

Matkakohteena Sri Lanka

Ilona Turunen



Tekijä Ilona Turunen	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Matkakohteena Sri Lanka	Sivu- ja liitesivumäärä 38 + 4
<p>Tämä opinnäytetyö käsittelee Sri Lankan matkailua. Tavoitteena on selvittää mitä tarjottavaa Sri Lankalla on suomalaisille matkailijoille. Työssä tutkitaan kohteen sopivuutta suomalaisille matkailijoille ja vastataan tutkimuskysymykseen; onko Sri Lanka suomalaisille sopiva matkakohde. Työn tarkoituksena on myös kartoittaa alueen vetovoimatekijöitä sekä listata joitain matkailukohteita.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuus koostuu matkustuskäyttäytymiseen ja kohdevalintaan vaikuttavista tekijöistä. Työssä on käyty läpi myös matkakohteen määritelmää, kuluttajakäyttäytymistä sekä matkailijatypologioita. Sri Lanka on esitelty matkakohteena, selvitetty saaren vetovoimatekijöitä ja perehdytty muun muassa matkustajamääriin. Apuna on käytetty SWOT-analyysia arvioitaessa kohteen heikkouksia ja vahvuuksia suomalaisia matkailijoita ajatellen.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää ja aineistonhankinta menetelmäksi valittiin kyselylomake. Kyselytutkimuksessa käytetty lomake luotiin Webropol-ohjelmalla ja sen linkkiä jaettiin pääasiassa Facebookissa. Tutkimuslomakkeen linkki oli avoinna viikon marraskuussa 2016. Tulosten analysoinnissa käytettiin Webropolin analysointityökalua sekä Wordia.</p> <p>Sri Lankalla on paljon annettavaa matkailijoille. Kaukaisen sijaintinsa ja hankalan saavutettavuuden vuoksi kohde ei tällä hetkellä ole täysin ideaali suomalaisille matkailijoille. Alueen matkailun kehittyessä ja matkailumäärien pikkuhiljaa kasvaessa kohteella on hyvät mahdollisuudet nousta suosituksi matkailukohteeksi suomalaisten matkailijoiden keskuudessa.</p>	
Asiasanat Sri Lanka, matkakohde, matkustusmotiivit, matkailijatypologiat	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Sri Lanka matkailumaana.....	3
2.1	Perustietoa Sri Lankasta.....	3
2.2	Historia	4
2.3	Kohteen vetovoimatekijät	5
2.4	Matkailupalvelut	8
2.5	Matkailijamäärät.....	9
2.6	Saavutettavuus Suomesta.....	11
2.7	Kohteen SWOT-analyysi	13
3	Matkakohteen vetovoimaisuus.....	16
3.1	Matkakohde	16
3.2	Suomalaisten matkustus ja suosituimmat matkakohteet	17
4	Matkustusmotiivit ja kuluttajakäyttäytyminen	18
4.1	Matkustusmotiivit	18
4.2	Matkailijatypologiat	21
4.3	Kuluttajakäyttäytyminen.....	22
5	Tutkimus ja sen kulku.....	24
5.1	Tutkimusmenetelmä	24
5.2	Aineiston keruu	25
5.3	Tulosten analysointi	25
6	Tutkimuksen tulokset.....	27
6.1	Kyselytutkimuksen vastaukset.....	27
6.2	Johtopäätökset.....	30
6.3	Pohdintaa tuloksista.....	32
7	Pohdinta	33
	Lähteet	34
	Liitteet.....	39
	Liite 1. Kyselylomakkeen runko	39
	Liite 2. Vastaukset kysymys nro 8.	41

1 Johdanto

Intian kyynel, vihreä smaragdi sinisessä valtameressä, Intian vihreä helmi; muun muassa näitä nimityksiä kuulee kuvailtaessa Sri Lankan trooppista saarta. Monet muistavat saaren sen entisellä nimellä Ceylon, joka viittaakin maan suurimpaan vientituotteeseen, Ceylon teehen. Suomalaiset kaukomatkailijat löysivät saaren jo 1980-luvulla, mutta yli 25-vuotisen sisällissodan alettua alueen matkailu alkoi hiipumaan. Suomalaisille matkailijoille Sri Lanka on silti vielä melko tuntematon matkakohde ja suomalaisten matkustusmäärät saarelle ovat pienet. Sri Lankalla on ollut omat haasteensa matkakohteena, mutta maan poliittisen tilanteen rauhoituttua matkailijat ovat löytämässä sen uudelleen ja matkailijamäärät ovat olleet selkeässä kasvussa vuodesta 2009. Conde Nast Traveler, arvostettu matkalehti, on arvioinut vuoden 2016 toiseksi parhaaksi matkakohteeksi Sri Lankan kokonaisuudessa 16 kohteen listalta. Dream Trips -lehti Lonely Planetilta on myös nostanut Sri Lankan yhdeksi vuoden 2016 kuumimmaksi kohteeksi. (Matka24 2016)

Marraskuussa 2015 kävin ystäväni kanssa kolmen viikon lomalla Sri Lankalla. Tuona aikana kiersimme ympäri saarta paikallisbusseilla sekä junalla, vierailimme kulttuurihistoriallisilla kohteilla kuten temppelillä ja rentouduimme rannalla. Vierailimme Yalan kansallispuistossa, missä onneksemme näimme leopardin, sekä kiipesimme Ella Rockille ihastelemaan upeita maisemia. Maistelimme paikallisia ruokia jännittäen, miten tulista ruokaa tänään olisi. Kolme viikkoa meni hujauksessa ja paljon jäi vielä näkemättä. Saarella olisi riittänyt vielä nähtävää ja koettavaa. Tämän matkan tuomista kokemuksista sekä heränneistä ajatuksista syntyi idea opinnäytetyöstä, jonka aiheena tuo monipuolinen saari olisi.

Tämän opinnäytetyön pääasiallisena tarkoituksena on selvittää mitä tarjottavaa Sri Lankalla on suomalaiselle matkailijalle. Tutkimuskysymyksenä on siis onko Sri Lanka suomalaisille sopiva matkakohde. Samalla selvitetään, millaisia ovat maan suosittu matkailukohteet ja merkittävimmät vetovoimatekijät. Tutkittaessa mitä tarjottavaa kohteella on suomalaisille, perehdytään matkustuskäyttäytymiseen sekä kohdevalintaan vaikuttaviin tekijöihin teoriassa.

Sri Lanka on vuonna 2016 kasvattamassa tunnettavuuttaan maailmalla mielenkiintoisena matkakohteena, ja maan virallinen matkailutoimi on asettanut vuodelle 2016 tavoitteeksi saavuttaa 2,2 miljoonan turistin rajapyykin. Suomalaiset matkailijat eivät ole vielä suuremmissa määrin löytäneet maata. Työn tarkoituksena on tuottaa tietoa kohteesta ja sen matkailusta sekä lisätä suomalaisten tietoisuutta maasta. Tietoisuuden lisääntyessä on mahdollisuus, että suomalaiset löytävät paremmin Sri Lankan matkailukohteena. Kun tiede-

tään mistä suomalaiset matkailijat ovat kiinnostuneita, pystyvät matkantarjoajat markkinoimaan itseään ja tuotteitaan paremmin ja tarvittaessa luomaan lisää palveluita sekä tuotteita. Omatoimimatkailijat voivat hyödyntää tuotosta suunnitellessaan matkaa ja saadaakseen vinkkejä miksi lähteä tai mitä tehdä Sri Lankalla. Työ on rajattu käsittelemään nimenomaan suomalaisten vapaa-ajan matkailua. Rajaamalla alue vain vapaa-ajan matkoihin, saadaan vastaukset keskitettyä yhteen matkailun osa-alueeseen jolloin myös tutkimustulos vastaa paremmin tutkimusongelmaa. Oletuksena on, että suomalaisten tekemät kaukomatkat ovat pääasiassa vapaa-ajan matkoja, jolloin kohteen valintaan liittyvät tekijät sekä matkustusmotiivit ovat erilaiset kuin esimerkiksi työmatkalle Eurooppaan matkaavan henkilön.

Kehysteoria työlle on hankittu niin kirjallisista lähteistä kuin erilaisilta Internet-sivustoilta. Menetelmänä on kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä ja tutkimusmateriaali hankittiin kyselylomakkeella Webropol-ohjelmaa käyttäen. Kyselyn linkkiä jaettiin sosiaalisessa mediassa. Tutkimuskysymykset pohjautuvat esitettyyn teoriaan ja niiden avulla selvitetään suomalaisten ajatuksia matkailusta ja Sri Lankasta.

Opinnäytetyön runko koostuu kuudesta pääluvusta. Ensimmäinen pääluku esittelee millainen matkailumaa Sri Lanka on. Luvussa on kerrottu perustietoa kohteesta mm. viisumin tarve, valuutta sekä pääkielet sekä uskonnot. Maan värikäs historia, ilmasto sekä alueen vetovoimatekijät on myös esitelty. Tilastotietoa saaren matkailijamäristä sekä suomalaisten osuus tuosta määrästä selviää kyseisen luvun lopusta. Sri Lankalle tehtävien reitti- ja pakettimatkojen tarjoajia on esitelty sekä luvussa on listattu reittilentojen hintoja, kestoja sekä lentoreittejä. SWOT-analyysi löytyy luvun lopusta.

Luku kolme on teoreettinen viitekehys matkailukohteen vetovoimaisuudesta. Alussa on määritelty matka sekä matkakohde. Luvussa käydään läpi mm. Buhaliksen 6A-malli. Seuraava luku painottuu matkailijatypologioihin ja kuluttajakäyttäytymiseen. Luvussa neljä esitellään tutkimuksen luonne sekä kerrotaan sen etenemisestä ja tyylistä.

Luvussa viisi käydään läpi tutkimuksesta saatuja tuloksia. Kyselyn tuloksia on avattu ja analysoitu. Saatuihin tuloksiin ja teoriaan pohjaten tullaan johtopäätökseen tutkimuksen tuloksesta. Luku kuusi on pohdintaa opinnäytetyön tekemisestä prosessina. Pohdinta kattaa oman työskentelyn arvioinnin, saatujen tulosten arvioinnin sekä yleisesti omia ajatuksia opinnäytetyöstä.

2 Sri Lanka matkailumaana

Sri Lanka on tropiikissa sijaitseva matkakohde Intian valtameressä. Pitkän ja verisen sisällissodan päätyttyä vuonna 2009 alueen matkailu on piristynyt ja saaren suosio lomakohteena on nousussa. Luvussa kerrotaan perustietoa saaresta, sen värikkästä historiasta sekä paneudutaan matkailijamääriin. Suomesta on tarjolla erilaisia matkustusvaihtoehtoja Sri Lankalle ja ne on esitelty tässä luvussa.

2.1 Perustietoa Sri Lankasta

Intiasta koilliseen sijaitseva Sri Lanka, aiemmalta nimeltään Ceylon, on pisaran muotoinen saarivaltio. Pinta-alaltaan saari on 65 610 km² ja asukkaita siellä on 21,6 miljoonaa, ollen maailman 40. tiheimmin asuttu valtio vuonna 2015. Väestöstä valtaosa on buddhalaisia tai hinduja, muita uskonnollisia ryhmiä ovat muslimit, roomalaiskatoliset sekä kristityt. Pukeutumisessa tulee muistaa peittää olkapäät ja polvet, etenkin vieraillessa temppeleillä. Rannoilla ja suurimmissa turistikohdeissa on totuttu rennompaan pukeutumiseen, mutta muualla on hyvä kunnioittaa paikallisia tapoja. Maan virallisia kieliä ovat sinhala ja tamil. Valuuttana on Sri Lankan rupia, ja 1 euro vastaa noin 145 rupiaa. Vuodesta 2012 lähtien on tullut anoa maahantulolupaa (ETA), jonka haltijalle myönnetään viisumi maahan saapuessa. Viisumi on voimassa 30 päivää ja oikeuttaa kahteen maahantuloon. Hallinnollinen pääkaupunki on virallisesti Sri Jayewardanapura-Kotte, mutta kaupallisen pääkaupungin asemassa oleva Colombo tunnetaan paremmin. Sri Lanka on sosialistinen tasavalta ja presidenttinä istuu syksyllä 2016 Maiharipala Sirisena. Maan suurin vientituote on tee. (CIA 2016; Eta 2016; Forex 2016; Statisticstimes 2015)



Kuva 1. Kartta Sri Lankasta (Kids Britannica 2016)

Saaren eteläosat koostuvat pääosin ylängöistä, jossa on monia ylängölle tyypillisiä topografisia ominaisuuksia kuten harjanteita, tasankoja, valuma-alueita, laaksoja sekä jyrkän-

teitä. Tämän keskiylängön korkein kohta on Pidurutalagala, joka kohoaa 2524 m korkeuteen. Loput saaresta on pääasiassa tasaista alankoa, josta nousee pieniä mäkiä siellä täällä. Nämä maantieteelliset piirteet vaikuttavat ilmastoon voimakkaasti etenkin sadekautena; esimerkiksi tuulen- ja sateen voimakkuuteen sekä kosteuteen. Rannikolta löytyy useita hiekkarantoja, laguuneja sekä rämeitä. Saarella vallitsee trooppinen ilmasto, jolle tyypillistä ovat kuiva- ja sadekaudet. Lounaassa ilma on pääosin lämmintä ja kosteaa, sadekausi kestää siellä noin toukokuusta elokuuhun. Kun taas pohjoisessa ja idässä sateita tulee lokakuusta tammikuuhun. Loka-marraskuussa on välimonsuunikausi, jolloin sateita esiintyy ympäri saarta. Vuodenaikojen lämpötilavaihtelut eivät ole suuria, mutta vaihtelevat alueittain. Alangoilla keskimääräinen lämpötila vaihtelee +26–28 asteen välissä, jolloin vuotuinen keskilämpötila on +27,5 astetta. Ylängöillä lämpötilat pysyvät matalammalla, noin +16 asteen tuntumassa. (Globalis 2016a; Meteo 2016; Srilanka 2016a)

Sisällissodan jäljiltä maan pohjois- ja itäosista löytyy yhä miinakenttiä ja armeija hallitsemia alueita, näillä alueilla liikkumista rajoitetaan. Vaikka tiet ovat näillä alueilla huonokuntoisia, päätiet ovat hyviä ja teiden kuntoon on viime vuosina panostettu. Sisämaassa tiet ovat kuitenkin kapeita ja paikoitellen huonokuntoisia. Liikenne saarella on vasemmanpuolista sekä kaaottista, autojen seassa kulkee muita liikennevälineitä, eläimiä sekä polkupyöräilijöitä kävelijöiden lisäksi. Julkinen liikenne on kohtuullisen edullista ja melko toimivaa, mutta junat ja bussit tulevat yleensä aivan täyteen. Suomen Ulkoasiainministeriö pitää maata suhteellisen rauhallisena ja vakaana kohteena, normaalia varovaisuutta tulee noudattaa. (Ulkoasiainministeriö 2016)

2.2 Historia

Srilankalaisten alkuperä on vielä hieman hämärän peitossa, mutta nykyiset antropologit uskovat heidän polveutuvan Intiasta ja muualta Kaakkois-Aasiasta muuttaneista ihmisistä noin 32 000 vuotta ennen ajanlaskun alkua. Singaleesit ja tamilit muodostavat maan kaksi suurinta etnistä ryhmää ja ryhmien väliset konfliktit ovat jatkuneet kauan. Kummallakin ryhmällä on omat versionsa historian tapahtumista sekä omat nimet tärkeille kaupungeille, tempeleille ja jopa kylille. Saari on ollut historiansa aikana useiden valloittajien alaisuudessa. (Lonelyplanet 2016a)

Ennen ensimmäisiä valloittajia 1500-luvulla saaren pohjoisosaa hallitsivat tamilit ja etelässä oli kaksi singaleesien kuningaskuntaa. Portugalilaiset valloittivat koko saaren vuonna 1505. Portugalilaiset toivat mukanaan uskonnollisia ryhmiä kuten jesuiitat, joihin useat rannikon yhteisöt liittyivät. Kristinuskoa vastustavia joukkomurhattiin sekä heidän

temppeleitään tuhottiin. Portugalilaiset tuhosivat useita hindutemppeleitä Jaffnan kaupungissa sekä kuninkaallisen kirjaston. 1600-luvulla alankomaalaiset valloittajat ottivat saaren haltuunsa. He rakensivat saarelle kanaaleja joita pitkin kuljetettiin mausteita. Osia näistä kanaaleista on yhä nähtävissä Negombon rannikkokaupungissa. Osia Alankomaiden oikeusjärjestelmästä on yhä käytössä Sri Lankassa. (Globalis 2016b; Lonelyplanet 2016b)

Britit syrjäyttivät alankomaalaiset 1700-luvulla tuoden mukanaan rahatalouden ja verotuksen. Suuria kumi- ja teeplantaaseja perustettiin saarelle siirtolaisten toimesta. Britit toivat Etelä-Intiasta väkeä työskentelemään teeplantaaseilla, ja näin tamilit saapuivat saarelle. Näiden suurien muutosten myötä syntyi vapautusliike, joka tavoitteli saaren itsenäistymistä. Valtiosta tuli itsenäinen vuonna 1948 ja se kuuluu Brittiläiseen Kansainyhteisöön. Tämän myötä buddhalaisen singaleesiväestön etuudet lisääntyivät. Sinhalasta tehtiin valtion virallinen kieli ja buddhalaisuudesta tuli virallinen uskonto. Singaleesien etuuksien lisääntyminen kasvatti erimielisyyksiä hindulaisten tamilien keskuudessa. Tämä johti radikaaliliikkeen Tamilitiikereiden perustamiseen vuonna 1976, jonka tavoitteena oli saada itsenäinen tamilivaltio. Tamilitiikereiden ja valtion väliset konfliktit kestivät yli 25 vuotta alkaen vuonna 1983 ja päättyen vasta vuonna 2009 hallituksen voittoon. Tuona aikana Tamilitiikerit tappoivat ministereitä ja presidentin, pitivät vallassa suuria alueita pohjois- ja koillisosissa, omistivat niin maa- kuin merivoimatkin ja jopa lentokoneita. YK on arvioinut vuonna 2009 sisällissodan uhrien lukumäärä olevan 80 000-100 000 henkeä. (Abc 2009; Boniface & Cooper 2009, 470.; Lonelyplanet 2016c)

2.3 Kohteen vetovoimatekijät

Saarella on kahdeksan UNESCO:n maailmanperintöluettelon kohteita, joista kuusi on kulttuurihistoriallisia. Kandyn pyhä kaupunki oli viimeinen singaleesi kuninkaiden vallassa ollut pääkaupunki, ja siellä sijaitsee suosittu pyhiinvaelluskohde Pyhän hampaan temppeli, jossa väitetään säilyttävän Buddhan kulmahammasta. Anuradhapurin temppelialue, Dambullan kultainen temppeli sekä Polonnaruwan esihistoriallinen kaupunki kuuluvat myös listalle. Kandyn, Anuradhapurin ja Polonnaruwan muodostamaa aluetta kutsutaan ”kulttuurikolmioksi”, jokainen kaupunki on aikanaan toiminut kuningaskunnan pääkaupunkina. Sigiriyan kivilinnoituksen rauniot sijaitsevat Leijonakallion huipulla, jossa on mahdollista vieraila ja se on yksi suosituimmista turistikohteista. Myös Gallen eurooppalaistyyliin rakennetun vanhan kaupungin linnoitus kuuluu maailmanperintöluetteloon. (Boniface & Cooper 2009, 470.; Unesco 2016)



Kuva 2. Dambullan kultainen temppele. (Lallankatours 2016) Kuva 3. Pyhän hampaan temppele, Kandy. (Wikipedia 2016)

Saarella on palmujen kehystämää rantaviivaa lähes 1600km. Valkeat rannat ja turkoosi meri antavat hyvät puitteet rantaelämälle ja auringossa lekottelulle. Etelä- ja lounaisrannikolla merenkäynti ja aallokko on kuitenkin kovaa toukokuusta heinäkuuhun monsuunikauden vuoksi. Useat rannat tarjoavat mahdollisuuden uimiseen, snorklaamiseen, sukeltamiseen, surffaukseen, melontaan sekä muihin vesiaktiviteetteihin. Saarella on viisi suurta kansallispuistoa: Yala, Kumana, Willpattu, Galoya sekä Udawalawa sekä muutamia pienempiä luonnonsuojelualueita muun muassa Horton Plains. Näissä kohteissa voi bongata eläimiä kuten norsuja sekä apinoita ja ihastella alueen kasvillisuutta. Pinnawalen norsujen orpokoti, Mirissan valaiden bongaus retket sekä merikilpikonnien suojelukohteet kuuluvat usein vierailtuihin matkakohteisiin. Myös useat kasvitieteelliset puutarhat tarjoavat mahdollisuuden tutustua niin paikallisiin kuin muualta tuotuihin mausteisiin, puihin sekä kukkiin. (Bonicafe & Cooper 2009, 470.; Srilanka 2016b)



Kuva 4. Norsuja Yalan-kansallispuistossa. (Turunen, I. 2015) Kuva 5. Suosittu patikointi kohde Little Adams Peak. (Ylimaunu, J. 2015)

Maan etelä- ja keskiosien kumpuileva maasto mahdollistaa erilaiset patikointiretket. Patikointi reiteistä suosituimpiin kuuluvat muun muassa Adams Peak sekä Little Adams Peak, Worlds End, Ella Rock, Pidirungala Rock, Horton Plains sekä Knuckles Mountain. TripAdvisorin suosituimpien kohteiden top 10-listan mahtuu niin kaupunki- kuin rantakohteita. Kapungeista Colombo, Kandy ja Galle nousevat esille muun muassa ostosmahdollisuuksien, temppelien ja nähtävyyksien avulla. Rantakohteiden suosikeiksi nousevat Negombo, Hikkaduwa, Tangalle, Mirissa sekä Unawatuna. Listalla ovat myös maan keskiosissa sijaitseva Nuwara Eliya, joka on maan tunnetuimpia teealueita sekä reppureissajien suosiossa oleva unelias pikkukylä Ella, josta lähtee useampia patikointireittejä. Patikointiretkillä yhteydessä voi nähdä laajoja teeviljelmiä tai vieraila teetehtaassa ja tutustua teen valmistukseen. (Tripadvisor 2016, Theculturetrip 2016)

Paikallinen ruokakulttuuri on saanut vaikutteita Intiasta, Arabiasta, Malesiasta, Portugalista, Alankomaista sekä Englannista pitkän historiansa saatossa. Saaren tunnetuin ja yleisin ruoka on riisi ja curry, josta on lukemattomia erilaisia variaatioita. Curryja valmistetaan niin merenelävistä, kanasta, linsseistä kuin erilaisista kasviksista kuten sipulista, perunasta tai jakkipuusta. Kasviksia käytetään paljon ruuanlaitossa. Riisi ja curry-aterialla tarjoillaan useampia lisäkkeitä, *pappadomeja*, chutenyta sekä *sambolia*. Sambol on kookoksesta, sipulista, chilistä sekä limen mehusta tehty sekoitus. Yleisesti käytettyjä mausteita ovat kookos, chili, curry, valkosipuli, kaneli sekä kumina. Jälkiruuaksi syödään usein tuoreita hedelmiä tai puhvelin maidosta tehtyä *curdia* hunajalla. Muita tyypillisiä ruokia ovat esimerkiksi *hopperit*, ohuet ja rapeat kulhon muotoiset pannukakut joiden sisään voidaan laittaa paistettu muna, chutneyta tai *sambolia* ja joita syödään niin aamiaiseksi, iltapalaksi kuin välipalaksi. Muita tunnettuja pääruokia ovat *kottu*, friteerattua roti-leipää suikaleina kasvien ja lihan kanssa, *lamprais*, lihaa, riisiä ja chilikastiketta banaaninlehteen käärittyä. (CNN 2014; Lonelyplanet 2016e)



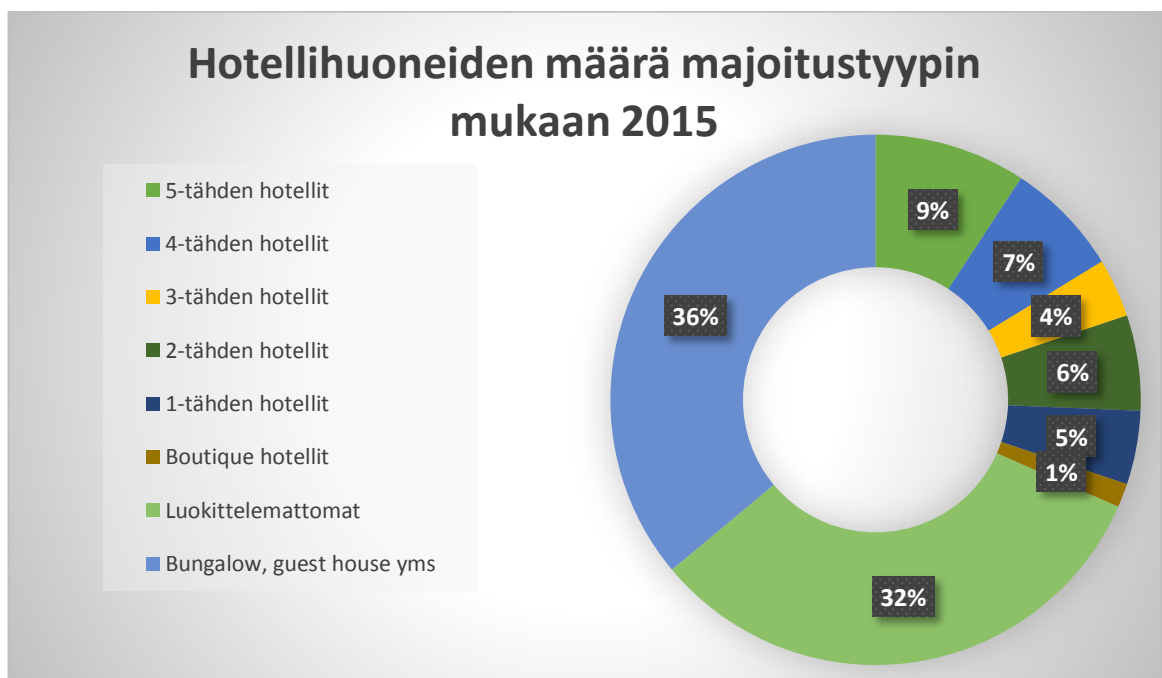
Kuva 6. Riisiä ja currya lisukkeineen. (Anderson, P. 2012)

Saarella tuotetaan paljon teetä ja kahvia, jolloin ne myös kuuluvat erottamattomasti paikalliseen ruokakulttuuriin. Paikallinen kahvi on huomattavasti vahvempaa kuin mitä Suomessa on totuttu juomaan, ja kahvikupin pohjalle jää mustaa sakkaa. Lion-merkkinen olut on paikallista ja kookoksesta valmistetaan Arrack-nimistä alkoholia. Alkoholia ei yleensä myydä uskonnollisina juhlapyhinä, mutta joissain paikoissa sitä voi olla tarjolla ”tiskin alta”.

2.4 Matkailupalvelut

Matkailupalveluita tuottavat eri toimialojen yritykset, jotka muodostavat palveluketjun. Keskeisiä matkailuun kuuluvia toimijoita ovat matkatoimistot palveluineen, majoitus- ja ravitsemuspalvelut sekä kuljetuspalvelut. Näin ollen peruspalveluiksi luokitellaan esimerkiksi lennot, majoittuminen sekä ruokailu. Ohjelmanpalveluiden tarkoituksena on tuottaa elämyksiä ja antaa mielihyvää matkailijalle. (Ammattinetti 2016)

Sri Lanka tarjoaa majoituspalveluita viiden tähden hotellista aina vaatimattomiin ”home stay”-vaihtoehtoihin. Saarelta toimivia kansainvälisiä hotelliketjuja ovat muun muassa Marriot, Shangri La, Hyatt, Hilton, Ramada sekä Sheraton. Majoituksen hintataso on korkeimmillaan Colombossa, jonka ympäristöön hotellitoiminta on keskittynyt. Seuraavaksi suosituinta aluetta hotelleille on etelärannikko. Sri Lankalla ulkona syömisen konsepti on paikallisille vielä tuntemattomampi. Ravintolat ovat usein hotellien tai majatalojen yhteydessä, jolloin useimmat matkailijoista päätyvät syömään ateriansa majapaikassaan. Näiden turisteille suunnattujen ravintoloiden ruokalistat ovat usein sekoitus paikallista ruokaa, länsimaisia annoksia sekä mereneläviä. (JLL 2016; Roughguides 2016a)



Kuvio 1. Hotellihuoneiden määrä majoitustyyppin mukaan vuonna 2015. (Sltda 2015a)

Vuonna 2015 hotellihuoneita saarella oli yhteensä 30 078 kappaletta. Hotellihuoneiden lukumäärät voidaan jakaa karkeasti kolmeen eri päätyyppiin. Tähtiluokituksen saaneita hotelleja oli noin kolmasosa, joista eniten on 5- (2744 kpl) ja 4-tähden (2084 kpl) hotellihuoneita. Toisen kolmanneksen muodostavat hotellit, joita ei ole luokiteltu tai eivät ole mukana tähtiluokituksessa. Tällaiset majoituspaikat ovat yleensä yksityisomistuksessa, huoneluku on pienempi ja niissä tarjotaan edullisempaa majoitusta turisteille, standardit eivät vastaa tähtiluokituksen vaatimuksia. Viimeinen kolmannes on ”supplementary establishments”, johon kuuluu muun muassa bungalowit, vuokra-asunnot sekä – huvilat ja ”home stay” sekä ”guest house” toiminta. Näiden majoitusvaihtoehtojen käyttöaste on arvioitu olleen noin 78 % eli vuoden 2015 suurin. (IFC 2013, Sltida 2015b)

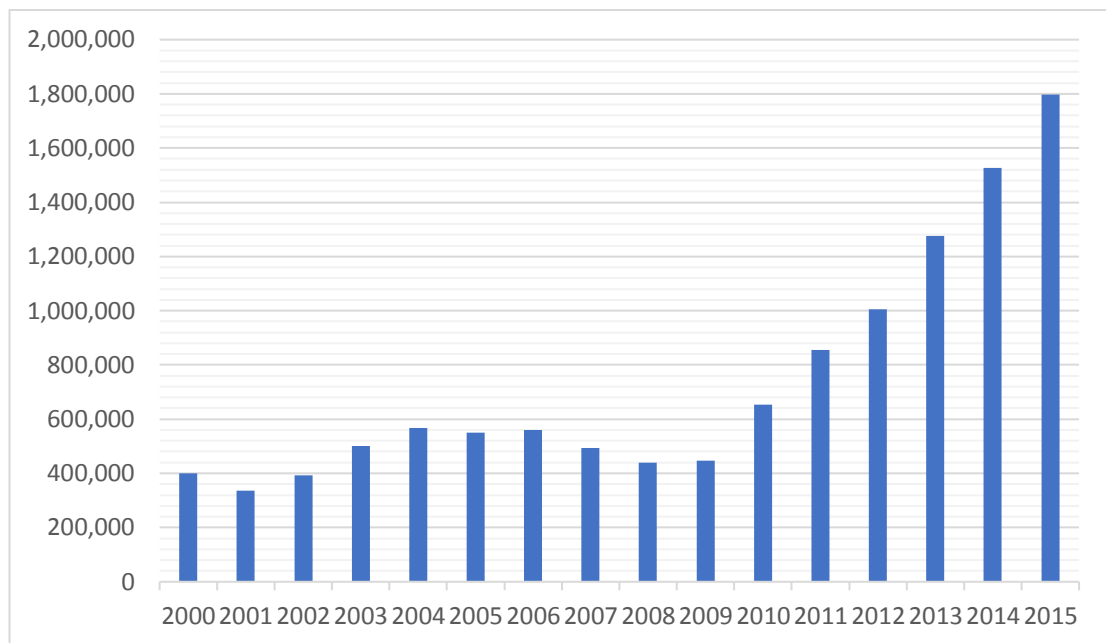
Liikkumaan saarella pääsee julkisilla liikennevälineillä kuten bussilla tai junalla. Oikeita takseja on lähinnä suurimmissa kaupungeissa. Ympäri saarta voi vuokrata myös tuk-tukin tai auton kuljettajineen ja näin kierrellä saaren nähtävyyksiä omaan tahtiin. Myös oman ajoneuvon kuten auton tai skootterin vuokraaminen on mahdollista, mutta yleensä auton vuokraamiseen vaaditaan kansainväistä ajokorttia. (Roughguides 2016b)

Saarella on laaja kirjo erilaisia matkailupalveluita majoituksen ja ravintoloiden lisäksi. Sri Lankan matkailulautakunta on sivuillaan listannut lautakunnan hyväksymiä paikallisia matkantarjoajia sekä retkenjärjestäjiä. Matkailijoiden on mahdollista ostaa paikallisilta toimijoilta erilaisia retkiä kuten sukellusretkiä, vierailuja luonnonpuistoihin, kokkauskursseja tai opastettuja kävelyretkiä esimerkiksi Colombossa. Monille patikkaretkille voi palkata paikallisen oppaan näyttämään helpoimman reitin esimerkiksi kysymällä suoraan majoituspaikasta. Ayurveda-hoitoja tarjotaan laajalti ympäri saarta ja joogasta kiinnostuneille on tarjolla erilaisia vaihtoehtoja alkaen yhdestä tunnista usean päivän retriitteihin.

2.5 Matkailijamäärät

Sri Lanka oli yksi Etelä-Aasian vakaimmista maista aina vuoteen 1970 asti, ja sen tulevaisuus turistikohdeena näytti lupaavalle. Ceylonin virallinen matkailutoimi aloitti toimintansa vuonna 1966 rekisteröiden 19 000 matkailijaa. Sittemmin kävijämäärät vain jatkoivat kasvuaan ja vuonna 1982 maassa vieraili jo yli 400 000 turistia. Suurin osa näistä turisteista olivat länsieurooppalaisten matkanjärjestäjien ”air-inclusive”-asiakkaita. Freddie Laker, englantilainen ilmailualan yrittäjä, oli suuresti osallisena tuomassa Sri Lankan brittiläisille kaukomatkailun markkinoille. Sisällissodan alettua 1983 turistivirrat ehtyivät. (Boniface & Cooper 2009, 470.)

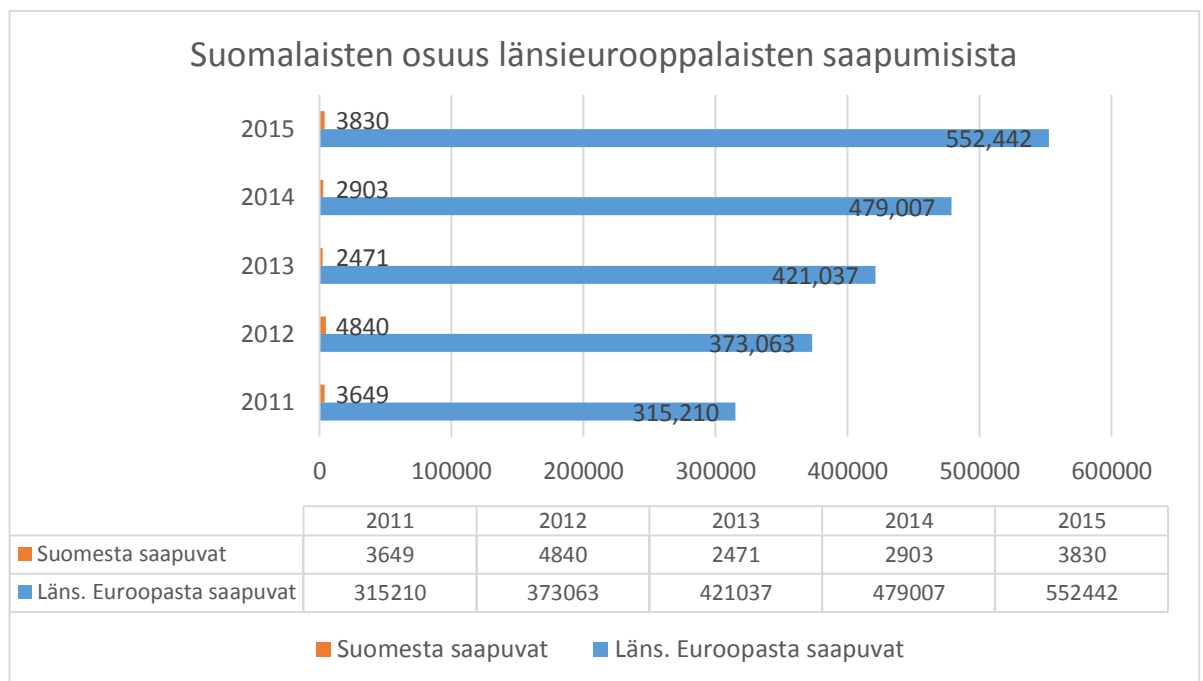
Sisällissodan päätyttyä turismi on lähtenyt nousuun. Sodan päättymisestä lähtien matkailijamäärät ovat kasvaneet enemmän kuin 10 % vuodessa. Matkailun tuottamat tulot ylittivät miljardi Yhdysvaltain dollaria ensimmäistä kertaa vuonna 2012. Sri Lankan matkailijamäärästä on tilastollista tietoa viimeiseltä 43 vuodelta: alkaen vuodesta 1973, jolloin saapuvia turisteja rekisteröitiin noin 78 000. Kuluva 10 vuoden aikana määrät jatkoivat kasvua ja vuonna 1983 saapumisia oli jo noin 338 000. Seuraavien 20 vuoden aikana matkailijamäärät ovat aalloittain nousseet parhaimmillaan 436 000 sekä laskeneet alimmillaan 182 000 saapumiseen vuodessa. Suosituimpia matkailukuukausia viime vuonna olivat helmi-, heinä-, elo- ja joulukuu. Noin kolmannes viime vuoden matkailijoista viipyi maassa 4-7 yötä ja toinen kolmannes 8-14 yötä. (Lonelyplanet 2016d; SIta 2015c)



Kuvio 2. Turistien saapumiset Sri Lankaan 2000-luvulla (SIta 2015d)

Ylläolevassa kuviossa (kuvio 2) esitetyn viidentoista vuoden ajan maahan saapumisten määrä on vaihdellut ensimmäiset yhdeksän vuotta. Vuoden 2004 joulukuussa sattunut tsunami ei näytä vaikuttaneen merkittävästi alueen matkailuun. Vuosina 2007-2009 matkailumäärät olivat kuitenkin laskussa ja siihen on vaikuttanut useat eri tekijät. Näitä tekijöitä ovat todennäköisesti vuoden 2007 lopulla alkanut talouden taantuma, jolla oli maailmanlaajuiset vaikutukset. Sisällissodassa tapahtui monia veritekoja vuosien 2006 ja 2007 aikana, mm. ministeri ja bussillinen siviilejä saivat surmansa. Näiden sekä muiden sotatoimien uutisointi on varmasti osaltaan vähentänyt alueen matkailua. Sikainfluenssa puhkesi vuonna 2009 ja kyseisen vuoden jälkeen matkustajamäärät ovat kasvaneet vuosittain. (U.S. Department of State 2009)

Vuoden 2016 tavoite on saavuttaa 2,2 miljoonaa saapumista. Saapumisien määrä on yli nelinkertaistunut 2000-luvun aikana ja vuonna 2015 saapumisia kirjattiin tarkalleen 1 798 380. Tästä määrästä länsieurooppalaisia oli 599 415, mikä on noin 33,3 % kaikista matkailijoista. Suomalaisia matkailijoita maahan saapui kyseisenä vuonna 3 765. Kaikista matkailijoista suomalaisten osuus oli siis 0,2 %.



Kuvio 3. Suomalaisten osuus länsieurooppalaisista matkailijoista vuosina 2011–2015 (Sltda 2015e)

Kuviossa 3 tarkastellaan lähemmin vuoden 2011 jälkeisiä saapumisia. Kuvioon on eroteltu Länsi-Euroopassa asuvien matkailijoiden kokonaissaapumiset ja Suomessa asuvien osuus tuosta määrästä. Länsi-Euroopasta tehtävien matkojen määrä on noussut vuosi vuodelta. Kuten kuvioista näkyy, Suomesta tehtävien matkojen määrä on vaihdellut vuosittain, mutta noussut huomattavasti vuodesta 2014 vuoteen 2015.

2.6 Saavutettavuus Suomesta

Suoria reittilentoja Suomesta Sri Lankalle ei ole saatavilla, mutta Finnmatkat myyvät suoria tilauslentoja. Edullisimmillaan lentoliput voivat olla noin 500e, jolloin matkustusaika vaihtelee 16-30h suuntaansa sekä vaihtoja on yleensä kaksi. Noin 700-850e maksavilla lipuilla matkustusaika lyhenee huomattavasti, noin 14-20h suuntaansa, sekä vaihtoja on vain yksi. Lentoreitit vaihtelevat hieman lentoyhtiöittäin, mutta yleisimpiä vaihtokenttiä ovat

Amsterdam, Bangkok, Doha, Istanbul sekä Lontoo. Taulukossa numero 1 on kuvattu lentoyhteyksiä välille Helsinki-Colombo-Helsinki joulukuussa 2016, kerrottu hinnat sekä välilaskujen määrä. Hinnat on otettu Momondosta sekä Finnairilta 26.8.2016.

Taulukko 1. Hintataulukko reitille Helsinki-Colombo-Helsinki 1.-15.12.2016. (Finnair 2016; Momondo 2016)

Lentoyhtiö	Ajankohta	Matkan kesto ja reitti	Hinta
Turkish Airlines	1.-15.12.2016	Meno: noin 18h Paluu: noin 18- 23h 1 koneen vaihto Istanbulissa	451-579e
KLM & Jet Airways	1.-15.12.2016	Meno: noin 18h Paluu: noin 19h 2 koneen vaihtoa Amsterdamissa ja Mumbaissa	465e
Etihad Airways	1.-15.12.2016	Meno: noin 22h Paluu: noin 18h 2 koneen vaihtoa Amsterdamissa ja Abu Dhabissa	616e
Qatar Airways	1.-15.12.2016	Meno: noin 13,5–20,5h Paluu: noin 14–20,5h 1 koneen vaihto Dohassa	743-888e
Finnair & Sri Lankan Airlines	1.-15.12.2016	Meno noin 14h Paluu: noin 16h 1 koneen vaihto Bangkokissa	1069e

Valmismatkoja Suomessa myyvät Apollomatkat, Tjäreborg sekä TUI. Apollomatkoilla on valikoimissaan kolme eri kohdekaupunkia; Negombo, Bentota sekä Hikkaduwa. Lennot ovat yleensä Qatar Airwaysin reittilennot. Tjäreborgin kaupunkivalikoimiin kuuluvat Brewula, Bentota, Galle, Hikkaduwa, Marawila sekä Negombo. Tjäreborgilla on mahdollista valita haluamansa lennot ja valinnalla voi vaikuttaa muun muassa matkustusaikaan sekä hintaan. Tjäreborgilla on laajempi kaupunki- sekä hotellivalikoima ja hinnat vaihtelevat suuresti hotellin tason mukaan. Molempien matkatoimistojen kautta voi varata matkan joustavasti haluamilleen päville. (Apollomatkat 2016; Tjäreborg 2016)

TUI otti Sri Lankan talvikauden 2016 kohteisiinsa usean vuoden tauon jälkeen. Se on ainoa yritys, joka tarjoaa asiakkailleen suoria lomalentoja Suomesta Colomboon noin 9h lentoajalla, paluun kestäessä noin 10h. Lähtöjä Helsingistä on kuukaudessa kaksi. Kohdekaupunkeina ovat Ahungalla, Bentota, Hikkaduwa, Negombo, Waikal, Mount Lavinia, Wadduwa sekä Kalutara. Hotelleja löytyy valikoimasta noin 15 kappaletta. TEMA matkat myyvät Sri Lankan kiertomatkoja ainoastaan Tuin kautta matkansa varanneille, eli rantalo- maansa voi liittää myös opastetun kierroksen saaren nähtävyyksillä. (Finnmatkat 2016)

Useat matkatoimistot Suomessa tarjoavat Sri Lankan kiertomatkoja. Matkojen pituus vaihtelee 11–14 päivän väliltä. Näitä matkoja tarjoavat Mandala Travel, Matkavekka, Olympia kaukomatkat, Lomalinja sekä Kaleva Travel. Myös Intia keskuksella, Mr Travelilla sekä Kon-Tiki Toursilla on Sri Lanka matkavalikoimissaan ainakin kerran vuodessa ja matkatoimisto Aventuralta voi ostaa itselleen räätälöidyn kiertomatkan saarelle. Reittikohteet ja matkan sisältö vaihtelevat yritysten välillä, mutta yhteisiä tekijöitä ovat luonto, kulttuuri sekä rantalomailu. Pääsääntöisesti kaikkien retkien hintaan kuuluvat lennot, kuljetukset kohteille, majoitus, matkanjohtaja/opas, osa ruokailuista sekä osa pääsymaksuista.

Taulukko 2. Valmis- ja kiertomatka Suomesta tarjontaa 2016.

Matkantarjoaja sekä matkan tyyppi	Kohde vaihtoehdot/ kiertomatkojen reitti	Yhteys	Hinta
TUI (ent. Finnmatkat) Valmismatka	Ahungalla, Bentota, Hikkaduwa, Negombo, Waikal, Mount Lavinia, Wadduwa, Kalutara	Suorat tilauslennot Colomboon, matka-aika 9-10h lähtöjä 2/kk	alk. 3300e/2hlö Hikkaduwa, 2vko tammikuussa
Tjäreborg Valmismatka	Brewula, Bentota, Galle, Hikkaduwa, Marawila sekä Negombo	Reittilennot, oma valita, esim. Jet Airways, Turkish Airlines, Etihad, Qatar, Finnair lähdöt oman valinnan mukaan	alk.2718e/2hlö Hikkaduwa 2vko joulukuussa, Jet Airways lennot
Olympia Kaukomatkat Kiertomatka	Negombo, Kandalama, Kandy, Nuwara Eliya, Yala, Galle, Colombo	Reittilennot Turkish Airlines, matka-aika noin 22h	alk. 3120e/hlö kesto 13pv, lähtöjä esim. helmi- ja maaliskuussa
Mandala Travel Kiertomatka	Colombo, Sigriya, Polonnaruwa, Habarana, Matale, Kandy, Pinnawala, Nuwara Eliya, Tissamaharama, Galle, Waskaduwa	Reittilennot Turkis Airlines	1980e/hlö, 1hh-lisä 490e kesto 12pv

2.7 Kohteen SWOT-analyysi

SWOT-analyysia käytetään kartoittamaan esimerkiksi yrityksen, palvelun/tuotteen tai vaikka matkakohteen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia sekä uhkia. Tiedot sijoitetaan yleensä nelikenttään, jolloin on helpompi hahmottaa kokonaisuutta. Heikkoudet ja vahvuudet ovat ns. sisäisiä tekijöitä kun taas mahdollisuudet ja uhat ovat ulkopuolisia tekijöitä joihin esimerkiksi analysoitava yritys ei voi itse vaikuttaa. (Holloway 2004, 30.; Oph 2016)

SWOT-analyysi Sri Lankasta matkakohteena

Vahvuudet <ul style="list-style-type: none">- Miellyttävä ilmasto- Luonto- ja kulttuurikohteita- Edullinen hintataso verrattuna Pohjoismaihin- Valmismatkakohde- Etäisyydet lyhyitä, mahdollisuus kiertää useita kohteita	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none">- Saavutettavuus Suomesta- Palvelukulttuuri vasta kehityksessä- Kielitaito- Tiedon saatavuus kohteessa- Eng. kielisten opasteiden puute- Markkinointi ja mielikuvat
Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none">- Potentiaalia teemamatkailuun esim. kulttuuriturismi, Ayurveda, rantaturismi- Yhdistää esim. Malediivien tai Intian matkaan	Uhat <ul style="list-style-type: none">- Kilpailu muiden Aasian kohteiden kanssa- Tuleeko saaresta reppureissaajien budjettikohde, mm. keski- ja hyvätoisten eurooppalaisten houkuttelu- Levottomuuksien uudelleen alkaminen

Suomalaisten matkailijoiden näkökulmasta Sri Lankan vahvuuksiin kuuluu sen miellyttävä ja lämmin ilmasto, mikä tekee siitä lähes ympärivuotisen kohteen. Saarella on monipuolisesti nähtävää lähtien kulttuurista rantaelämään. Sisäänpääsyä vaativissa kohteissa on usein kahdet eri hinnat: paikallisille ja turisteille. Joidenkin kohteiden esimerkiksi Sigiriyan tempelialueen pääsymaksu on noin 30e, mutta pääasiassa maan hintataso on huomattavasti edullisempi kuin Suomessa tai muualla Pohjois-Euroopassa. Myynnissä on valmismatkapaketteja, mikä osalle matkailijoista madaltaa kynnystä matkustaa niin kauas ja uuteen kulttuuriin. Saaren lyhyet välimatkat mahdollistavat saaren kiertämisen esimerkiksi oman kuljettajan kanssa.

Heikkouksia ovat saaren kaukainen sijainti ja saavutettavuus Suomesta, lentoajat ovat pitkiä ja vaativat vähintään yhden vaihdon. Alueen palvelukulttuuri ei ole vielä kovin kehittyntä, keskitasoisia tai hieman sitä korkeampitasoisia hotelleja ei ole kuin kaupunkien ja suosituimpien matkakohteiden keskustoissa. Englantia puhutaan paikoitellen todella hyvin ja paikoitellen todella huonosti, jos lainkaan. Nähtävyyksillä tai bussiasemilla ei ole englanninkielisiä opasteita tai info-tauluja, joten matkailija on oman aktiivisuutensa varassa. Mielikuvat ja tiedot maasta saattavat olla vanhentuneita tai vääristyneitä, jolloin kohde ei vakuuta. Maan heikkoutena, mutta myös mahdollisuutena on markkinointi. Hyvin suunnitellulla ja kohdistelulla markkinoinnilla maa voi houkuttaa lisää matkailijoita.

Saarella on paljon mahdollisuuksia teemamatkailuun kuten rantalomailuun, kulttuuri- tai luontokohteisiin pohjautuvaa matkailua. Sijaintinsa puolesta Sri Lanka on helppo lisätä

vaikkapa Malediivien tai Intian matkan yhteyteen. Muiden Aasian kohteiden, kuten Thaimaan, Arabiemiraattien ja Malesian, kilpailukyky ja vetovoimatekijät vetävät puoleensa paljon matkailijoita jolloin erottautuminen on haastavaa ja kilpailu kovaa.

3 Matkakohteen vetovoimaisuus

Käsitteet matka, matkailija ja matkakohde ovat määritelty tämän luvun alussa. Matkakohde koostuu useista tekijöistä, jotka on esitetty Buhalixen mallin mukaisesti. Suomen matkustustilastoista selviää suomalaisten suosimat matkakohteet.

3.1 Matkakohde

Matka on lähtöpaikasta tai lähtömaasta alkanutta matkailua. Käsite kattaa sen ajanjakson, jonka matkailija on pois kotoaan. Matkailija on henkilö, joka viipyy vähintään yhden yön matkansa kohteessa. Kävijällä tarkoitetaan henkilöä, joka matkustaa normaalin elinpiirinsä ulkopuolelle ja oleskelee siellä pisimmillään vuoden. Käsitteenä kävijä kattaa niin päiväkävijät kuin yöpyvät henkilöt. (Tilastokeskus 2016a)

Buhalis on määritellyt matkakohteen olevan sekoitus useista matkailutuotteista, kuten alueen nähtävyyksistä, paikallisesta ruuasta ja kohteesta syntyvistä mielikuvista. Nämä muodostavat turismin alueellisia tuotteita ja palveluita, joita matkakohde tarjoaa. Kohde määrittellään perinteisesti sen maantieteellisen sijainnin mukaan, mutta se voidaan myös nähdä monipuolisena ja erilaisille matkailijoille suunnattuna, perustuen heidän matkaohjelmaansa, taustaansa sekä aikaisempiin kokemuksiin. 6A-mallista voi koostaa useimpien matkakohteiden ytimen. (Buhalis 2015, 1-2.)

Buhalixen kuusi A:ta ovat: Attractions / vetovoima

- Accessibility / saavutettavuus
- Amenities / palvelut ja mukavuudet
- Available packages / matkapaketit
- Activities / aktiviteetit
- Ancillary services / lisäpalvelut

Vetovoimatekijät pitävät sisällään kohteen niin historialliset kuin luonnon nähtävyydet sekä tapahtumat. Saavutettavuus kattaa kohteeseen pääsyn ja siellä liikkumisen eli tiestön, julkisen liikenteen, kulkuvälineet sekä terminaalit. Hotellit ja ravintolat sekä matkailupalvelutuotteet muodostavat kohteen palvelut ja muut mukavuudet. Available packages tarkoittaa matkapaketteja, vaikkapa päiväretkiä, jotka on järjestetty etukäteen. Aktiviteeteilla tarkoitetaan kaikki aktiviteetteja, mitä turisti voi kohteessa tehdä tai harrastaa. Lisäpalveluihin lukeutuvat muut matkailijoille tarpeelliset palvelut kuten sairaala ja posti. (Buhalis 2015, 2.)

3.2 Suomalaisen matkustus ja suosituimmat matkakohteet

Peräti 4 miljoonaa ihmistä, eli 91 % 15–84-vuotiaista suomalaisista, teki vähintään yhden yöpymisen sisältävän vapaa-ajanmatkan vuonna 2015. Luku sisältää niin koti-kuin ulkomaan vapaa-ajanmatkat kuten mökki- ja vierailumatkat. Korkea-asteen koulutuksen käyneistä 96 % teki yön yli kestäväen vapaa-ajanmatkan. Tarkastellessa ikäryhmien matkailua innokkaimpia olivat 35–44-vuotiaat. (Tilastokeskus 2016b)

Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan suomalaisten matkailu kasvoi vuonna 2015, jolloin ulkomaille tehtiin 8,1 miljoonaa vapaa-ajanmatkaa. Tämä on 3 % enemmän kuin vuonna 2014. Myös päivämatkat sekä risteilyt on laskettu mukaan. Aasian kohteiden suosio kasvoi edellisvuoteen verrattuna 39 %, muun muassa Arabiemiraatit kasvattivat suosiotaan kun taas Thaimaan suosio laski hieman. Keski-Euroopan kohteet kuten Saksa kasvatti suosiotaan suomalaisten matkakohteena. Ylivoimaisesti eniten suomalaiset matkustivat Viroon, seuraavaksi suosituimmat kohteet olivat Espanja, Ruotsi sekä Saksa. Vapaa-ajan matkailussa keskimäärin suomalaiset tekivät 1,4 maksullisen majoituksen kotimaanmatkaa ja 1,4 ulkomaanmatkaa, johon kuului yöpyminen kohteessa. Suomalaisten suosituimmat viisi lentäen tehtyä valmismatkakohdetta vuonna 2015 olivat Espanja/Kanaria/Baleaarit, Kreikka, Turkki, Thaimaa sekä Italia. Yhteensä valmismatkalaisia kyseisenä vuonna oli 754 714. (SMAL 2015; Tilastokeskus 2016c)

4 Matkustusmotiivit ja kuluttajakäyttäytyminen

On olemassa lukuisia tekijöitä, jotka vaikuttavat ihmisen syihin matkustaa. Matkailijoita tyypitellään heidän käyttäytymisensä mukaan erilaisiin typologioihin ja muutamia näistä teorioista esitellään tässä luvussa. Luvun lopuksi on käsitelty kuluttajakäyttäytymistä.

4.1 Matkustusmotiivit

Matkailun motiivit voidaan jakaa työntö- ja vetovoimatekijöihin. Henkilön sisäiset motiivit ovat matkailun työntövoimatekijöitä. Nämä motiivit lähtevät henkilön omista tarpeista ja haluista. Vetovoimatekijät ovat ulkoisia motiiveja, matkakohteen ominaisuuksia, jotka houkuttelevat ihmisen matkustamaan juuri tiettyyn kohteeseen. Henkilölle syntyy tunne, että juuri tämä kohde tarjoaa hänelle niitä haluttuja kokemuksia, mitä jokin toinen kohde ei välttämättä pysty tarjoamaan. (Tourism Theories 2014)

Matkailun determinanteissa on kaksi ryhmää. Ensimmäinen ryhmä koostuu henkilökohtaisista tekijöistä. Nämä tekijät määräävät, onko henkilö kykenevä lähtemään matkalle vai ei. Matkustuskykyyn ja sitä rajoittaviin tekijöihin kuuluvat esimerkiksi taloudellinen tilanne ja terveys. Toinen ryhmä koostuu niistä tekijöistä, jotka määrittelevät matkan tyypin. Matkalle lähtiessä henkilön tulee määritellä useita asioita kuten matkakohde, loman ajankohta ja kesto sekä aktiviteetit. Yksilön matkaa määritteleviä tekijöitä voivat olla muun muassa tietämys kohteesta, sukulaisilta saadut suositukset tai pelko jotain matkustusmuotoa kohtaan. (Swarbrooke & Horner 2007, 62–65.)

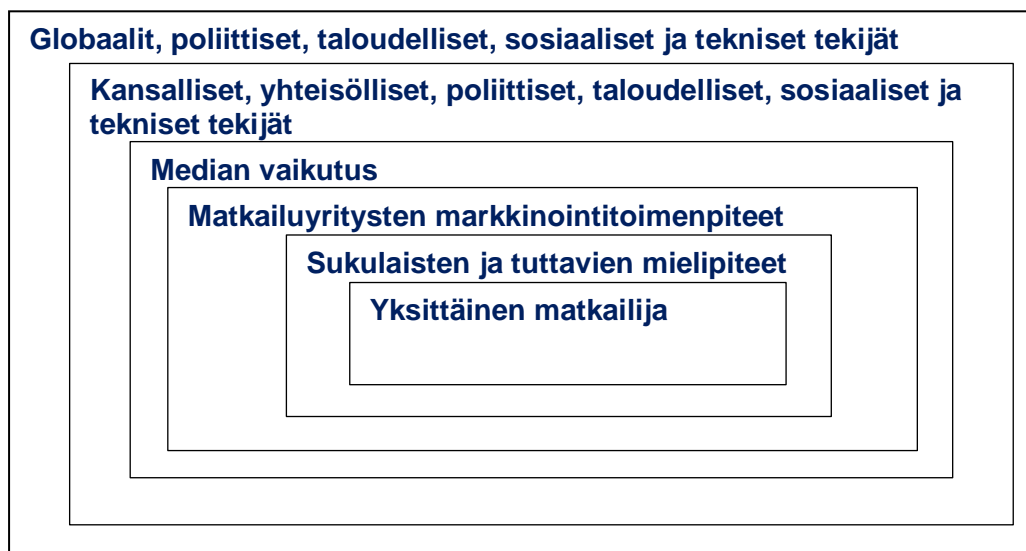
Motivaatiotekijät voidaan jakaa kahteen ryhmään: ne tekijät, jotka motivoivat ihmistä lähtemään lomalle. Toinen ryhmä koostuu asioista, jotka vaikuttavat valitsemaan juuri tämän loman valitussa kohteessa tarkkana ajankohtana. Jokainen ihminen on yksilö, joka tarkoittaa että jokaisella on yksilölliset motiivit matkustaa. Ei ole olemassa vain yhtä ainuttakaan syytä, mikä saa ihmiset matkustamaan. Päätöksentekoon vaikuttavia tekijöitä voivat olla esimerkiksi kohteen sää, halu rentoutua, halu nähdä tiettyjä nähtävyyksiä, toive kokeilla uusia ruokia tai urheilulajeja. (Swarbrooke & Horner 2007, 53–56.)



Kuvio 4. Matkailun motivaattoreita. (Swarbrooke & Horner 2016, 76.)

Matkailussa ei ole olemassa laajalti tunnustettua tapaa luokitella motivaatiotekijöitä. Yllä olevassa kuviossa on esitetty vapaa-ajan matkailijan motivaattorit kuuteen pääryhmään jaettuna. Nämä ryhmät ovat kulttuuriset, fyysiset, emotionaaliset, henkilökohtaiset, statuspohjaiset sekä henkilökohtaisen kehittymisen motivaattorit. Matkustusmotiivit voi olla yhdistelmä useasta eri tekijästä ja ne voivat olla myös jaettuja, riippuen siitä kenen kanssa matkustaa. (Swarbrooke & Horner 2016, 75-77.)

Matkustusmotiivit ovat siis jokaisella erilaiset ja muodostuvat useista eri tekijöistä. Yksittäisen matkailijan matkustusmotivaatioon vaikuttavat sisäiset tekijät voidaan ryhmitellä seuraavasti. Henkilön persoona, elämäntapa, aiemmat kokemukset matkailijana, niin positiiviset kuin negatiiviset, sekä menneisyyden tuoma nostalgia muodostavat osan matkustusmotivaatiosta. Myös henkilön näkemys omista heikkouksistaan ja vahvuuksistaan sekä se, miten hän haluaa muiden hänet näkevän vaikuttavat matkustuspäätökseen. Näitä kuutta tekijää voidaan pitää yksilön päätöksentekoon vaikuttavina päätekijöinä. (Swarbrooke & Horner 2016, 77.)



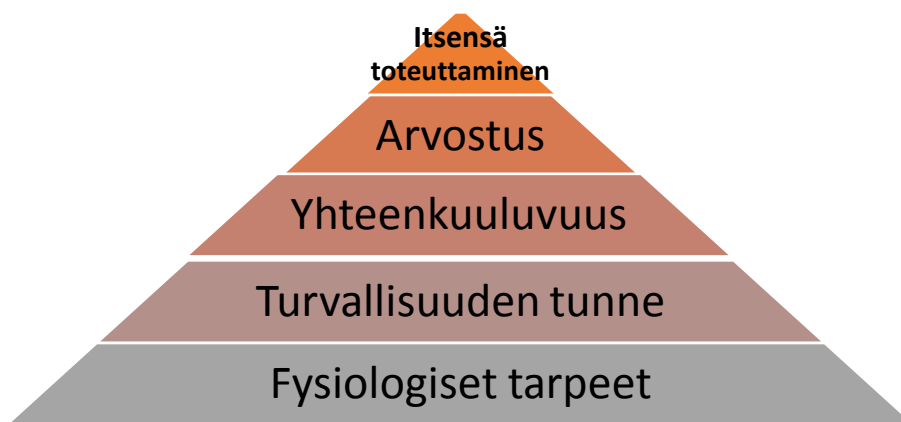
Kuvio 5. Ulkoiset tekijät, jotka vaikuttavat matkailijan kuluttajakäyttäytymiseen. (Horner & Swarbrooke 2016, 96.)

Kuviossa 5 on esitetty niitä ulkoisia tekijöitä, jotka vaikuttavat matkailijan kuluttajakäyttäytymiseen. Kaavion kahdella uloimmalla reunalla on esitetty muun muassa globaalit ja poliittiset tekijät. Nämä kuvastavat yhteiskunnassa tapahtuvia asioita esimerkiksi sodat eri maiden välillä, maan sisäiset levottomuudet kuten mielenosoitukset, sisällissota tai mellakat. Myös terrorismi, uskonnolliset kahnaukset, matkustusviisumin tarve ja verotus vaikuttavat osaltaan matkakohteen mielikuviin ja näin vaikuttavat matkustuspäätökseen. Media kattaa sosiaalisesta mediasta, matkaoppaista ja –ohjelmista sekä esimerkiksi luonto-ohjelmista saadun tiedon matkakohteesta. Media luo mielikuvia kohteesta, joilla voi olla niin positiivisia kuin negatiivisia vaikutuksia alueen matkailuun. Matkailuyritysten markkinointitoimenpiteisiin kuuluvat muun muassa ulkomaan kohteiden markkinointi, matkanjärjestäjien esitteet sekä verkossa toimivien matkatoimistojen tarjoukset. Matkailuyritykset pyrkivät mainonnalla muuttamaan median luomia mielikuvia, jos ne ovat vahingollisia kohteelle tai yritystoiminnalle. (Horner & Swarbrooke 2016, 97.)

Se, määräävätkö matkailijoiden käyttäytymistä enemmän henkilön sisäiset vai ulkoiset tekijät, riippuu henkilön persoonallisuudesta ja elämäntavasta. Ekstrovertit ihmiset saattavat ottaa enemmän huomioon edellä mainitut ulkoiset tekijät ja ystävien sekä sukulaisten näkemykset asiasta. Introvertit puolestaan luottavat enemmän omaan kokemuksiinsa. Niiden henkilöiden, jotka seuraavat maailmanpolitiikkaa ja ovat kiinnostuneita esimerkiksi ympäristöasioista, matkakohteen valintaan voivat vaikuttaa esimerkiksi matkakohteen ihmisoi-keusasiat. Toisin kuin henkilöllä, joka ei seuraa kyseisiä asioita tai ole niistä kiinnostunut. (Horner & Swarbrooke 2016, 97.)

4.2 Matkailijatypologiat

Ihmisen toimintaa on pyritty selittämään ja ymmärtämään psykologian kautta luomalla erilaista teorioita ja käyttäytymismalleja analysoimalla ihmisten toimintaa. Näitä tietoja voidaan myös soveltaa matkailun saralla, on olemassa useita eri teorioita liittyen niin matkustusmotiveihin kuin motivaatioihin ja matkustajatyypittelyyn. Matkailijoita on tyypitelty eli tyypologisoitu matkailututkimuksissa. Näin on pyritty luomaan käsitys matkailijasta hänen matkailutapansa perusteella. Tunnettu psykologi Abraham Maslow loi viisi portaisen tarvehierarkian vuonna 1943. Fysiologisiin tekijöihin kuuluvat ruoka, uni, liikunta, tarve kokea turvallisuuden- ja yhteenkuuluvuuden tunnetta. Neljäs taso viittaa ihmisen tarpeeseen olla arvostettu. Ylin taso on itsensä toteuttaminen: luovuus, ongelman ratkaisu, spontaanius yms. (Vuoristo 2003, 39.)



Kuvio 6. Maslown tarvehierarkia. (Reisinger 2009, 272.)

Maslown mukaan ihmisellä on tarve toteuttaa tarpeitaan pyramidin tasojen mukaisesti. Eli ihminen motivoituu tarpeesta ja pyrkii tyydyttämään syntyneen tarpeen. Mallia käytetään myös matkailumotivaatioiden ymmärtämiseen. Ihminen on kykeneväinen nousemaan fyysiseltä, materialistiselta mukavuusalueeltaan kohti korkeamman tason henkistä puolta. Eli kun pyramidin alemmat tasot ja tarpeet ovat täytetty, ihminen hakee henkistä tyydytystä ja nousee seuraavalle tasolle. Malli toimii pohjana myös muille matkailuteorioille. Tarvehierarkiaa on kritisoitu paljon, mutta silti se on yksi käytetyimmistä malleista. (Vuoristo 2003, 39.)

Cohen (1972) määritteli neljä matkailijatyyppiä: järjestäytynyt massaturisti, yksilöllinen massaturisti, tutkimusmatkailija sekä ajalehtiä. Järjestäytynyt massaturisti tuntee olonsa kotoisaksi isossa ryhmässä ja seuraa matkaohjelmaa. Yksilöllinen massaturisti valitsee valmismatkapaketin suuremmilla yksilöllisillä vapauksilla. Tämä tyyppi suunnittelee myös itse aktiviteetteja lomallaan, mutta mukavuus hallitsee lomaa eikä päämääränä ole koh-

teeseen tutustuminen. Tutkimusmatkailija haluaa tavata paikallisia ihmisiä, välttelee massaturismin kohteita, suunnittelee itse oman matkansa mutta osaa myös arvostaa mukavuutta ja turvallisuutta. Ajelehtija taas ei suunnittele matkaansa etukäteen ja pysyy kaukana perinteisestä turismista. (Swarbrooke & Horner 2007, 84-85.)

Toinen tunnettu teoria on Plogin (1974) malli, jossa ihmiset on jaettu kahtia persoonallisuuden mukaan, ääripäinä psykosentrikot ja allosentrikot. Allosentrikot ovat niitä, jotka etsivät seikkailullisia lomiamia ja ovat innostuneita kohtaamaan uusia ihmisiä ja kulttuureita. Toisessa ääripäässä olevat psykosentrikot, ovat sisäänpäin kääntyneitä eivätkä etsi seikkailuja. Nämä ihmiset nauttivat matkustamisesta samaan paikkaan sillä se on heille jo entuudestaan tuttu. He myös pitävät jo suosioon nousseista kohteista. Plog on määritellyt näiden ääripäiden väliin myös midsentrikot, joilla on molempien ääripäiden ominaisuuksia. Tätä mallia tiedeyhteisö ei kuitenkaan ole hyväksynyt varsinaiseksi teoriaksi ja sitä on kritisoitu muun muassa siitä, että eri olosuhteissa ihmiset käyttävät eritavoin. Esimerkiksi lyhyillä lomilla yksilöillä on taipumusta psykosentriseen käytökseen kun taas pidemmällä lomilla allosentrisesti. (Swarbrooke & Horner 2007, 85.; Vuoristo 2002, 47.; Vuoristo 2003, 42.)

4.3 Kuluttajakäyttäytyminen

Ajatellessa kuluttajakäyttäytymistä kuluttajan näkökulmasta, vaikuttavia tekijöitä on kolme. Nämä kolme osa-aluetta ovat: ennen varsinaista ostopäätöstä, sen aikana ja varsinaisen ostopäätöksen jälkeen vaikuttavat tekijät. Ostopäätökseen vaikuttavat monet asiat muun muassa tiedonhankinnan mahdollisuus, ostopahtuma kokemuksena sekä ostoksesta syntyneet mielihyvän ja tyytyväisyyden tunteet. Myös henkilön koulutus, ikä, siviilisääty, asuinpaikka, sukupuoli ja kiinnostus esimerkiksi matkailuun ovat kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavia asioita. (Solomon & Bamossy & Askegaard & Hogg 2010,7.; Page 2009, 100.)

Matkailutuotteita tai – palveluita ostettaessa ostopäätösprosessi ei ole aivan suoraviivaista. Kuluttajan valintoja ohjaavat niin sisäiset kuin ulkoiset tekijät, jotka vaikuttavat päätöksentekoon ennen matkaa ja sen aikana. Edellisissä alaluvuissa esitellyt matkustusmotiivit ja henkilön asenteet ovat sisäisiä tekijöitä ja ulkoisia tekijöitä ovat muun muassa viiteryhvät. Kuviossa 7 on esitetty matkailutuotteen ostopäätösprosessiin vaikuttavia sisäisiä ja ulkoisia tekijöitä. (Swarbrooke & Horner 2007, 74.)



Kuvio 7. Mukailtu malli kuluttajan ostopäätökseen vaikuttavista tekijöistä. (Swarbrooke & Horner 2016, 96)

Kuluttajan valitessa matkakohdetta valitsee hän aluksi useamman kohteen johon matkustaa. Sitä seuraa vertailu sekä uudelleen arviointi, saatua tietoa verrataan omaan tietopohjaan. Kohteen imago, median luomat mielikuvat sekä yksittäisten henkilöiden kuten sukulaisten ja ystävien mielipiteet vaikuttavat valintaan. Päätöksentekoprosessisi on monimutkainen ja ratkaisussa voidaan usein päätyä kompromissiin. (Page 2007, 109–110.)

5 Tutkimus ja sen kulku

Tämä luku käsittelee tutkimuksen kulkua ja valittua tutkimusmenetelmää. Tutkimusmenetelmä ja sen valintaan vaikuttaneet tekijät on esitelty. Luvun lopussa käsitellään tutkimuksen luotettavuutta.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelminä kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen ovat tutkimuksen tekemisen kaksi pääryhmää. Kvantitatiivista, eli määrällistä, tutkimusta kutsutaan myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Tutkimus perustuu suureen ja edustavaan otokseen tutkittavasta asiasta, ja näin aineistosta saatuja tuloksia pyritään yleistämään suuremmassa mittakaavassa tilastollisen päättelyn avulla. Tälle tutkimustyyliille on olennaista aiemmat teoriat sekä johtopäätökset aiemmista tutkimuksista. Tällä menetelmällä pystytään usein selvittämään olemassa oleva tilanne, mutta siihen liittyviin syihin ei pystytä paneutumaan. Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tutkimuskohdetta kokonaisvaltaisesti. Tällaisessa tutkimuksessa tutkittavien joukko on pienempi ja huolella valittu. Tutkimuksessa keskitytään ymmärtämään ja selittämään tutkimuskohdetta muun muassa psykologian ja muiden käyttäytymistieteiden avulla eikä tilastollisia yleistyksiä voida tehdä. (Heikkilä 2010, 16.; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 140,160.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on tutkimusongelma, johon lähdetään hakemaan vastausta tutkimuskysymysten avulla. Tutkimusongelman ja kohderyhmän perusteella päätetään mitä aineistonkeruu menetelmää käytetään, esimerkiksi postikyselyä, puhelin- tai käyntihaastattelu tai informoitu kysely ovat muita vaihtoehtoja. Yleisin aineistonkeruumenetelmä on kyselylomake. Kyselylomaketta tehdessä tulee lausemuotojen, asteikoiden ja kyselylomakkeen ulkoasun olla selkeitä ja kansantajuisia, jotta virhetulkintoja ei tulisi. Kyselylomake olisi hyvä testata muilla ihmisillä, jotta selkeys varmistuu. Kun kyselylomake on laadittu ja havaittu toimivaksi, kerätään aineisto. (Heikkilä 2010, 18.; Kananen 2011, 20–21.)

Tämä opinnäytetyö on toteutettu kvantitatiivisena tutkimuksena ja aineistonkeruumenetelmänä käytettiin www-kyselylomaketta. Tutkimuksen kohteena olivat suomalaiset ihmiset. Kun tarkoituksena on pystyä yleistämään saatu tutkimustulos kaikkiin suomalaisiin, on määrällinen tutkimusmenetelmä paras vaihtoehto. Internetissä tehty kyselylomake on edullinen ja tehokas tapa käsitellä tuloksia ja siksi se valittiin aineistonkeruumenetelmäksi. Lomake laadittiin sähköisenä Webropol-verkkokyselyohjelmalla. Kyselylomake (Liite 1)

koostuu yhdeksästä kysymyksestä, joista viisi ensimmäistä käsittelee vastaajan taustatietoja kuten ikää ja sukupuolta. Nämä kysymykset ovat rasti ruutuun, tyyppisiä kysymyksiä, joihin on nopea ja helppo vastata. Seuraavassa kysymyksessä on käytetty viisi portaista arviointiasteikkoa (ei tärkeästä tärkeään), jossa vastaajan tulee arvioida väittämän tärkeys itselleen. Kyselyn lopussa on kaksi avointa vastausta, jossa vastaajat voivat vastata aiheeseen omin sanoin. Lomake pyrittiin pitämään yksinkertaisena ja nopeana vastata, jotta kynnyks vastata olisi mahdollisimman matala.

5.2 Aineiston keruu

Kyselylomake laadittiin Webropol-ohjelmalla, jolla sai suoran linkin kyselyyn. Kyselyn laatija jakoi kyselytutkimuksen linkin Facebookissa omassa profiilissaan ensimmäisen kerran maanantaina 14.11.2016 ja uudelleen perjantaina 18.11.2016. Samana päivänä linkki jaettiin myös ryhmässä nimeltä: HAAGA-HELIA Porvoo Campus Thesis/LDP. Yhdeksän muuta henkilöä jakoi tutkimuksen linkin sisältävän päivityksen omassa käyttäjäprofiilissaan. Noin 20 henkilölle lähetettiin suora sähköpostilinkki. Sähköpostitse linkkiä jaettiin niille henkilöille, jotka eivät ole Facebookissa. Kysely julkaistiin maanantaina 14.11.2016 ja suljettiin 21.11.2016. Selkeää vastausten lukumäärää ei tutkimuksessa asetettu vaan tavoitteena oli saada niin monta vastausta kuin tässä ajassa ehtisi saamaan.

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Ennen tuloksien julkaisemista tulisi pohtia niiden luotettavuutta sekä käsitellä mahdollisten virheiden vaikutusta tulokseen. Tutkimusten tuloksien luotettavuutta pyritään arvioimaan erilaisin mittaus- ja tutkimustavoin. Myös tulosten pätevyyttä, validiutta, tulisi tarkastella. Luotettavuus eli reliiabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten toistettavuutta. Kun tutkimus on reliiabiliteetti, sen tulokset voidaan toistaa, eli tutkimuksella on kyky antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Kvantitatiivisissa tutkimuksissa on erilaisia tilastollisia menetelmiä, joilla arvioida luotettavuutta. Validuus tarkoittaa, että tutkimusmenetelmällä on mitattu juuri sitä asiaa, mitä on ollut tarkoituskin mitata. (Heikkilä 2010, 72.; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231.)

Kyselylomake on avattu hieman yli 200 kertaa, mutta vastauksia tuli vain murto-osa tästä määrästä. Vastauksia tämän opinnäytetyön kyselytutkimukseen tuli 51-kappaletta, mikä on määrällisesti vähän kun vastauksista tulisi pystyä tekemään yleistyksiä koskien koko Suomen kansaa. Kyselylomaketta jaettiin Facebookissa ja haasteena tällaisessa lähestymistavassa on päivityksen ”hukkuminen” informaatio tulvaan, jolloin kyselylomakkeen linkki saattaa jäädä huomaamatta tai se ei kykene herättämään huomiota kaiken muun

tiedon seasta. Heikkoutena käytettäessä Facebookia vastausten keräämisessä on mahdollisimman laajan ja erilaisten vastaajakunnan saavutettavuus. Tulokset voisivat olla täysin erilaiset jos kyselylomaketta olisi jaettu vaikkapa ostoskeskuksissa tai jos vastaajakunnassa olisi enemmän iäkkäämpiä vastaajia. Tällöin tutkimuksen tulosta ei voida pitää täysin reliaabelina vaan lähinnä suuntaa antavana.

Tuloksista on havaittavissa vinoumaa, joka johtuu osaltaan tutkimustavasta. Kun vastaajia haetaan Facebookin kautta, voidaan olettaa vastaajien olevan suunnilleen samaa ikäluokkaa kuin tutkija. Mahdollisuus, että suuri osa vastaajista voi olla samoista elinpiireistä esimerkiksi harrastuksista tai opiskelupaikasta on suuri. Tämä olettaus näkyy myös tämän tutkimuksen vastaajissa, suurin osa vastaajista kuului samaan ikäryhmään kuin tutkija. Yli 40-vuotiaita vastaajia ei tavoitettu kuin 4, mikä on todella vähän. Kyselyyn vastanneet olivat pääasiassa Itä- ja Etelä-Suomesta eli tutkijan entisestä ja nykyisestä elinpiiristä. Tutkimus ei saavuttanut yhtään vastaajaa Pohjois-Suomesta tai Lapin alueelta. Tutkimusryhmän ollessa näin pieni ja edustavan pääosin alle 40-vuotiaita, on mahdoton tehdä yleistyksiä pohjautuen tähän kyselytutkimukseen. Kyselyn tulokset ovat lähinnä suuntaa antavia tuloksia 18-40-vuotiaiden mielipiteistä ja matkustusmieltymyksistä.

Kyselylomakkeen kohdassa seitsemän kysyttäessä kiinnostavia aktiviteetteja viimeinen vaihtoehto oli muotoiltu hieman huonosti, ja siitä myös eräs vastaaja jätti palautetta. Luonnonpuistot ja eläintarhat ovat kovin erityyppisiä ”eläin kohteita” ja eläinten hyvinvointi ja kunnollinen kohtelu ovat tällä hetkellä pinnalla oleva trendi matkailussa. Henkilö, joka on kiinnostunut luonnonpuistoista, ei välttämättä ole millään lailla kiinnostunut esimerkiksi norsuratsastuksesta sen eettisyyden vuoksi. Tämä olisi tullut ottaa huomioon kyselyä laadittaessa.

6 Tutkimuksen tulokset

Tässä luvussa on esitelty Webropol-kyselyssä saadut tulokset. Näiden vastausten sekä teorian pohjalta on tultu johtopäätökseen opinnäytetyöhön kuuluvan tutkimuksen tuloksesta. Pohdintaa johtopäätöksestä ja siihen johtaneista tekijöistä löytyy luvun lopusta.

6.1 Kyselytutkimuksen vastaukset

Kyselytutkimukseen tuli vastauksia yhteensä 51 kappaletta. Vastaajista naisia oli 34kpl ja miehiä 17kpl. Vastaajista suurin osa eli 36 vastaajaa, olivat iältään 21–30-vuotiaita (70%), 31–40-vuotiaita oli 13,7%, 20-vuotiaita tai alle oli noin 8%. Vain kaksi vastaajaa olivat 41–50 vuotiaita ja ikäryhmistä 51–60 ja 60+ oli vain yhdet vastaajat. Itä-Suomesta vastauksia tuli 24kpl, Etelä-Suomesta 23 ja Länsi-Suomesta 2.

Kysymyksessä neljä kysyttiin mistä lähteistä tutkittavat hakevat tietoa matkakohteesta. Kysymys oli monivalintakysymys eli vastaajat pystyivät valitsemaan useamman vaihtoehdon. Peräti 50 vastaajaa ilmoitti hakevansa tietoa Internetistä, ja seuraavaksi eniten kysyttiin ystäviltä sekä sukulaisilta, 31 vastausta (60,7%). Sosiaalinen media valittiin tietolähteeksi 24 kertaa (47%) ja matkaoppaat 18 (32,5%). Lehdistä tietoa haki 10 (19,6%) vastaajaa ja matkatoimiston esitteistä yksi henkilö. Yhteensä valintoja oli 134, mikä tarkoittaa että keskimäärin jokainen vastaaja hakee tietoa 2,6 eri lähteestä. Suosituimpia lähteitä olivat siis Internet ja ystävät sekä sukulaiset.

Noin 54 % vastaajista matkustaa useimmiten joko puolison tai ystävän/ystävien kanssa. Perheen kanssa matkustaa 12 vastaajaa (23,5%) ja yksin 6 (12%). Lasten kanssa matkustaa kaksi vastaajaa ja sisarusten kanssa myös kaksi. Vastausvaihtoehdot vanhemmat, sukulaiset ja harrastusryhmä eivät saaneet yhtään vastausta.

Kysymyksessä kuusi kysyttiin kuinka tärkeitä seuraavat väittämät vastaajalle ovat. Vastausasteikko oli viisi portainen asteikko välillä: ei tärkeää-hyvin tärkeää. Alla olevasta taulukosta selviää vastausten prosenttimäärät jokaisen väittämä kohdalla. Suurimmat prosenttimääriä on korostettu, jotta suosituimmat vaihtoehdot nousevat helposti esille. Suurimmalle osalle vastaajista kohteen kauniit maisemat, miellyttävä ilmasto, turvallisuus, kohteen autenttisuus sekä mahdollisuus tutustua paikalliseen ruokakulttuuriin olivat hienoa tärkeää tai hyvin tärkeää. Suurimmalle osalle on myös tärkeää pärjätä kohteessa englannin kielellä. Myös kohteen hintataso ja matkan edullinen kokonaishinta koettiin tärkeiksi.

Taulukko 3. Miten tärkeitä seuraavat ominaisuudet ovat matkakohdetta valittaessa. Tulokset prosentteina, pyöristetty.

	Ei yhtään tärkeää	Ei kovin tärkeää	Ei mielenpidettä/en osaa sanoa	Hieman tärkeää	Todella tärkeää
tulet kohteessa ymmärrettäviksi englannin kielellä (ei esim. elekielellä)	2 %	21,5 %	2 %	43 %	31 %
miellyttävä ilmasto	0 %	10 %	8 %	55 %	27 %
kauniit maisemat	0 %	4 %	2 %	61 %	33 %
luontokohteet kuten puutarhat, luonnonpuistot	0 %	14 %	10 %	49 %	27 %
uimarannat	4 %	27 %	10 %	37 %	21,5 %
museot, kirkot, temppelit, nähtävyydet yms kulttuuri-kohteet	0 %	21,5%	16 %	45 %	18 %
hyvät ostosmahdollisuudet	10 %	31 %	14 %	29 %	16 %
palvelujen kuten hotellien ja ravintoloiden korkea taso	21,5%	31 %	12 %	27 %	8 %
edullinen hintataso kohteessa	0 %	12 %	16 %	59 %	21,5 %
matkan edullinen kokonais-hinta	0 %	16 %	2 %	37 %	53 %
turvallisuus	0 %	6 %	6 %	49 %	39 %
mahdollisuus tutustua paikalliseen kulttuuriin esim. ruoka, juoma	0 %	6 %	4 %	33 %	57 %
mahdollisuus kierrellä kohteen ympäristössä/ tehdä päiväretkiä	2%	6 %	10 %	49 %	33 %
laaja valikoima aktiviteetteja	0 %	37 %	14 %	39 %	10 %
hyvät liikenneyhteydet kohteessa	0 %	18 %	14 %	49 %	20 %
suorat lennot kohteeseen	21,5%	39 %	4 %	21,5 %	14 %
kohteesta on helppo ottaa selvää etukäteen	0 %	19,6 %	4 %	43 %	33 %
kohteen autenttisuus/aitous	0 %	2 %	6 %	57 %	35 %

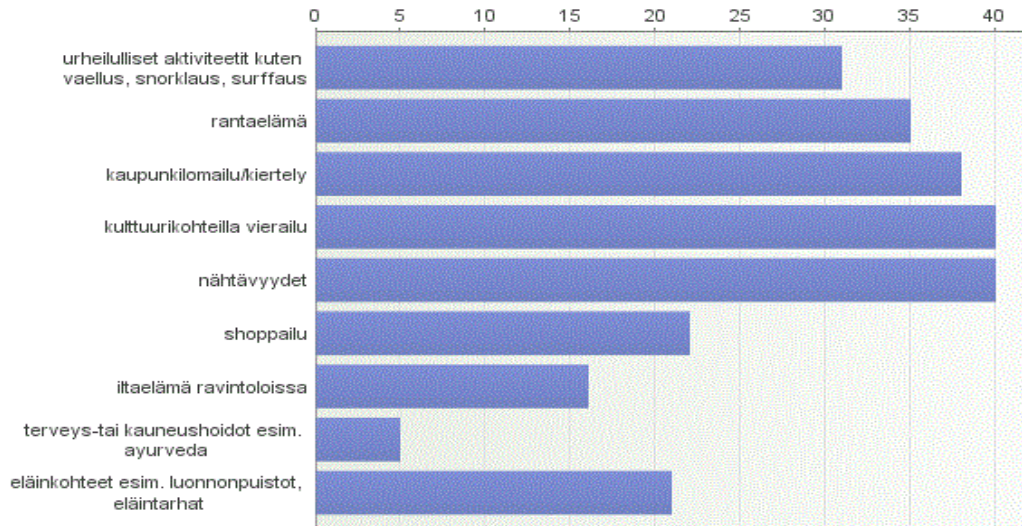
Suorat lennot kohteeseen ei ollut vastaajille yhtään tai kovin tärkeää. Peräti 37 %:lle vastaajista aktiviteettien laaja valikoima ei ollut kovin tärkeää. Kohteen hyvät ostosmahdollisuudet ja palveluiden korkea taso olivat tekijöitä, jotka saivat tasaisesti vastauksia eikä enemmistön mielipidettä syntynyt.

Kysymys numero 7 oli myös monivalinta-kysymys, jossa tiedusteltiin mistä aktiviteeteista vastaajat ovat lomalla kiinnostuneita. Aktiviteetit keräsivät tasaisesti vastauksia, tosin terveys- tai kauneushoidoista oltiin vähiten kiinnostuneita. Alle puolet vastasivat shoppailun,

iltaelämän ravintoloissa tai eläinkohteet. Eniten vastaajat olivat kiinnostuneita kulttuurikohteista sekä nähtävyyksistä. Kaupunkilomailu/kiertely oli saanut muutaman vastauksen enemmän kuin rantaelämä.

7. Millaisista aktiviteeteista olet kiinnostunut lomalla?

Vastaajien määrä: 51



Kuvio 8. Lomalla kiinnostavat aktiviteetit.

Kysyttäessä mielikuvia Sri Lankasta matkailukohteena, 11 vastaajalla ei ollut mielikuvia kohteesta. Näistä kaksi vastasi jätti vastaamatta mitään. Loppujen vastaajien joukossa nousivat esille eniten eksoottisuus, lämmin ilma/hyvä ilmasto/trooppinen kohde, rannat ja kaunis luonto, paljon aktiviteetteja. Muutama vastaaja pohti kohteen turvallisuutta muun muassa näillä sanoilla: ” Jotain paikallisväestön separatisteja siellä on ainakin jokin aika sitten pistetty kylmäksi. Lieneekö vielä tällaisia liikkeitä voimissaan?”

Ohessa on muutamia avoimia kommentteja kohteen mielikuvista.

”Monipuoliset mahdollisuudet niin rannalla laiskotteluun kuin aktiivilomaan, taikka kulttuurilliseen lomaan. Kaikille jotakin. Luonto ja maisemat myös hyvin monipuoliset ja kauniit”

”En ole tutustunut Sri Lankaan matkakohteena. Mielikuvissani se on kuitenkin aurinkoinen, hieman kaaottinen ja vaikeahkosti saavutettava Suomesta katsoen syrjäisen sijaintinsa vuoksi. ”

” Kasvattanut suosiotaan, tossa vuos kaks sitten tuntui että kaikki olivat siellä. Turismin myötä kaikenmaailman tyrkyttäminen kasvanut ilmeisesti turistikilla alueilla. Pääkaupunki Colombo. Yllättävän kallis maa. Teen tuottaja. Saari. Luontoa ja rantaa. Varmaan ihan kiva paikka.”

”Eksoottinen, ei liian turistirysä, mukavat ihmiset, mietityttää miten paljon he kaipaa sinne turisteja, mielellään? Onko turismi heille hyvä asia/ mieluinen asia?”

”Hiljainen saari, jonne kannattaisi matkustaa mahdollisimman nopeasti, jotta saa nauttia vielä saaren hiljaisesta autenttisuudesta. Ihmiset ovat hieman intialaisten näköisiä, ja ruuassa on myös Intialaisia vaikutteita. Rannat ja ”viidakot” ovat varmasti upeita.”

Viimeisenä kysyttiin onko vastaaja käynyt tai haluaisiko hän käydä Sri Lankalla ja perusteluita tähän. Vastaajista 35 vastasi kyllä ja 16 ei. Ne henkilöt, jotka haluaisivat käydä tai olivat kiinnostuneet seuraavista asioista: kulttuuri (mainittu 7 kertaa), ruoka (8), luonto (14), lämmin ilmasto sekä rannat (12). Muita syitä oli edulliseksi koettu hintataso, eksotiikka ja Aasian kulttuurit, urheilumahdollisuudet mm. surffaus, vaellus. Muutama vastaajista ilmaisi olevansa avoin kaikille uusille matkakohteille, joku olisi valmis matkustamaan mutta ei ole se ykköskohde. *”Haluaisin käydä, koska se vaikuttaa kiehtovalta paikalta - ja matkustaa ei voi koskaan liikaa!”* Myös kohteen autenttisuus, vähäisemmät turistimäärät sekä kohteen ”uutuus” koettiin vetovoimatekijöinä.

Puolestaan ne henkilöt, jotka eivät olleet käyneet tai eivät olleet kiinnostuneita käymään Sri Lankalla kertoivat syyksi seuraavaa. Suurimmalla osalla oli huoli kohteen turvallisuudesta sekä sen kaukaisesta sijainnista. Kohteesta ei ollut paljoa positiivisia mielikuvia ja tietoa ei ollut riittävästi saatavilla. Vastaajat kokivat myös, että lähempääkin löytyy heitä miellyttäviä lomakohteita. Osa vastaajista ei ollut kiinnostunut Aasiasta tai sen eri maista/ kulttuureista eikä Sri Lanka täten heitä kiinnostanut.

6.2 Johtopäätökset

Lähdetään aluksi tarkastelemaan Sri Lankan soveltuvuutta suomalaisten suosimaksi matkakohteeksi Buhaliksen 6A-teorian mukaisesti. Kohteella on useita vetovoimatekijöitä kuten kulttuurihistoriallisia kohteita, miellyttävä lämmin ilmasto, rantoja sekä luontoa. Saavutettavuus sen sijaan on melko haasteellinen, suoria lentoja Suomesta ei tällä hetkellä ole kuin TUIn lomalennot. Pitkä lentoaika ja useat vaihdot ovat tekijöitä, jotka ovat osalla matkailijoista karsivia tekijöitä. Kohteen tiestöt ovat vaihtelevassa kunnossa ja julkisilla liikkumiseen pitää varata reilusti aikaa, jos hieman pidempää matkaa aikoo näin taittaa. Aktiviteetteja saarella on tarjolla monipuolisesti, tosin harvoin yhdessä lomakohteessa on tarjolla aktiviteetteja laidasta laitaan. Aktiviteettien kokeminen voi vaatia kiertelyä tai päiväretkiä saaren muihin osiin, jos matkailija haluaa kokea mahdollisimman monia erilaisia asioita.

Hotelleja ja majoitusvaihtoehtoja on tarjolla laidasta laitaan niin luksuksen etsijöille kuin autenttista kotimajoitusta kaipaaville. Laajin ravintolatarjonta on keskittynyt suurimpiin kaupunkeihin ja lomakohteisiin, pienemmissä kylissä ravintolat muistuttavat paljon toisistaan ja ne ovat tyyliltään yksinkertaiset. Fine dining-ravintoloita on lähinnä vain Colombon alueella. Palveluita ei aina ole tarjolla sujuvalla englanninkielellä. Etukäteen ostettavia matkapaketteja, kuten päiväretkiä, ei tällä hetkellä ole suuresti tarjolla. TUI myy asiakkailleen TEMA-matkojen kiertolomaa heiltä ostetun rantaloman yhteyteen, mutta omatoimimatkailija on paljolti oman aktiivisuutensa varassa paikan päällä. Lisäpalveluita, kuten posti ja lääkäri, on saatavissa.

Buhaliksien teoriaa mukailien Sri Lankan matkailun suurimpana haasteena suomalaisten näkökulmasta on saaren kaukainen sijainti ja sen saavutettavuus. Monet suomalaiset suosivat valmismatkoja niiden helppouden vuoksi. Oletan, että etenkin lapsiperheet, iäkkäämmät matkailijat sekä heikomman kielitaidon omaavat matkailijat suosivat suoria lentoja kohteeseen ja kohteen helppoutta. Näiden asiakasryhmien houkuttelemisen on alueen matkailun haaste. Jää nähtäväksi, lisäävätkö TUI:n suorat lennot sisältävät valmismatkapaketit suomalaisten matkailijoiden määrää Sri Lankalla. Kyselyyn vastanneista suurin osa oli 21–30-vuotiaita ja matkustivat eniten puolison tai ystävien kanssa, eivätkä suorat lennot kohteeseen olleet erittäin tärkeä tekijä. Tälle kohderyhmälle kaukainen sijainti ei välttämättä ole ongelma.

Alueen palvelukulttuuri ei ole vielä täysin kehittynyt ja saadun palvelun taso voi täten vaihdella suurestikin. Näen, että palvelukonseptin kehittyminen ja esimerkiksi matkailupaketien kuten erilaisten retkien myyminen ja järjestäminen toisivat lisäarvoa matkailijoille. Tällä hetkellä maan matkailu kamppailee sisällissodan aiheuttamia negatiivisia mielikuvia vastaan. Onnistunut ja oikein kohdistettu markkinointikampanja, ja ihmisten tietoisuuden lisääminen saaren nykytilasta ja sen mahdollisuuksista matkailukohteena lisäisivät ihmisten kiinnostusta ja halua matkustaa maahan. Osa kyselyyn vastanneista rinnasti Sri Lankan mielikuvissaan Intiaan, mikä voi olla kohteelle epäedullinen tekijä. Intian imago matkailumaana on kärsinyt viime vuosina, ja nämä negatiiviset mielikuvat voivat vahingoittaa myös Sri Lankan matkailua. Suomenkielisiä matkaoppaita ei ole saatavilla, mutta matkailusivustoilta sekä matkablogeista voi jo lukea maassa käyneiden kokemuksia ja suosituksia kohteesta. Kuten luvussa kolme on todettu, Aasian kohteet ovat kasvattaneet suosiotaan viime vuonna suomalaisten matkailijoiden keskuudessa. Tänä vuonna Sri Lankalla on vierailut hieman enemmän suomalaisia kuin viime vuonna samaan aikaan.

Koen, että Sri Lankalla on hyvät mahdollisuudet kasvattaa suosiotaan suomalaisten matkailijoiden keskuudessa ja sen sopivan suomalaisille kohtalaisen hyvin. Tällä hetkellä

kohde houkuttelee varmasti eniten hieman seikkailunhaluisia suomalaisia. Suurimpana matkailua edistävinä tekijöinä ovat varmasti tietoisuuden lisääminen ja alueen turvallisuuden lisääntyminen. Matkakohteen turvallisuus oli lähes kaikille kyselyyn vastanneille hyvin tärkeää tai erittäin tärkeää.

7 Pohdinta

Opinnäytetyön kirjoittaminen alkoi syyskuussa 2016 kun aihe oli valittu ja aiheanalyysi hyväksytty. Alun perin tarkoitukseni oli saada työ aloitettua toimeksiantajan kanssa tammi-kuussa 2016, mutta kun toimeksiantajaa en työlleni saanut niin aloittaminen lykkääntyi puolella vuodella. Idea jäi kuitenkin kolkuttamaan takaraivoon ja pohdinkin aihetta melko kauan sekä miten lähden sitä toteuttamaan. Haastavin osuus kirjoitustyössä oli aiheen valinta ja sen tarkka raja- ja selkeyden raja- ja selkeyden. Vaikka idea alkoi selkiytymään ja kirjoitustyö etenemään, huomasin palaavani aina tuohon aiheen rajaukseen. Saatuani tavoitteen kirjoitettua selkeästi itselleni, oli helpompi lähteä viemään työtä tuota päämäärää kohti. Prosessina opinnäytetyön kirjoittaminen on ollut todella monivaiheinen ja opettavainen.

En kokenut työn tiukkaa aikatauluttamista tarpeelliseksi, optimistisesti ajattelin työn etenevän tasaisesti, kunhan pitäisin palautuspäivän kirkkaana mielessä. Jälkikäteen ajateltuna olisi ollut viisasta luoda hieman tarkempi aikataulu siitä, mitä tulisi saada kirjoitettua esimerkiksi viikkotasolla. Näin olisi välttytty viimeisten viikkojen kiireeltä ja valtavalla työmäärältä. Eniten prosessissa yllätti kirjoitustahdin hitaus ja kausittainen motivaation puutos. Etukäteen olin ajatellut itse kirjoittamisen sujuvan nopeasti, sillä olihan aihe mieluinen ja itseäni kiinnostava. Kuitenkin lähteiden tutkiminen ja englanninkielisen materiaalin läpikäymiseen meni paljon aikaa eivätkä ajatukset hypänneet itsestään paperille. Etenkin teorian kirjoittaminen tuntui takkuavan aika ajoin ja englanninkielisten termien selvittäminen sekä niiden sujuva suomenkielinen käyttö osoittautuivat aikaa vieväksi ja haastavaksi.

Yllättävää tutkimuksen tekemisessä oli vastausten analysoinnin haastavuus. Kysymyskuusi oli asteikko, jossa oli vastausvaihtoehdot ei tärkeästä hyvin tärkeään. Etukäteen en ollut ajatellut miten nämä vastaukset tulisi analysoida ja koin tämän erittäin haastavaksi kun tulosten analysoinnin aika koitti. Itse Webropol-ohjelman käytöstä minulla oli jo kokemusta aiempien kurssien kautta, mutta itse keksityn kyselyn laatiminen ja vastausten tulkitseminen olivat uutta.

Johtopäätöksiä kirjoittaessa heräsi myös ajatus, että ehkä enemminkin olisi voinut tutkia millaisille matkailijoille Sri Lanka soveltuu tällä hetkellä ja sitä kautta tuoda esiin alueen vahvuuksia matkailukohteena. Ei ole olemassa täydellistä matkakohdetta, joka miellyttää täysin kaikkia matkailijoita. Myöskään työn tarkoituksena ei ollut etsiä uutta massaturismi-kohdetta tai arvioida onko Sri Lankasta seuraamaan esimerkiksi Thaimaan jalanjäljissä tässä asiassa.

Lähteet

Abc 2009. Up to 100 000 killed in sri lankas civil war un. Luettavissa:

<http://www.abc.net.au/news/2009-05-20/up-to-100000-killed-in-sri-lankas-civil-war-un/1689524> Luettu: 26.9.2016.

Ammattinetti 2016. Ammattiala. Luettavissa: http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/23/11_ammattiala. Luettu: 19.10.2016.

Apollomatkat 2016. Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.apollomatkat.fi/lomavalikoima/asia/sri-lanka> Luettu: 20.9.2016.

Boniface, B. Cooper, C. 2009. Worldwide destinations. The geography of travel and tourism. Elsevier Ltd. Slovenia.

Buhalis, D. 2015. Marketing the competitive destination of the future. Luettavissa:

<http://epubs.surrey.ac.uk/1087/1/fulltext.pdf> Luettu: 12.10.2016.

CIA 2016. The world fact book. Luettavissa:<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/ce.html> Luettu: 26.9.2016.

CNN 2014. Sri lanka must try food. Luettavissa: <http://edition.cnn.com/2014/10/26/travel/sri-lanka-must-try-food/> Luettu: 11.11.2016.

Eta 2016. Visainfo. Luettavissa: http://www.eta.gov.lk/slvisa/visainfo/center.jsp;jsessionid=DG3NXynLGQKNQYpRnQG1B1QLPKjvLgg4V1Q9xzFSnptsZNTb-VyQJ!329194923?locale=en_US Luettu: 26.9.2016.

Finnair 2016. Luettavissa: <https://www.finnair.com/fi/fi> Luettu: 26.9.2016.

Finnmatkat 2016: Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.finnmatkat.fi/lomakohde/sri-lanka/g-000000249/> Luettu: 21.9.2016.

Forex 2016. Luettavissa: <https://www.forex.fi/> Luettu 11.11.2016.

Formin 2016. Public. Luettavissa: <http://www.formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=341191&contentlan=1&culture=fi-FI> Luettu: 20.9.2016.

Globalis 2016a. Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.globalis.fi/Maat/Sri-Lanka> Luettu: 18.9.2016.

Globalis 2016b. Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.globalis.fi/Maat/Sri-Lanka> Luettu: 19.9.2016.

Hlrsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

Heikkilä, T. 2010. Tilastollinen tutkimus. Edita Prima Oy. Helsinki.

Holloway, JC. 2004. Marketing for Tourism. Prentice Hall. Gosport.

IFC 2013. Ensuring sustainability in Sri Lanka's hotel industry. Luettavissa: <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/30f331004fddd89eb9d8ff23ff966f85/Mapping+Report+++Ensuring+Sustainability+in+Sri+Lanka's+Hotel+Industry.pdf?MOD=AJPERES> Luettu: 10.11.2016.

JLL 2016. Big hotel brands head sri lanka. Luettavissa: <http://www.jllrealviews.com/industries/big-hotel-brands-head-sri-lanka/> Luettu: 23.10.2016.

Kananen, J. 2011. Kvantti, kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Tampereen Yliopistopaino Oy-Juvenes Print. Tampere.

Kids Britannica 2016. Sri Lanka. Luettavissa: <http://kids.britannica.com/elementary/art-66914/Sri-Lanka> Luettu: 18.9.2016.

Lonelyplanet 2016a. Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.lonelyplanet.com/sri-lanka/history#ixzz4KgeaXAd3> Luettu: 19.9.2016.

Lonelyplanet 2016b. Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.lonelyplanet.com/sri-lanka/history#ixzz4KgeaXAd3> Luettu: 19.9.2016.

Lonelyplanet 2016c. Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.lonelyplanet.com/sri-lanka/history#ixzz4KgeaXAd3> Luettu: 19.9.2016.

Lonelyplanet 2016d. Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.lonelyplanet.com/sri-lanka/history#ixzz4KgeaXAd3> Luettu: 19.9.2016.

Lonelyplanet 2016e. Discover the many flavours of sri lanka. Luettavissa: <https://www.lonelyplanet.com/sri-lanka/travel-tips-and-articles/discover-the-many-flavours-of-sri-lanka>
Luettu: 11.11.2016.

Matka24 2016. Sri lanka odottaa lisää matkailijoita Suomesta. Luettavissa:
<http://www.matka24.com/fi/matka24-nyt/2/sri-lanka-odottaa-lisaa-matkailijoita-suomesta>
Luettu: 27.9.2016.

Meteo 2016. Luettavissa: http://www.meteo.gov.lk/index.php?option=com_content&view=article&id=13&Itemid=132&lang=en Luettu: 26.9.2016.

Momondo 2016. Luettavissa: <http://www.momondo.fi/> Luettu: 26.9.2016.

Oph 2016. Swot-analyysi. Luettavissa: http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi Luettu: 7.10.2016.

Page, Stephen, J. 2009. Tourism management -managing for change. Elsevier. Slovenia.

Peters Adventures 2012. Luettavissa: <https://petersadventures.wordpress.com/2012/10/03/land-of-contrasts-sri-lanka/> Luettu: 10.11.2016.

Reisinger, Y. International Tourism – Cultures and Behaviour. Elsevier Inc. USA.

Roughguides 2016a. Eating drinking. Luettavissa: <https://www.roughguides.com/destinations/asia/sri-lanka/eating-drinking/> Luettu: 20.10.2016.

Roughguides 2016b. Getting around. Luettavissa: <https://www.roughguides.com/destinations/asia/sri-lanka/getting-around/> Luettu: 20.10.2016.

Slt da 2015a. Tourist board annual report 2015. Luettavissa: http://www.slt da.lk/sites/default/files/Tourist_Board_Annual_Report_2015.pdf Luettu: 20.9.2016.

Slt da 2015b. Tourist board annual report 2015. Luettavissa: http://www.slt da.lk/sites/default/files/Tourist_Board_Annual_Report_2015.pdf Luettu: 20.9.2016.

Slt da 2015c. Tourist board annual report 2015. Luettavissa: http://www.slt da.lk/sites/default/files/Tourist_Board_Annual_Report_2015.pdf Luettu: 20.9.2016.

Sltida 2015d. Tourist board annual report 2015. Luettavissa: http://www.sltida.lk/sites/default/files/Tourist_Board_Annual_Report_2015.pdf Luettu: 20.9.2016.

SMAL 2015. Loader. Luettavissa: <http://www.smal.fi/loader.aspx?id=76591ee7-a9a5-470b-be49-7f031103cee4> Luettu: 28.9.2016.

Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. Hogg, M. 2010. Consumer Behaviour A European Perspective. Pearson Education.

Srilanka 2016a. Weather. Luettavissa: <http://www.srilanka.travel/weather> Luettu: 26.9.2016.

Srilanka 2016b. Pristine beach holidays. Luettavissa: http://www.srilanka.travel/pristine_beach_holidays Luettu: 30.9.2016.

Statisticstimes 2015. Countries by population density. Luettavissa: <http://statisticstimes.com/population/countries-by-population-density.php> Luettu: 18.9.2016.

Swarbrooke, J., Horner, S. 2007. Consumer behaviour in tourism. 2. edition. Elsevier Ltd. Hungary.

The culture trip 2016. Sri lankas 10 most beautiful towns and cities. Luettavissa: <https://theculturetrip.com/asia/sri-lanka/articles/sri-lankas-10-most-beautiful-towns-and-cities/> Luettu: 14.11.2016.

Tilastokeskus 2016a: Suomalaisten matkailu. Luettavissa: <http://www.stat.fi/til/smat/kas.html> Luettu: 6.10.2016.

Tilastokeskus 2016b. Suomalaisten matkailu 2015. Luettavissa: http://www.stat.fi/til/smat/2015/smat_2015_2016-03-30_kat_005_fi.html Luettu: 6.10.2016.

Tilastokeskus 2016c. Suomalaisten matkailu 2015. Luettavissa: http://www.stat.fi/til/smat/2015/smat_2015_2016-03-30_tie_001_fi.html Luettu: 6.10.2016.

TripAdvisor 2016. Sri Lanka vacations. Luettavissa: https://www.tripadvisor.com/Tourism-g293961-Sri_Lanka-Vacations.html Luettavissa: 14.11.2016.

Tourism Theories 2014. Luettavissa: <http://www.tourismtheories.org/?p=34> Luettu: 12.10.2016.

Tjäreborg 2016. Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.tjareborg.fi/sri-lanka> Luettu: 20.9.2016.

Unesco 2016. List. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/451> Luettu: 30.9.2016.

U.S. Department of State. Sri Lanka. Luettavissa: <http://www.state.gov/j/drl/rls/hrrpt/2008/sca/119140.htm> Luettu: 18.11.2016.

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. WSOY. Porvoo.

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma – kansainvälisen matkailun maantiede. WSOY. Porvoo.

Weaver, D. & Lawton, L. 2010. Tourism Management. John Wiley & Sons Australia, Ltd. Singapore.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomakkeen runko

1. Sukupuoli Mies
Nainen
 2. Minkä ikäinen olet?
20 tai alle
21-30
31-40
41-50
51-60
61+
 3. Asuinpaikkasi
Etelä-Suomen lääni
Länsi-Suomen lääni
Itä-Suomen lääni
Oulun lääni
Lapin lääni
Ahvenanmaa
 4. Mistä lähteistä haet tietoa matkakohteesta?
Internet
sosiaalinen media
ystävät/sukulaiset
matkaoppaat
lehdet
matkatoimistojen esitteet
 5. Kenen kanssa matkustat useimmiten vapaa-ajalla?
(ei työmatkat)
yksin
ystävä/t
perhe
vanhemmat
sisarukset
puoliso
lapset
sukulaiset
harrastusryhmä
muu, kenen:
 6. Miten tärkeitä seuraavat ominaisuudet ovat sinulle matkakohdetta valitessa?
5-portainen asteikko ei tärkeää-hyvin tärkeää
- tulet kohteessa ymmärretyksi englannin kielellä (ei esim. elekielellä)
miellyttävä ilmasto
kauniit maisemat
luontokohteet kuten puutarhat, luonnonpuistot
uimarannat
museot, kirkot, temppelit, nähtävyydet yms kulttuurikohteet
hyvät ostosmahdollisuudet
palvelujen kuten hotellien ja ravintoloiden korkea taso
edullinen hintataso kohteessa
matkan edullinen kokonaishinta

turvallisuus

mahdollisuus tutustua paikalliseen kulttuuriin esim. ruoka, juoma

mahdollisuus kierrellä kohteen ympäristössä/ tehdä päiväretkiä

laaja valikoima aktiviteetteja

hyvät liikenneyhteydet kohteessa

suorat lennot kohteeseen

kohteesta on helppo ottaa selvää etukäteen

kohteen autenttisuus/aitous

7. Millaisista aktiviteeteista olet kiinnostunut lomalla?

urheilulliset aktiviteetit kuten vaellus, snorklaus, surffaus

rantaelämä

kaupunkilomailu/kiertely

kulttuurikohteilla vierailu

nähtävyydet

shoppailu

iltaelämä ravintoloissa

terveys- tai kauneushoidot esim. ayurveda

eläinkohteet esim. luonnonpuistot, eläintarhat

8. Millaisia mielikuvia sinulla on Sri Lankasta matkakohteena?

9. Oletko käynyt tai haluaisitko käydä Sri Lankalla?

Jos vastasit kyllä, kerro muutamain sanoin mitkä asiat sinua kiinnostivat/kiinnostavat kohteessa. Jos vastasit ei ja et ole kiinnostunut matkustamisesta Sri Lankalle, kerro muutamain sanoin miksi.

kyllä

ei

Liite 2. Vastaukset kysymys nro 8.

Avoimen kysymyksen vastaukset: Millaisia mielikuvia sinulla on Sri Lankasta matkakohdeena?

- Eksoottinen, ei oikein minkäänlaista kuvaa
- Intialaistyylinen saarivaltio
- Lämmin, eksoottinen.
- Likainen
- Monipuoliset mahdollisuudet niin rannalla laiskotteluun kuin aktiivilomaan, taikka kulttuurilliseen lomaan. Kaikille jotakin. Luonto ja maisemat myös hyvin monipuoliset ja kauniit.
- Lämmin ilmasto, luonto- ja kulttuurikohde, rantoja
- Eksoottinen, kuuma, pieni ja turismiltaan vielä kehittymätön
- Eksoottinen, monipuolinen, autenttinen, värikäs, rikkaat luonnonvarat
- Kaunis maa, paljon erilaisia kohteita, todella monipuolinen, jokaiselle jotakin. Ystävällisiä ihmisiä. Vielä autenttisempi kuin moni muu kohde, tämä kyllä kovaa vauhtia muuttumassa.
- Ensinnäkin kommenttina edelliseen kysymykseen: vähän nihkeää luokitella luonnonpuistot ja eläintarhat saman otsikon alle, luonnonystävä varmasti mielellään matkustaa luonnonpuistossa, mutta eläintarhat tuovat mieleen monenlaisia eettisiä kysymyksiä eläinten kohtelusta. Luonnonpuistoon matkustaisin mieluusti, eläintarhaan en.
- Sri Lanka kiinnostaa minua matkakohteena, olen matkustanut aikaisemmin Intiassa omatoimisesti ja saman kulttuuripiirin osana Sri Lanka tuntuu helposti lähetettävältä kohteelta. Olen keskustellut ystävien kanssa jotka ovat käyneet Sri Lankalla, ja en ole kuullut mitään huonoa.
- Jfbdkdb
- Eksoottinen, monipuolinen
- Lämmin ilmasto, kaunis luonto, turvallista
- Reppureissaajalle varmaan ihan kiva paikka, ei oikeasti minkäänlaista tietoa paikan matkailumahdollisuuksista.
- Jotain paikallisväestön separatisteja siellä on ainakin jokin aika sitten pistetty kylmäksi. Lieneekö vielä tällaisia liikkeitä voimissaan?
- Uskoisin sen olevan hyvä matkailukohde.. (lämmin, edullinen sekä hyvää mausteista ruokaa)
- Hieman epävakaa paikka, mutta edullinen matkustaa ja olla.
- En ole tutustunut Sri Lankaan matkakohteena. Mielikuvissani se on kuitenkin aurinkoinen, hieman kaoottinen ja vaikeahkosti saavutettava Suomesta katsoen syrjäisen sijaintinsa vuoksi.
- Ei minkäänlaisia.
- Köyhä maa, kaunista luontoa ja vähän palveluita. Melko turvallista, jos ei välitä ajoittaisista tsunamideistä.
- Ei ole kosketuspintaa
- Eksoottinen, ei liian turistirysä, mukavat ihmiset, mietityttää miten paljon he kaipaa sinne turisteja, mielellään? Onko turismi heille hyvä asia/ mieluinen asia?
- Kaunis ja ainutlaatuinen kohde jota turistikivirrat ei ole vielä pilanneet. Hyvät mahdollisuudet monipuolisiin aktiviteetteihin.
- Lämmin, edullinen ja kaukana oleva
- Ei mitään
- Lämmintä, vihreys, mystiikkaa, nähtävyyksiä paljon
- Mini Intia, hyvää surffia, hyvää ruokaa, luontoa ja aktiviteetteja. Intialaisia turisteja
- Rantakohde

- Hiljainen saari, jonne kannattaisi matkustaa mahdollisimman nopeasti, jotta saa nauttia vielä saaren hiljaisesta autenttisuudesta. Ihmiset ovat hieman intialaisten näköisiä, ja ruuassa on myös Intialaisia vaikutteita. Rannat ja "viidakot" ovat varmasti upeita.
- Lämmin, turvallinen, autenttinen
- Todella monipuolinen luonto ja kulttuuri. Tietyissä osissa maassa voi olla vasralista.
- Lämmin, kauniit maisemat, hyvää ruokaa
- Lämmin, köyhää, ehkä vähän epäturvallinen, ihania ihmisiä, uskomattoman kaunis luonto, ihana meri, ihania rantoja, snorklausta, halpaa, paljon mahdollisuuksii tehdä erilaisii uskomattoman siistei aktiviteettei
- Ei mitään
- -
- Ihana ilmasto ja kaunis luonto.
- Ei juuri minkäänlaisia.
- Ei minkäänlaista mielikuvaa.
- Ei juuri mitään
- Lämmin ja aurinkoinen paikka, paljon luontoa
- Karu paikka
- Aurinkoinen, lämmin, rannat, viidakko. Dancing. The dream.
- En tiedä
- Ei oikeastaan minkäänlaisia, en ainakaan tunne ketään kuka olisi käynyt.
- Kasvattanut suosiotaan, tossa vuos kaks sitten tuntui että kaikki olivat siellä. Turismin myötä kaikenmaailman tyrkyttäminen kasvanut ilmeisesti turistikilla alueilla. Pääkaupunki Colombo. Yllättävän kallis maa. Teen tuottaja. Saari. Luontoa ja ranta. Varmaan ihan kiva paikka.
- Eksoottinen ja ilmastoltaan lämmin kaukolomakohde, jossa kulttuuri ja luonto tarjoavat varmaan paljon uutta koettavaa.
- Trooppinen ilmasto, varmaankin edulliset hinnat paikan päällä, valmiit matkapaketit kalliita
- Upeat maisemat. Enemmän reppureissaus tyyppiselle matkailijalle. Kulttuuri ja luonto kohtaavat
- edullinen, paljon luontokohteita, paljon mahdollisuuksia harrastaa erilaisia aktiviteetteja, ei kovinkaan turvallinen
- Trooppinen ja eksoottinen maa
- Eksoottinen ja monipuolinen kohde. Suosio noussut erityisesti viime vuosina.
- Ei oikein minkäänlaista. Ehkä samanlaisia mielikuvia tulee mieleen kuin Intiasta. Likainen, liikaa ihmisiä, liian kuuma ilmasto näin suomalaiselle, eksoottinen ruoka...