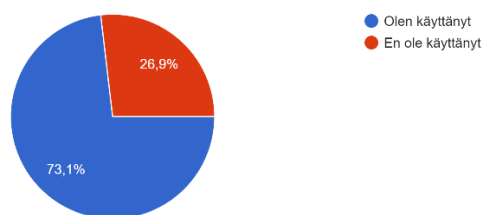
Käytätkö pääsääntöisesti valmiita pakettimatkoja vai varaatko itse matkat (lennot & hotellit)
134 vastausta



Liite 3. Tutkimuskyselyn kolmas vastaustuloskaavio

Oletko joskus käyttänyt matkatoimiston palveluita?

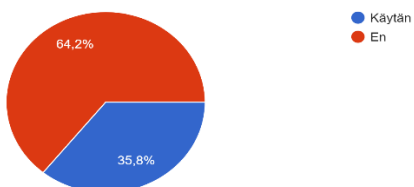
134 vastausta



Liite 4. Tutkimuskyselyn neljäs tutkimustuloskaavio

Käytätkö edelleen matkatoimistojen palveluita?

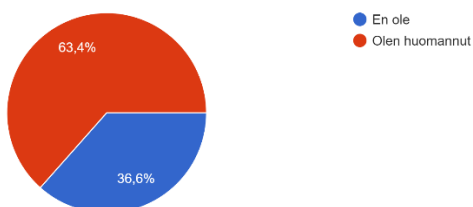
134 vastausta



Liite 5. Tutkimuskyselyn viides tutkimustuloskaavio

Oletko huomannut matkatoimistojen vähentyneen viime vuosina?

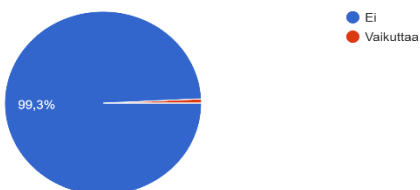
134 vastausta



Liite 6. Tutkimuskyselyn kuudes tutkimustuloskaavio

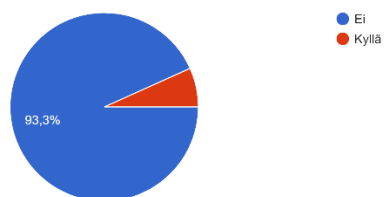
Vaikuttaako matkatoimistojen vähentyminen sinun matkusteluun?

134 vastausta



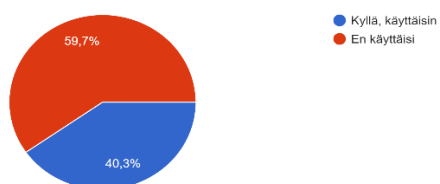
Liite 7. Tutkimuskyselyn seitsemäs tutkimustuloskaavio

Tekeekö matkatoimistojen vähentyminen sinun matkustamisesta vaikeampaa?
134 vastausta



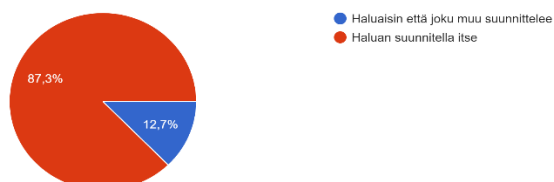
Liite 8. Tutkimuskyselyn kahdeksas tutkimustuloskaavio

Käyttäisitkö edelleen matkatoimistojen palveluita jos niitä olisi enemmän saatavilla?
134 vastausta



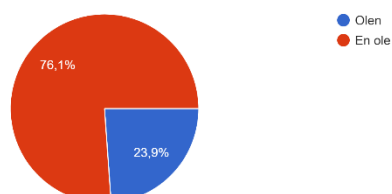
Liite 9. Tutkimuskyselyn yhdeksäs tutkimustuloskaavio

Haluatko että joku suunnittelee sinulle matkan puolestasi, vai suunnitteletko matkan mieluummin itse?
134 vastausta



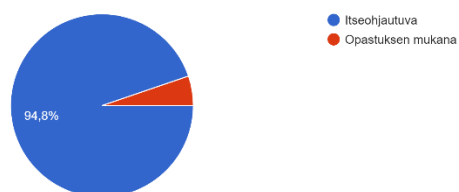
Liite 10. Tutkimuskyselyn kymmenes tutkimustuloskaavio

Oletko valmis maksamaan siitä, että joku suunnittelee matkan puolestasi?
134 vastausta



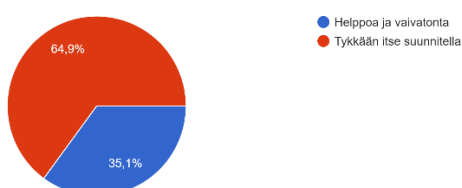
Liite 11. Tutkimuskyselyn yhdestoista tutkimustuloskaavio

Oletko matkustaessa enemmän itseohjautuva vai opastuksen mukana liikkuja?
134 vastausta



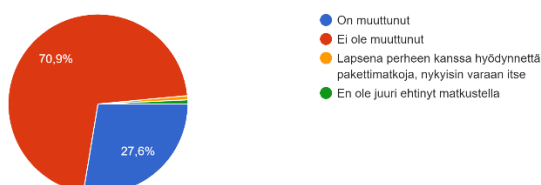
Liite 12. Tutkimuskyselyn kahdestoista tutkimustuloskaavio

Haluatko matkanvarauksen olevan helppoa ja vaivatonta, vai haluatko itse suunnitella matkasi?
134 vastausta



Liite 13. Tutkimuskyselyn kolmastoista tutkimustuloskaavio

Onko matkanvaraustapasi muuttuneet viimeisen kymmenen vuoden aikana huomattavasti?
134 vastausta



Liite 14. Tutkimuskyselyn neljästoista tutkimustuloskaavio

Tutkimuksen kysymykset:

Mihin ikäryhmään kuulut?

- (Vastausvaihtoehdot: 18-30, 30+, 40+, 50+, 60+)

Kuinka usein matkustat (Suomen ulkopuolelle)?

- (Vastausvaihtoehdot: 1-3 kertaa vuodessa, 3-5 kertaa vuodessa, + 5 kertaa vuodessa)

Käytätkö pääsääntöisesti valmiita pakettimatkoja vai varaatko itse matkat (lennot & hotellit)?

- (Vastausvaihtoehdot: Käytän pakettimatkoja, varaan matkat itse ja/tai käytän erisivustoja)

Oletko joskus käyttänyt matkatoimiston palveluita?

- (Vastausvaihtoehdot: olen käyttänyt, en ole käyttänyt)

Käytätkö edelleen matkatoimistojen palveluita?

- (Vastausvaihtoehdot: Käytän/En)

Oletko huomannut matkatoimistojen vähentyneen viime vuosina?

- (Vastausvaihtoehdot: En ole/ olen huomannut)

Vaikuttaako matkatoimistojen vähentyminen sinun matkusteluusi?

- (Vastausvaihtoehdot: Ei / vaikuttaa)

Tekeekö matkatoimistojen vähentyminen sinun matkustamisestasi vaikeampaa?

- (Vastausvaihtoehdot: Ei/kyllä)

Käyttäisitkö edelleen matkatoimistojen palveluita, jos niitä olisi enemmän saatavilla?

- (Vastausvaihtoehdot: Kyllä, käyttäisin/ En käyttäisi)

Haluatko että joku suunnittelee sinulle matkan puolestasi, vai suunnitteletko matkan mieluummin itse?

- (Vastausvaihtoehdot: Haluaisin että joku muu suunnittelee/ haluan suunnitella itse)

Oletko valmis maksamaan siitä, että joku suunnittelee matkan puolestasi?

- (Vastausvaihtoehdot: Olen/ En ole)

Oletko matkustaessa enemmän itseohjautuva vai opastuksen mukana liikkuja?

- (Vastausvaihtoehdot: Itseohjautuva / opastuksen mukana)

Haluatko matkanvarauksen olevan helppoa ja vaivatonta, vai haluatko itse suunnitella matkasi?

- (Vastausvaihtoehdot: Helppoa ja vaivatonta / tykkään itse suunnitella)

Onko matkanvaraustapasi muuttuneet viimeisen kymmenen vuoden aikana huomattavasti?

- **(Vastausvaihtoehdot: On muuttunut / ei ole muuttunut)**

Jos vastasit edelliseen kyllä, niin miten? (Avoin kysymys)

Jotta saisin vielä kokonaisvaltaisemman kuvan, kertoisitko vielä, miten varaat nykyään matkasi, teetkö sen itse, tekeekö joku muu, onko sinulla tiettyä sivua/paikkaa mistä varaat lomamatkojasi? (Avoin kysymys)

Liite 15. tutkimuksen kysymykset.