

Matkailijoiden mielikuvat matkavakuutuksista

Jenni Haajanen



Tekijä tai tekijät Jenni Haajanen	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2007
Raportin nimi Matkailijoiden mielikuvat matkavakuutuksista	Sivu- ja liitesivumäärä 35+3
Opettajat tai ohjaajat Anu Seppänen, Annika Konttinen	
<p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli matkailijoiden mielikuvat matkavakuutuksista. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Rantapallo Oy. Tavoitteena oli tutkia asiakkaiden tietämystä ja mielikuvia matkavakuutuksista.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella tutkimusotteella, jossa matkailijoiden tietoutta matkavakuutuksista kerättiin kyselytutkimuksen avulla. Kysely oli avoinna parin viikon ajan keväällä 2012 opinnäytetyön toimeksiantajan Rantapallon internetsivuilla.</p> <p>Tutkimuksen aineisto koostuu lähes 6 000 kyselyyn vastanneen henkilön vastauksista sekä teoriaosasta, jossa käsitellään yleistietoa matkavakuutuksista, mielikuvamarkkinointia, suomalaisten matkailutilastoja sekä kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän ominaispiirteitä.</p> <p>Opinnäytetyön tuloksista selvisi, että suurin osa suomalaisista matkailijoista huolehtii hyvin siitä, että on heillä on voimassaoleva matkavakuutus matkustettaessa. Suurin osa kyselyyn vastanneista suosii myös selvästi enemmän jatkuvaa kuin määräaikaista matkavakuutusta. Pääasiassa matkailijat vaikuttivat olevan tyytyväisiä matkavakuutuspalveluihin, tosin jonkun verran koetaan, että matkavakuutus on vaikea ottaa ja osa matkailijoista pitää matkavakuutuksia myös liian kalliina.</p> <p>Kyselyn tuloksista saa kattavan kuvan suomalaisten tietoudesta matkavakuutuksista. Lisäksi tuloksista selviää, että suomalaiset matkailijat pitävät matkavakuutuksen ottamista hyvin tärkeänä asiana. Osa matkustajista jättää matkavakuutuksen ottamatta muun muassa sen vuoksi, että pitävät matkavakuutusta liian kalliina tai turhana.</p>	
Asiasanat matkavakuutus, vakuutus, kvantitatiivinen tutkimus, mielikuvat	

<p>Authors Jenni Haajanen</p>	<p>Group or year of entry 2007</p>
<p>The title of thesis Travellers' images on travel insurances</p>	<p>Number of pages and appendices 35 + 3</p>
<p>Supervisor(s) Anu Seppänen, Annika Konttinen</p>	
<p>The purpose of this thesis was to examine what kind of images and impressions travellers have about travel insurances. The principal of this thesis was Rantapallo Oy.</p> <p>The method of the research was quantitative study and the travellers' knowledge of travel insurances was collected by questionnaire survey. The survey was carried out in March 2012 when the questionnaire was submitted to Rantapallo's own website where it was open for answers for the time of two weeks.</p> <p>Nearly 6 000 persons took part in the survey and the results of the survey, are part of the material of the thesis. In addition, the thesis consists of a theoretical part which divides into few sections such as general knowledge of travel insurances, image marketing, travel statistics and quantitative study characteristics.</p> <p>The results revealed that most Finnish travellers make sure that they have valid travel insurance while travelling. Majority of respondents favour annual multi-trip travel insurance over single trip travel insurance.</p> <p>Most travellers seemed to be content with travel insurance services although some feel travel insurance is a bit difficult to purchase and minority find travel insurance too expensive.</p> <p>In conclusion, the results give a broad picture of Finnish travellers' knowledge of travel insurances. Additionally the results show that travellers rate taking travel insurance very important. Research also reveals that some persons don't take the travel insurance at all because they think the insurance is too expensive or not useful.</p>	
<p>Key words travel insurance, insurance, quantitative study, image</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomalaisten matkailu	2
2.1	Ulkomaanmatkat	2
2.2	Kotimaanmatkat	3
2.3	Valmismatkalaki.....	3
3	Vakuutustoiminta matkailualalla	5
3.1	Matkavakuutukset.....	5
3.2	Jatkuva ja määräaikainen matkavakuutus	6
4	Matkavakuutusten hintavertailu	7
4.1	Nelihenksen lapsiperheen 8 vuorokauden matka Espanjaan	7
4.2	Kahden aikuisen 15 vuorokauden matka Thaimaahan	9
4.3	Jatkuva matkavakuutus	9
5	Markkinointi.....	12
5.1	Mielikuvien muodostuminen	13
5.2	Mielikuvamarkkinointi	13
5.3	Tavoitemielikuva	15
6	Tutkimuksen kulku	16
6.1	Tutkimusmenetelmä	16
6.2	Aineiston hankinta	17
6.3	Tutkimusprosessi.....	18
6.4	Kyselylomakkeen laadinta	19
7	Tutkimustulokset.....	20
7.1	Taustatieto- ja vaihtoehtokysymykset.....	20
7.2	Väitekysymykset	26
7.3	Avoimet kysymykset	31
8	Johtopäätökset.....	33
9	Pohdinta	35
	Lähteet	36
	Liite 1. Kyselylomake.....	39

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia matkailijoiden mielikuvia ja tietoa matkavakuutuksista. Tarkoituksena on selvittää vastaavatko matkailijoiden mielikuvat matkavakuutuksista todellista tilaa. Tavoitteena on myös kartoittaa sitä, miten hyvin matkailijat tuntevat matkavakuutukset ja niiden tarjoaman vakuutusturvan. Työssä on tarkoitus keskittyä perinteisiin matkavakuutuksiin. Näin ollen esimerkiksi konkurssivakuutukset rajataan kokonaan pois työstä. Yhtenä tavoitteena on tutustua myös matkavakuutuksiin sekä niiden tarjontaan ja sisältöön.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Rantapallo Oy, joka on internetissä toimiva matkailusivusto. Rantapallo kuuluu Suomen suosituimpiin matkailumedioihin. Sivustoa on ylläpidetty vuodesta 2007 alkaen ja sivustolla vierailee kuukausittain noin 200 000 yksittäistä kävijää. Rantapallon tarkoituksena on tarjota laadukasta sisältöä erityisesti suomalaisille matkailijoille. Sivustolta löytyy monipuolisia matkailu- ja kohdevinkkejä ja uutisia matkailualalta. Palvelussa on tarjolla myös monipuolinen haku, josta voi hakea lentoja, hotelleja sekä vuokra-autoja ja myös äkkilähtömatkoja. Rantapallossa on myös keskustelupalsta sekä matkailuaiheisia blogeja. Tällä hetkellä Rantapallossa on yhteensä kahdeksan työntekijää. (Rantapallo 2011)

Ensimmäisenä opinnäytetyössä käsitellään perustietoa suomalaisten matkailusta ja sen yleisyydestä sekä mainitaan myös suomalaisten suosimia matkakohteita. Alkuosassa esitellään lyhyesti myös valmismatkalaki. Seuraavaksi esitellään vakuutustoimintaa matkailualalla, perustietoa vakuutuksista ja vakuuttamisesta. Luvussa neljä on matkavakuutusten hintavertailu, jossa vertaillaan erityyppisiä matkavakuutuksia. Luku viisi käsittelee markkinointia ja sen luoma mielikuvia. Tutkimuksen kulku ja tutkimuksen tulokset esitellään luvuissa kuusi ja seitsemän. Opinnäytetyön loppuosa koostuu johtopäätöksistä ja pohdinnasta.

2 Suomalaisien matkailu

Suomalaisista 15–74-vuotiaista lähes 90 % eli 3,6 miljoonaa henkilöä teki vuoden 2010 aikana matkan, johon sisältyi yöpyminen joko kotimaassa tai ulkomailla. Luku sisältää sekä maksuttomat että maksulliset yöpymisvaihtoehdot. Suomalaisista noin puolet matkusti vähintään yhden kerran matkan, jossa yöpyi maksullisessa majoituksessa kotimaassa. Ulkomaanmatkoja oli lähes yhtä monella henkilöllä vuoden 2010 aikana. (Tilastokeskus 2011)

2.1 Ulkomaanmatkat

Tilastokeskuksen mukaan suomalaiset tekivät noin neljä miljoonaa yöpymisen sisältävää ulkomaanmatkaa vuonna 2010. Suosituimmat kohdemaat olivat Viro ja Ruotsi. Suomalaiset matkustivat Viroon melkein miljoonaa kertaa ja Ruotsiinkin lähes 460 000 kertaa vuoden 2010 aikana. Kolmanneksi suosituin matkakohde oli Espanja, jonne matkusti noin 400 000 suomalaista. Puolet Espanjan matkoista tehtiin Kanariansaarille. Kaukokohteista kymmenen suosituimman maan joukkoon mahtui ainoastaan Thaimaa, jonne matkoja tehtiin yli 100 000. Thaimaan suosio matkakohteena suomalaisten keskuudessa putosi kuitenkin hieman verrattuna edellisvuoteen 2009. Thaimaan jälkeen suosituin kaukokohteena oli Yhdysvallat. (Tilastokeskus 2011)

Näiden ulkomaanmatkojen lisäksi suomalaiset tekivät 1,5 miljoonaa vapaa-ajan risteilyä. Risteilyllä ei yövytä varsinaisesti kohdemaassa vaan ainoastaan laivalla. Risteilyjen osuus kasvoi noin 15 % vuodesta 2009 vuoteen 2010 mennessä. Suurin osa risteilyistä eli miljoona matkaa tehtiin Ruotsiin ja reilut 400 000 risteilyä tehtiin Viroon. Suomalaiset matkustavat risteilylle pääasiassa Ruotsiin ja Viroon, muihin maihin suuntautuvat risteilyt ovat hyvin harvinaisia suomalaiselle matkailijalle. (Tilastokeskus 2011)

Vuonna 2010 suomalaiset tekivät lisäksi lähes 700 000 ulkomaan päivämatkaa. Päivämatka on matka, jossa ulkomaille lähdetään ja palataan saman päivän aikana ilman yöpymistä kohdemaassa. Ylivoimaisesti suosituin päivämattakohde oli Viro, jonne suuntautui noin 480 000 matkaa ja Ruotsiin noin 140 000 matkaa.

1,1 miljoonaa suomalaista matkusti myös ulkomaille suuntautuvalla yöpymisen sisältävälle kokous- tai työmatkalle. Suosituimmat kohdemaat olivat Ruotsi (200 000 työmatkaa), Saksa (143 000 työmatkaa) sekä Viro (109 000 työmatkaa). Työmatkoja tehtiin yhteensä noin 250 000 risteilynä tai päivämatkoina ilman yöpymistä kohdemaassa. (Tilastokeskus 2011)

2.2 Kotimaanmatkat

Vuonna 2010 suomalaisten tekemät maksullisen yöpymisen sisältävät kotimaanmatkat lisääntyivät 13 prosenttia yhteensä noin 5,9 miljoonaan matkaan. Suosituimmat matkailualueet yöpymisen sisältävillä matkoilla olivat Uusimaa, Lappi ja Pirkanmaa. Uudellemaalle tehtiin 15 prosenttia kaikista kotimaanmatkoista, Lappiin ja Pirkanmaalle suuntautui kumpaankin reilut kymmenisen prosenttia suomalaisten vuoden aikana tekemistä kotimaanmatkoista. Maksullisia yöpymiskertoja vuoden aikana oli yhteensä 15,7 miljoonaa kertaa, joista noin puolet tapahtui hotelleissa ja neljäs vuokramökeissä. (Tilastokeskus 2011)

Maksullisten yöpymisten lisäksi Suomessa tehtiin 5,6 miljoonaa vähintään yhden yön kestänyttä matkaa omalle mökille sekä noin 19 miljoonaa matkaa sukulaisten tai tuttaviensa luokse. Mökkimatkoista suosituimmat maakunnat olivat Etelä-Savo sekä Varsinais-Suomi. Sukulaisten ja tuttaviensa luokse suuntautuvista vierailumatkoista suurin osa tehtiin Uudellemaalle ja Pirkanmaalle. Yöpymisen sisältäviä työmatkoja kotimaassa kertyi 3,8 miljoonaa matkaa vuoden aikana. (Tilastokeskus 2011)

2.3 Valmismatkalaki

Valmismatkalaisissa on valmismatkaksi määritelty palvelusten yhdistelmä, johon kuuluu vähintään kuljetus ja majoitus, tai kuljetus, tai majoitus sekä lisäksi joku muu olennainen matkailupalvelus. Yleisempiä valmismatkayhdistelmiä ovat esimerkiksi lento ja hotelli, hotelli ja joku matkailupalvelus, joka voi olla esimerkiksi autonvuokraus, lippu johonkin tapahtumaan (esimerkiksi formula 1 – kilpailu, olympialaiset) tai matka voi olla kokonaan räätälöity asiakkaan toiveiden mukaisesti. Useimmiten valmismatka maksetaan ennakkoon ja valmismatkoja myyvän yrityksen täytyy mainita asiakkaalle, että kyseessä on nimenomaan valmismatka. (Kuluttajavirasto 2012a.)

Valmismatkalain mukaan matkanjärjestäjän vastattava siitä, että matka on sopimuksen mukainen. Matkanjärjestäjän on myös tiedotettava asiakkaille vaadittavista matkustusasiakirjoista sekä niiden hankkimistavoista. Matkanjärjestäjän vastuuseen ei kuulu matkustajan tarvitsemat vapaaehtoiset vakuutukset, vaan näistä matkustaja vastaa itse vakuutusturvastaan. Matkanjärjestäjän tulee valmismatkalain mukaan myös tiedottaa mahdollisista turvallisuus- ja terveystarpeista matkustajalle. Matkustajan sairastuessa tai joutuessa onnettomuuteen, on matkanjärjestäjällä avustamisvelvollisuus, joka tarkoittaa sitä, että matkanjärjestäjän on autettava matkustajaa asioiden selvittämisessä sekä mahdollisen ennen aikaisen paluulennon järjestämisessä. Matkanjärjestäjän ja matkustajan välille syntyy sitova sopimus siinä vaiheessa, kun matkustaja maksaa matkan varausmaksun. Matkan loppumaksu on maksettava etukäteen matkanjärjestäjän ilmoittaman aikana. (Kuluttajavirasto 2012b.)

Matka on mahdollista peruuttaa vähintään 28 vuorokautta ennen matkalle lähtöä maksamalla ainoastaan sovitut peruutuskulut. Myöhemmin kuin 28 vuorokautta ennen lähtöä peruutetuista matkoista veloitetaan valmismatkalain mukaiset peruutuskulut. Matkustajalla on kuitenkin oikeus peruuttaa matka ylivoimaisen esteen vuoksi pelkillä toimituskuluilla myös myöhemmin kuin 28 vuorokautta ennen matkaa. Ylivoimaiseksi esteeksi lasketaan läheisen henkilön kuolema, vakava sairastuminen tai esimerkiksi oman asunnon tulipalo. Matkustajalla on peruutusosoikeus myös siinä tapauksessa jos matkanjärjestäjä siirtää matkan alkamista tai loppumista yli 30 tunnilla tai jos kuljetusvälineen, majoituksen tai matkakohteen taso laskee selvästi. Myös luonnonmullistuksen, sotatilanteen tai muun vastaavan edessä matkustajalla on oikeus peruuttaa matka. (Kuluttajavirasto 2012b.)

Matkanjärjestäjällä on oikeus tehdä valmismatkaan myös hinnanmuutoksia jos siihen on päteviä perusteluita. Yleisemmin hinnanmuutokset johtuvat esimerkiksi polttoaineen hinnan noususta, jolloin matkustajalta peritään pieni polttoainelisämaksu. Matkanjärjestäjällä on myös oikeus tehdä vähäisiä muutoksia matkaan, aikatauluun, majoitukseen tai matkaohjelmaan, jos muutokset eivät oleellisesti muuta kuitenkaan matkan luonnetta tai tasoa. Matkanjärjestäjällä on oikeus peruuttaa matka muun muassa silloin, kun matkalle lähtijöitä ei ole ilmoittautunut tarpeeksi tai jos matkakohteen turvallisuus on vaarantunut esimerkiksi sotatilan tai luonnonkatastrofin vuoksi. (Kuluttajavirasto 2012b.)

3 Vakuutustoiminta matkailualalla

Vakuutustoiminnan motiivina on vahinko- ja haittariskin tasaaminen. Vakuutustoiminnassa vahingon tai haitan syntyminen riippuu epävarmasta tapahtumasta. Jo tapahtunut vahinko ei voida lukea vakuutustoiminnaksi. Vakuutustoiminnassa vakuutusyhtiö tai vakuutusyhdistys sekä vahingonvaaran kohde sopivat vakuutuksesta ja siitä mitä ehtoja siihen sisällytetään. Samalla sovitaan myös vakuutusmaksun hinta sekä vakuutuksen sisältyvä sovittu riski. (Hoppu & Hemmo 2006, 1-2)

3.1 Matkavakuutukset

Matkavakuutus on yksi erityisistä vakuutuslajeista. Matkavakuutus on yleisnimi neljälle eri vakuutukselle, joita ovat matkustaja-, matkatavara-, matkavastuu- ja oikeusturvavakuutus. Useimmiten matkavakuutuksen voimassaoloaika määritellään niin, että vakuutus on voimassa ulkomailla sekä kotimaassa jos matka tehdään vähintään 50 kilometrin päähän vakuutuksen ottajan asunnosta, työpaikasta tai loma-asunnosta. Ulkomaan matkoilla rajoituksena on usein se, ettei yksittäinen matka saa kestää 45 tai 90 vuorokautta pidempään. (Hoppu & Hemmo 2006, 424)

Matkustajavakuutus on pääasiassa henkilövakuutus. Matkustajavakuutusasiakkaalle maksetaan korvaus matkalla tapahtuneen tapaturman aiheuttamista vahingoista ja rahallisista menoista. Matkustajavakuutuksen korvauspiiriin kuuluu myös matkalla äkillisesti alkaneen sairauden hoitokulut. Sen sijaan jo ennen matkaa olleesta sairaudesta korvataan ainoastaan matkan aikana sairauden äkillisestä pahenemisesta tai terveydentilan yllättävästä muutoksesta johtuva ensiapuluonteinen hoito. Lisäksi vakuutuskorvauksen saaminen edellyttää sen, ettei sairauden pahentuminen ole ollut todennäköistä matkan aikana. (Hoppu & Hemmo 2006, 425)

Vakuutuksissa mainitut hoitokulut kattavat lääkärin antaman tai määräämän hoidon sekä tutkimuksen kustannukset. Korvauksissa huomioidaan myös kohtuulliset matkakulut sekä tapaturmien kohdalla myös rikki menneet apuvälineet kuten hammasproteesit tai silmälasit. Matkustajavakuutuksesta saa korvauksen pysyvästä ja tilapäisestä haitasta. Matkustajan kuollessa, matkustajavakuutus korvaa vainajan kuljetuksen kotiin tai vaihtoehtoisesti hautauskulut jos vainaja päätetään haudata ulkomailla.

Matkustajavakuutuksesta korvataan matkustajalle myös matkan peruuntumisesta tai keskeytymisestä aiheutuvat vahingot. (Hoppu & Hemmo 2006, 426)

Matkatavaravakuutus on vakuutus, josta korvataan vakuutetulle hänen matkatavaralleen arvaamattomasta syystä tapahtunut vahinko. Matkatavaroiksi käsitetään vakuutuksenottajan matkalle mukaan ottamat tai matkalla hankitut tavarat. (Hoppu & Hemmo 2006, 427)

3.2 Jatkuva ja määräaikainen matkavakuutus

Matkavakuutuksia on sekä jatkuvia että määräaikaisia. Jatkuva matkavakuutus otetaan vuodeksi kerrallaan ja vakuutus täytyy siis maksaa vuosittain. Jatkuva matkavakuutus on voimassa koko ajan silloin, kun vakuutuksenottaja poistuu kotoaan tai vapaa-ajan asunnoltaan matkustamistarkoituksessa. Usein kotimaan matkoilla on jonkinlainen etäisyysraja miten kaukana vakuutetun kodista matkavakuutus astuu voimaan. Monesti kyseinen kilometriraja on 50 km, mutta tämä voi vaihdella eri vakuutusyhtiöissä ja niiden tarjoamissa jatkuvissa matkavakuutuksissa. Jatkuvassa matkavakuutuksessa on rajoituksia yksittäisen matkan pituuteen liittyen. Yksittäisen matkan pituus saa yleensä olla enintään 45 tai 90 vuorokautta. Matkan täytyy myös aina alkaa Suomesta. Jos yksittäinen matka on pidempi kuin jatkuvan matkavakuutuksen yksittäisen matkan keston raja, niin pidemmän matkavakuutuksen hinta ja muut tiedot täytyy tarkistaa omasta vakuutusyhtiöstä. (Vakuutusfakta 2012)

Määräaikaisella matkavakuutuksella tarkoitetaan yhdelle matkalle otettua matkavakuutusta, joka on voimassa ainoastaan kyseisen matkan ajan. Määräaikaisen matkavakuutuksen hinta vaihtelee matkan keston ja matkakohteen mukaan. (Vakuutusfakta 2012)

Vakuutuksenottaja voi itse määrittellä minkälaisen vakuutusturvan hän haluaa. Halvin mahdollinen matkavakuutus korvaa ainoastaan matkasairauden tai -tapaturman aiheuttamat hoitokulut sekä mahdollisesti tarvittavan kuljetuksen kotimaahan. Lisäksi on tarjolla kalliimpia vakuutusturvia, joissa voi olla erikseen maksettava kertakorvaus tapaturman tai kuoleman varalta. Vakuutuksenottajan yläikäraja vaihtelee eri vakuutusyhtiöiden välillä. Sekä jatkuvaan että määräaikaiseen matkavakuutukseen voi halutessaan lisätä myös matkatavaravakuutuksen. (If 2012a)

4 Matkavakuutusten hintavertailu

Useat eri vakuutusyhtiöt ja yritykset myyvät matkavakuutuksia Suomessa. Vertailen tässä osiossa hieman tarkemmin tunnetuimpia Suomessa tarjolla olevia matkavakuutuksia. Myös kyselyssä korostui juuri näiden tunnetuimpien matkavakuutusten suosio, joten senkin pohjalta valinta oli helppo tehdä ja jättää tuntemattomammat vakuutuksia tarjoavat yhtiöt pois opinnäytetyön matkavakuutustarjontavertailusta.

Koska matkailijatyyppejä on olemassa useita, niin päädyin opinnäytetyötä rajatessani siihen, että tarkastelen matkailijoille tarjolla olevaa vakuutusturvaa kahden esimerkkimatkailijaseurueen perusteella. Ensimmäinen esimerkkitapaus on nelihenkinen perhe, johon kuuluu kaksi aikuista ja kaksi lasta. Tässä esimerkissä lapset ovat molemmat alakäisiä, eli 8- ja 4-vuotiaita. Tämän esimerkkiperheen matkakohde on Espanja ja matka-aika on 8 vuorokautta. Valitsin 8 vuorokautta aikaesimerkiksi sen vuoksi, että siihen aikarajaan mahtuu viikon perillä oloaika sekä myös matkustaminen kohteeseen ja takaisin kotiin.

Toinen esimerkkimatkailijaseurue on kahden aikuisen muodostama pariskunta. Heille valitsin matkakohteeksi Thaimaan ja matka-aika on 15 vuorokautta, johon sisältyy kahden viikon ajanjakso paikan päällä Thaimaassa sekä sinne matkustaminen ja kotiinpaluu.

4.1 Nelihenkinen lapsiperheen 8 vuorokauden matka Espanjaan

Taulukossa 1 on vertailtu nelihenkinen perheen matkavakuutuksen hintoja, kun matkakohteena on Espanja, ja kun matkan kesto on kahdeksan vuorokautta. Taulukoiden hinnat ovat koko perheen matkavakuutusten kokonaishintoja. Jatkuvan matkavakuutuksen taulukossa hinta on koko perheen yhden vuoden matkavakuutusmaksu.

Vanhempiensa kanssa matkustavat lapset sisältyvät yleensä vanhempiensa matkustajavakuutukseen, lasten ikäraja vaihtelee eri yhtiöissä. Matkavaravakuutus sisältää useimmiten kaikkien samassa taloudessa vakituisesti asuvien henkilöiden matkatavarat, joten jokaiselle perheenjäsenelle ei tarvitse ottaa erikseen omaa matkatavaravakuutusta. (Vakuutusfakta 2012)

Rajasin hintavertailua niin, että otin vertailuun eri yhtiöiden halvimman matkustajavakuutuksen, joka sisältää vain pelkät hoitokulut. Lisäksi hintavertailussa on mainittu vain hoitokuluilla olevan matkustajavakuutuksen ja matkatavaravakuutuksen yhteishinta. Matkatavaravakuutuksen vakuutusmäärä on mainittuna kokonaishinnan jälkeen suluisa. Kattavamman matkustaja- ja matkatavaravakuutuksen voi ottaa kaikilla yhtiöillä erillisestä lisämaksusta.

Lapsi sisältyy vanhempiensa matkavakuutukseen, kun hän matkustaa samalla matkalla vanhempiensa kanssa. Lapsen ikäraja vaihtelee eri vakuutusyhtiöillä. If-vakuutusyhtiössä ikäraja on alle 20 vuotta. Lähivakuutuksessa ja Tapiolassa alle 16 vuotta sekä Pohjolassa ja Eurooppalaisessa alle 15 vuotta.

Taulukossa 2 on esitetty kahdeksan päivän määräaikaista matkavakuutusta lapsiperheelle. Punaisella merkitty taulukko sisältää koko perheelle pelkän matkustajavakuutuksen vain hoitokuluilla. Sinisellä merkityssä taulukossa on koko perheelle matkustajavakuutus vain hoitokuluilla sekä matkatavaravakuutus, jonka vakuutusmäärä on merkitty sulkuihin kokonaisvakuutuksen (matkustajavakuutus + matkatavaravakuutus) hinnan jälkeen. Kaikilta vertailussa mukana olevilta vakuutusyhtiöiltä olen valinnut mahdollisimman samanhintaisen matkatavaran vakuutusmäärän mukaan hintavertailuun.

(If 2012b. Pohjola 2012a. Lähivakuutus 2012. Tapiola 2012.)

Taulukko 1. Lapsiperheen määräaikainen matkavakuutus

Vakuutusyhtiö	Matkustajavakuutukset, vain hoitokulut	Matkustajavakuutus (vain hoitokulut) + matkatavaravakuutus, suluisa matkatavaran vakuutusmäärä
Pohjola / Eurooppalainen	28 euroa	72 euroa (900 €)
If	60,04 euroa	77,43 euroa (850 €)
Lähivakuutus	44 euroa	81 euroa (800 €)
Tapiola	41,40 euroa	81 euroa (900 €)
Turva	41,40 euroa	81 euroa (900 €)

4.2 Kahden aikuisen 15 vuorokauden matka Thaimaahan

Taulukossa 2 on vertailtu kahdesta aikuisesta henkilöstä koostuvan pariskunnan matkavakuutuksen hintoja, kun matkakohteena on Thaimaa, ja kun matkan kesto on viisitoista vuorokautta. Taulukon hinta sisältää matkavakuutuksen molemmille aikuisille. Jatkuvan matkavakuutuksen hinta koostuu pariskunnan yhden vuoden vakuutusmaksusta.

Alla olevassa taulukossa on vertailtu viidentoista päivän määräaikaista matkavakuutusta kahdelle aikuiselle. Punaisella merkitty taulukko sisältää molemmille pelkän matkustajavakuutuksen vain hoitokuluilla. Sinisellä merkityssä taulukossa on molemmille aikuisille matkustajavakuutus vain hoitokuluilla sekä matkatavaravakuutus, jonka vakuutusmäärä on merkitty sulkuihin kokonaisvakuutuksen (matkustajavakuutus + matkatavaravakuutus) hinnan jälkeen. Kaikilta vertailussa mukana olevilta vakuutusyhtiöiltä olen valinnut mahdollisimman samanhintaisen matkatavaran vakuutusmäärän mukaan hintavertailuun. (If 2012b. Pohjola 2012a. Lähivakuutus 2012a. Tapiola 2012. Turva2012.)

Taulukko 2. Kahden aikuisen määräaikainen matkavakuutus

Vakuutusyhtiö	Matkustajavakuutukset, vain hoitokulut	Matkustajavakuutus (vain hoitokulut) + matkatavaravakuutus, suluissa matkatavaran vakuutusmäärä
Pohjola / Euroop- palainen	56 euroa	108 euroa (900 €)
If	122,76 euroa	142,24 euroa (850 €)
Lähivakuutus	62 euroa	105 euroa (800 €)
Tapiola	61,20 euroa	103,10 euroa (900 €)
Turva	61,20 euroa	103,10 euroa (900 €)

4.3 Jatkuva matkavakuutus

Vanhempiensa kanssa matkustavat 8- ja 4-vuotiaat lapset sisältyvät vanhempiensa matkavakuutukseen, mistä johtuen lapsiperhe joutuu ottamaan ainoastaan kaksi matkustajavakuutusta. Matkatavaravakuutuksessa ovat vakuutettuina mukana matkustavat samassa taloudessa asuvat lähiomaiset. Sekä lapsiperheelle että pariskunnalle riittää siis yksi matkatavaravakuutus. Näin ollen molempien matkaseurueiden jatkuvat matkava-

kuutukset ovat samanhintaisia. Tästä johtuen jatkuvasta matkavakuutuksesta olen laittanut vain yhden hintavertailutaulukon. (Vakuutusfakta 2012)

Vertailussa on huomioitu halvin mahdollinen jatkuva matkavakuutus eli matkustajavakuutus vain hoitokulujen kanssa. Jälkimmäisessä sarakkeessa on esitelty jatkuva matkustajavakuutus sisältäen vain hoitokulut sekä matkatavaravakuutus vakuutusmäärällä, johon olen pyrkinyt valitsemaan jokaiselta vakuutusyhtiöltä mahdollisimman samansuuruisen summan. Lähivakuutusta ei ole tässä taulukossa ollenkaan siitä johtuen, ettei heidän internetsivuiltansa saanut suoraa hintaa jatkuvasta matkavakuutuksesta, joten rajasin kyseisen vakuutusyhtiön pois vertailusta. (If 2012b. Pohjola 2012a. Tapiola 2012. Turva 2012.)

Taulukko 3. Lapsiperheen ja pariskunnan jatkuva matkavakuutus.

Vakuutusyhtiö	Matkustajavakuutus, vain hoitokulut	Matkustajavakuutus (vain hoitokulut) + matkatavaravakuutus, suluissa matkatavaran vakuutusmäärä
If	108,80 euroa	125,08 euroa (1000 €)
Pohjola / Eurooppalainen	173,26 euroa	244,07 euroa (1500 €)
Tapiola	126,90 euroa	197,96 euroa (1000 €)
Turva	126,90 euroa	198,55 euroa (1000 €)

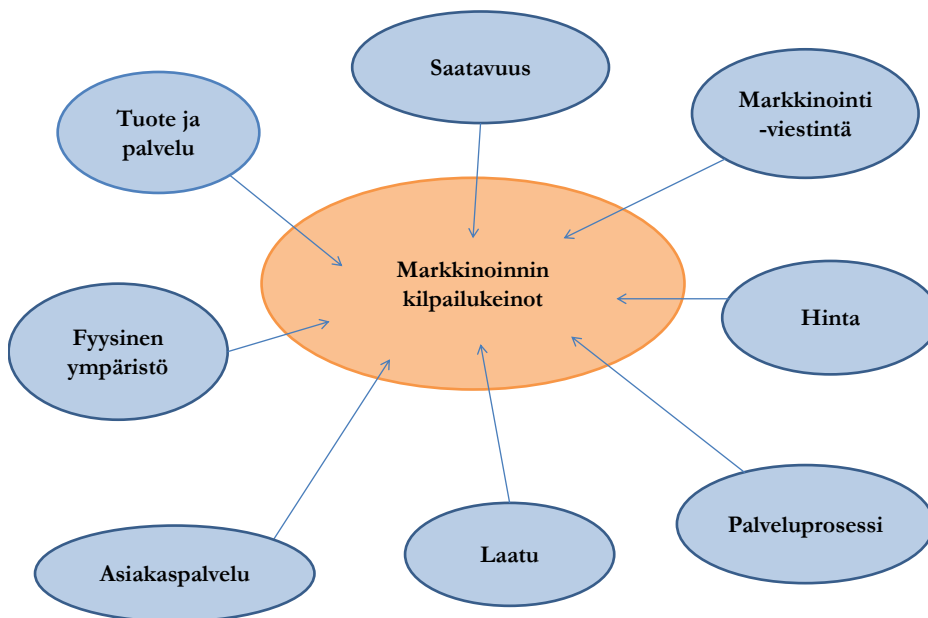
Määräaikaisen ja jatkuvan matkavakuutuksen taulukoita vertailemalla huomaa sen, että sekä pariskunnalle että lapsiperheelle edullisin matkavakuutus on määräaikainen vakuutus. Tosin asia muuttuu siinä tapauksessa jos he tekisivät useampia matkoja vuoden aikana. Huomioitavaa on se, että osalla vakuutusyhtiöistä erot määräaikaisen ja jatkuvan matkavakuutuksen hinnassa ovat suuret, kun taas osalla eroa ei ole kuin hyvin pieni summa ja vakuutusyhtiöllä Ifillä jatkuva matkavakuutus on itse asiassa edullisempi kuin Thaimaan matkan määräaikainen matkavakuutus. Yleistäen voi kuitenkin todeta, että jos matkustaa vain yhden kerran vuodessa yhden tai kahden viikon matkalle, niin edullisimmaksi tulee ottaa määräaikainen matkavakuutus. Jos taas matkoja on useampia tai jos matkat ovat kestoiltaan pidempiä, niin jatkuva matkavakuutus on silloin parempi vaihtoehto. Jatkuva matkavakuutus myös vähentää usein matkustavien kohdalla vakuu-

tuksen hankintaan kuluva aika, kun vakuutus tarvitsee uusia ainoastaan kerran vuodessa.

5 Markkinointi

Markkinoinnin pohja on yrityksen liiketoiminnassa ja liikeideassa. Yleensä markkinointi jaetaan kahteen osa-alueeseen, jotka ovat ajatustapa ja toimintatapa, ja monesti markkinointi noudattaa selvästi enemmän jompaakumpaa osa-aluetta. Markkinoinnissa on useita eri keinoja kilpailla. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 11)

Markkinointi on tapahtumaketju, joka alkaa asiakkaan tarpeista ja toiveista. Näiden perusteella muodostetaan tuotteita ja palveluita, jotka vastaavat asiakkaan omia tarpeita ja toiveita. Seuraavaan vaiheeseen kuuluu muun muassa tiedottaminen asiasta potentiaalisille asiakkaille. Tarkoituksena on saada asiakkaalle ostohalu kyseistä palvelua tai tuotetta kohtaan, jotta asiakas päätyisi lopulta ostamaan hänelle markkinoidun palvelun tai tuotteen. Siinä vaiheessa, kun asiakkaalle on saatu onnistuneesti muodostettua ostohalu, on tärkeää, että asiakkaan toiveet ja odotukset täytetään, jottei hän tunne itseään petetyksi tai pettyneeksi. Markkinoinnin tapahtumaketjun viimeinen osa koostuu asiakastyytyväisyyden seurannasta, jonka tavoitteena on se, että asiakkaat pidetään tyytyväisinä. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 14)



Kuvio 1. Markkinoinnin kilpailukeinot.

Kuviossa 1 on esitetty yleisimmät kilpailukeinot markkinoidessa jotain tuotetta tai palvelua. Matkavakuutuksia markkinoidaan myös yllämainituilla kilpailukeinoilla. Jollakin

tuotteella voi olla vain yksi markkinoinnin kilpailukeino käytössä, mutta on myös yleistä yhdistää useampia eri kilpailukeinoja samaa tuotetta tai palvelua markkinoidessa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 12)

Matkavakuutusten kohdalla kaikki kilpailukeinot ovat käytettävissä. Matkavakuutuksia markkinoidaan myös hinnalla, mutta useammin kuitenkin laadulla tai itse hyvin tärkeänä vakuutustuotteena. Vastaajilla on se mielikuva matkavakuutuksista, että matkavakuutus kannattaa ehdottomasti ottaa matkalle lähtiessä, tämä selviää työssä myöhemmin, kuviossa 11. Koska matkavakuutus koetaan niin tärkeäksi, niin hinta toimii kilpailukeinona vakuutusyhtiöiden keskinäisessä kilpailutilanteessa, ei niinkään siinä, että asiakas jättäisi matkavakuutuksen kokonaan ottamatta, koska se olisi liian kallis.

5.1 Mielikuvien muodostuminen

Mielikuva muodostuu ihmisen kokemuksista, asenteista, tiedoista, tunteista ja uskomuksista. Näiden perusteella ihminen muodostaa mielikuvan tarkasteltavana olevasta asiasta. Ihmiselle itselleen tämä mielikuva on tosiasia, vaikka todellisuudessa hänen muodostama mielikuvansa voi olla kaukana todellisuudesta. Yrityksen tuotteen tai palvelun kannalta on tärkeää, että yritys toimii aktiivisesti imagon eli ihmisten yrityksestä saamien mielikuvien parantamiseksi. Hyvä imago on jokaisen yrityksen tärkeä päämäärä. Yrityksen imago ei aina ole pelkästään yrityksen oman toiminnan seuraus. Monesti pelkästään jo yrityksen tehokas imagomarkkinointi vaikuttaa sen omaan imagoon sitä parantavasti. (Rope 2005, 53)

Ihmisen mielikuvien muodostuminen on hänen käsitteellisen ajattelunsa lopputulos. Tämä onkin vain ihmisille tyypillinen ominaisuus, jonka vuoksi ihmisten kohdalla voidaan käyttää hyväksi myös niin sanottua psykologista markkinointia. Tällöin ihmisen päätöksentekoon vaikuttaa myös psykologinen tekijä ja hän voi tehdä ostovalinnan tunnepohjaisin perustein omiin vaistoihinsa luottaen. (Rope & Mether 2001, 42)

5.2 Mielikuvamarkkinointi

Mielikuvamarkkinointi eroaa niin sanotusta perinteisestä markkinoinnista monilla eri tavoin. Kun tavallisessa markkinoinnissa pääajatuksena on yrityksen tuotteiden myymi-

nen, niin mielikuvamarkkinointi lähtee ajatuksesta, jossa tarkoituksena ei ole pelkästään tuotteen myyminen. Mielikuvamarkkinoinnissa päätavoitteena on se, että sen avulla saadaan mahdollisimman paljon ihmisiä haluamaan ja ostamaan tuote. Päämääränä on saada asiakkaalle halu ostaa markkinoitavana oleva tuote, jolloin hänelle ei tarvitse kysyä tuotetta enää myydä erikseen, vaan asiakas on tehnyt ostopäätöksen jo pelkkien mielikuvien perusteella. Markkinoinnissa on siis myös tärkeää saada muodostettua asiakkaille ostohalua ja saada asiakkaiden ajattelusta toimintaa. Perinteistä markkinointitapaa kutsutaan työntömarkkinoinniksi ja uudempaa, asiakkaissa ostohalua synnyttävää mielikuvamarkkinointia kutsutaan myös nimellä imumarkkinointi. (Rope & Mether 2001, 21-22)

Imumarkkinointi on pitkän aikavälin markkinointia ja tulokset mitataan katteen määrän perusteella, ei niinkään myynnin perusteella, kuten perinteisessä työntömarkkinoinnissa tehdään. Imumarkkinointi on pääasiassa laatu painotteista ja sillä on yritykselle puhtaasti strateginen merkitys. Huomionarvoista on myös se, että työntömarkkinoinnilla ei ole koskaan mahdollista saada aikaan hyvin toimivaa mielikuvamarkkinointia. (Rope & Mether 2001, 23)

Mielikuvamarkkinoinnissa vaikutetaan tietoisesti asiakkaiden mielikuviin, joiden pohjalta muodostuu se mielikuva, joka tässä markkinointimuodossa halutaan asiakkaille antaa. Lopullisena tavoitteena on se, että asiakas päätyy täyttämään yrityksen asettamat tavoitteet. Matkavakuutusten kohdalla, vakuutusyhtiöiden tavoitteena on siis muodostaa asiakkaille mielikuva, että matkavakuutus kannattaa ottaa ja on tarpeellinen matkustettaessa. (Rope & Mether 2001, 27)

Omien näkemysteni perusteella vakuutusyhtiöt ovat menestyksekkäästi onnistuneet luomaan sellaisen mielikuvan matkustajille, että matkavakuutus on hyvin tarpeellinen. Tämä sama ilmeni myös tämän opinnäytetyön kyselytutkimuksessa, kuviossa 11 näkyy hyvin se kuinka tärkeänä matkustajat pitävät matkavakuutusta ja sen ottamista kaikille matkoille. Kun asiakkaille on saatu muodostettua tämä mielikuva, niin yhä harvempi jättää matkavakuutuksen kokonaan ottamatta. Myös jatkuvan matkavakuutuksen mielikuvan muodostamisen kohdalla on onnistettu, sillä kyselyn tulosten mukaan suurin osa suosii jatkuvaa matkavakuutusta. Uskoakseni jatkuva matkavakuutus myös sitoo mat-

kustajan enemmän tietyn vakuutusyhtiön asiakkaaksi, sillä moni asiakas ei välttämättä jaksakaan aina vuosittain alkaa tarkistaa muita matkavakuutuksia, vaan pitää tottumuksista ja vaivattomuudesta johtuen matkavakuutuksensa aina samassa vakuutusyhtiössä.

5.3 Tavoitemielikuva

Nykyaikana useimmat yritykset panostavat huomattavasti rahaa myös brändimarkkinointiin. Useimmiten saman alan yrityksillä on täysin samanlainen tuotevalikoima, mutta näiden yritysten brändi eli tuotokuva voi olla hyvinkin erilainen. (Mäkinen & Kahri & Kahri 2010, 35)

Yritysten menestys liikemarkkinoilla johtuu yleensä kyvystä toteuttaa toimiva ja menestyvä strategia muita kilpailijayrityksiä paremmin. Erottuakseen muista kilpailijoista, yrityksen tulee rakentaa menestyvä tavoitemielikuva. Se on yrityksen asiakkaille luoma mielikuva siitä millainen yritys on kyseessä. Tavoitemielikuvaan vaikuttavat muun muassa yrityksen omat arvot, liiketoiminta-ajatus, liiketavoitteet ja visio. Brändiä rakentaessa tulee huomioida kaikki asiat, joista yritys haluaa itsensä muistettavan ja asiat, joilla yritys haluaa erottua muista saman alan kilpailijayrityksistä. Tavoitemielikuvan tulee aina perustua todellisuuteen ja siihen täytyy valita tuotteen kohderyhmän kannalta tärkeimmät ja olennaisimmat asiat. Valheellisella tavoitemielikuvalla ei yritys menesty, sillä valheet tulevat kuitenkin jossain vaiheessa ilmi. Hyvän ja toimivan tavoitemielikuvan saadakseen yrityksellä on oltava sekä riittävästi tietoa omista asiakkaista ja heidän tarpeistaan sekä kilpailijoista ja heidän toiminnastaan. (Mäkinen & Kahri & Kahri 2010, 36)

6 Tutkimuksen kulku

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena suoraan opinnäytetyön toimeksiantajan Rantapallo Oy:n kotisivuilla internetissä maaliskuussa 2012. Rantapallon internetsivuilla oli kahden viikon ajan linkki kyselyyn, johon sivuston käyttäjillä oli mahdollisuus vastata ja osallistua samalla arvontaan. Kyselyn pohjalta saatua tietoa analysoidaan taulukoiden avulla opinnäytetyön loppupuolella. Tässä luvussa esittelen työssä käyttämäni tutkimusmenetelmän tarkemmin. Käsittelen myös aineiston hankintaan liittyviä asioita sekä tutkimusprosessin kulkua. Luvun viimeinen osa käsittelee kyselylomakkeen laadinnan ja sen millä perusteilla kyseiset kysymykset otettiin kyselyyn mukaan.

6.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen ja tutkimusmenetelmänä toimii kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä kyselytutkimuksena. Kvantitatiivista tutkimusmenetelmää on käytetty ensimmäisenä luonnontieteiden tutkimuksissa, mistä se on levinnyt myöhemmin laajempaan tietoisuuteen. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2010, 139)

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä tarkoittaa sitä, että tutkimuksesta saatua tietoa tarkastellaan numeroiden avulla. Tällä tavalla tehdystä tutkimuksesta saa siis vastauksen kysymyksiin kuinka moni, kuinka usein tai kuinka paljon. Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä tutkimustieto esitetään numeroina tai vaihtoehtoisesti laadullinen aineisto muutetaan suoraan numeeriseen muotoon. Tieto siis strukturoidaan. Se tarkoittaa sitä, että kysymykset ja vastausvaihtoehdot esitetään niin, että tutkittavalle asialle annetaan arvo, jonka avulla kysymyksen sisältö eritellään. Esimerkiksi taustatietokysymyksessä vastaajan sukupuolesta, vaihtoehdot mies ja nainen voidaan muuttaa numeeriseen muotoon 1 ja 2. Näin ollen tulokset ovat jo suoraan mitattavassa muodossa ja mitattavalle asialle on luotu numeroarvo. (Vilkka 2007, 14 - 15)

Tämän opinnäytetyön kyselytutkimus oli kvantitatiivinen. Useimmissa kysymyksissä vastaajille annettiin valmiit vaihtoehdot, joista vastaaja pystyi itse valitsemaan itselleen sopivimman vaihtoehdon. Avoimia kysymyksiä oli ainoastaan kaksi kappaletta. Vastaa-

jien tulokset on esitetty numeroina opinnäytetyön loppupuolella. Jokaisen kysymyksen on erikseen eritelty se kuinka moni vastaaja valitsi jonkun tietyn vaihtoehdon.

6.2 Aineiston hankinta

Kysely on tutkimustapa, jossa kysymykset ovat standardisoitu, mikä tarkoittaa sitä, että kaikilta kyselyyn vastaavilta henkilöiltä kysytään samat kysymykset. Kysely toteutetaan yleensä nimettömästi ja se onkin helppo tavata tutkia myös ihmisen henkilökohtaisia asioita, koska kyselyyn voi vastata myös anonyymisti ilman, että vastaajan henkilöllisyys paljastuu kyselyn tekijälle tai muille kyselyyn tai tutkimukseen osallistuville henkilöille. (Vilkkä H. 2007, 28)

Survey-tyyppisen kyselytutkimuksen muita etuja on muun muassa se, että sen avulla on melko helppo kerätä tietoa suuresta joukosta ihmisiä. Samalla kyselyssä voidaan myös kysyä useita asioita yhdellä kerralla samalla kyselylomakkeella. Tutkimuksen tekijälle tämä on helpompaa, kun kyselystä saadun tiedon voi nopeasti käsitellä ja analysoida tietokoneella. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 195)

Kyselytutkimuksen huonoina puolina pidetään pintapuolista tutkimusta, johon monet vastaajat eivät välttämättä vastaa kovin rehellisesti. Kyselytutkimuksessa on myös jatkuva vaara siitä, että tutkija ja vastaajat ovat tulkinneet jonkun kysymyksen eri tavalla, jolloin tämä vaikuttaa vääjäämättä myös koko tutkimuksen lopputulokseen. Lisäksi on vaikea saada selville sitä miten hyvin kyselyyn vastaajat ylipäänsä tuntevat tutkinnan kohteena olevan aihealueen. Osassa kyselyitä myös vastaajien määrä on niin alhainen, ettei kyselyn perusteella voi tehdä kovinkaan kummoisia johtopäätöksiä tutkittavasta aiheesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 195)

Omassa tutkimuksessani ainakin vastaajia oli riittävästi, lähes 6 000 henkilöä. Kyselyyn vastanneiden määrä ei siis jäänyt liian alhaiseksi. Tämä kertoo juuri siitä, että anonyymiin internet-kyselyyn on todennäköisesti paljon helpompaa ja nopeampaa vastata kuin esimerkiksi ovelta ovelle –kyselyyn. Toisaalta on todennäköistä, että jotkut vastaajat ovat tulkinneet väärin joitakin kysymyksiä, sillä tämä huono puoli esiintyy aina internet-kyselyissä, sillä vastaajat voivat käsittää kysymyksiä väärin. Uskon kuitenkin, että suurin osa tähän kyselyyn vastanneista on käsittänyt asiat oikealla tavalla enkä usko, että mah-

dolliset väärinkäsitykset ovat niin suuria, että ne vaikuttaisivat merkittävästi tutkimukseen lopputulokseen.

6.3 Tutkimusprosessi

Tutkimusprosessi on selvästi jaettavissa useampaan eri vaiheeseen. Ensimmäisessä osassa eli ideatasossa määritellään tutkimuksen muoto, tutkimusongelma, tutkimuskysymykset sekä tavoite. Alkuvaiheen työhön kuuluu myös tutkimuksen teoreettisen pohjan kartoitus sekä tutkimusaineiston analysointitavan päättäminen. On myös mietittävä tutkimuksen aikataulu sekä kustannusarvio tutkimuksen tekemisestä. Seuraavaksi on suunnitteluvaihe, johon kuuluu olennaisena osana tutkimussuunnitelman laatiminen. Tämän vaiheen jälkeen on vuorossa toteuttamisvaihe. Silloin hankitaan tutkimusaineisto, joka myös luokitellaan, analysoidaan ja tulkitaan. Toteuttamisvaiheen jälkeen on tiedossa tutkimustulokset, joista saadaan selville johtopäätökset sekä mahdolliset kehitysideoita. Tutkimusprosessin viimeiset osat ovat kirjoittaminen ja toteuttaminen. Näissä vaiheissa tutkimus kirjoitetaan tutkimustekstiksi ja julkaistaan tutkimustulokset. (Vilka 2009, 42)

Tämä opinnäytetyö alkoi ideatasosta. Tässä ensimmäisessä vaiheessa määriteltiin tutkimuksen peruskysymykset, kuten tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoite. Alkuvaiheen suunnittelutyöhön kuului myös tutkimusmenetelmän määrittely. Se oli melko selvää jo alusta alkaen, että opinnäytetyö tulee olemaan määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus. Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa kävin läpi myös työn teoreettista viitekehystä ja erilaisia käsitteitä mitä työssä olisi tarkoitus käsitellä. Näiden pohjalta valmistui ensin opinnäytetyön aiheanalyysi, jonka jälkeen työ varsinaisesti alkoi.

Seuraavana vaiheena oli teoriaosuuden kartoitus ja sen kirjoittamisen aloitus. Kyselylomakkeeseen valitsin kysymykset samoihin aikoihin. Opinnäytetyön kohdassa 6.4 on tarkemmin kerrottu tuosta kyselylomakkeen laadinnasta. Kyselylomakkeen laadinnan ja kyselyn vastausajan jälkeen vuorossa oli kyselyn tulosten analysointi Excel-ohjelmalla. Tämän jälkeen tutkimusprosessiin kuului työn teoriaosuuden viimeistelyä.

6.4 Kyselylomakkeen laadinta

Kysely päätettiin toteuttaa maaliskuun lopussa 2012. Lähetin itse kysymykset suoraan opinnäytetyön toimeksiantajalle, joka laittoi kyselyn Rantapallon internetsivuille. Kyselyyn oli mahdollista vastata 17.3. – 31.3.2012 välisenä aikana. Kyselyyn vastaajien kesken arvottiin lahjakortti. Vastauksia tulikin hyvin runsaasti, 5863 kappaletta.

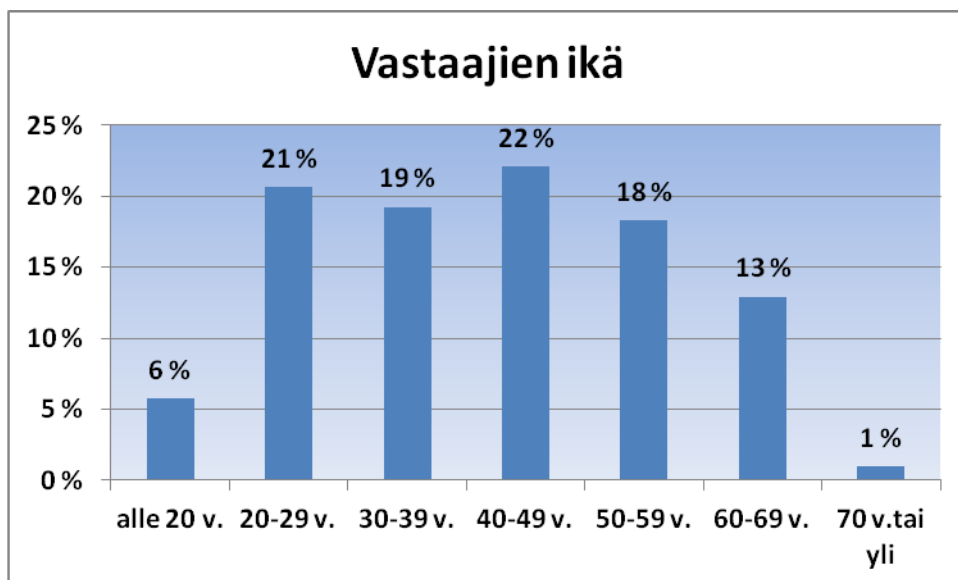
Kyselyn aluksi kyseltiin vastaajilta taustatietokysymyksiä, kuten ikää ja sukupuolta. Näissä kysymyksissä oli valmiit vastausvaihtoehdot. Ikäkysymyksessä vastausvaihtoehdona olivat ikäryhmät kymmenen vuoden välein. Kysymykset 3-8 olivat kysymyksiä, joissa oli valmiit vastausvaihtoehdot mukana. Kysymykset 9-16 olivat väitekysymyksiä, joissa oli myös vastausvaihtoehdot valmiina. Näissä kysymyksissä vastaaja sai valita askeikon mukaisesti oliko esitetystä väitteestä täysin samaa mieltä, samaa mieltä, eri mieltä tai täysin eri mieltä. Mukana oli myös vaihtoehto ”en osaa sanoa”, jotta myös asiasta tietämättömien vastaajien lukumäärä tulisi selville ja kyselyn tulokset olisivat mahdollisimman todenmukaiset. Osassa kysymyksiä vastausvaihtoehdot olivat kyllä, ei ja en osaa sanoa. Kyselyn loppupuolella oli pari avointa kysymystä, johon vastaajat saivat halutessaan itse kirjoittaa omia kommenttejaan. Yritin ottaa kyselyyn mukaan erilaisia teemoja, jotta saataisiin selville mahdollisimman monipuolisesti kyselyyn vastanneiden mielikuvia ja tietoutta matkavakuutuksista. Vastaajilta on kysytty muun muassa matkavakuutuksen korvausvelvollisuudesta erityislaatuissa tilanteissa, kuten matkaseuralaisen sairastuessa tai lennon peruuntuessa lakon vuoksi, jatkuvan ja määräaikaisen matkavakuutuksen keskinäisestä hintasuhteesta sekä siitä millaisen matkavakuutuksen vastaajat useimmiten valitsevat. Osassa kysymyksiä on enemmän vastaajia kuin toisessa. Luultavasti tämä johtuu siitä, että osa vastaajista on ilmeisemmin jättänyt osan kysymyksistä väliin ja vastannut vain osaan kysymyksistä. Syynä voi toki olla myös inhimillinen erehdys. Näitä vastauksia ei kuitenkaan tullut kovin paljon verrattuna kyselyn kokonaisvastausmäärään. Kyselylomake löytyy liitteestä 1.

7 Tutkimustulokset

Tässä osiossa esittelen kyselytutkimuksen tulokset. Kyselylomake on liitteenä opinnäytetyön loppuosassa. Taulukoissa esittelen tulokset prosentteina helpomman havainnollistamisen vuoksi.

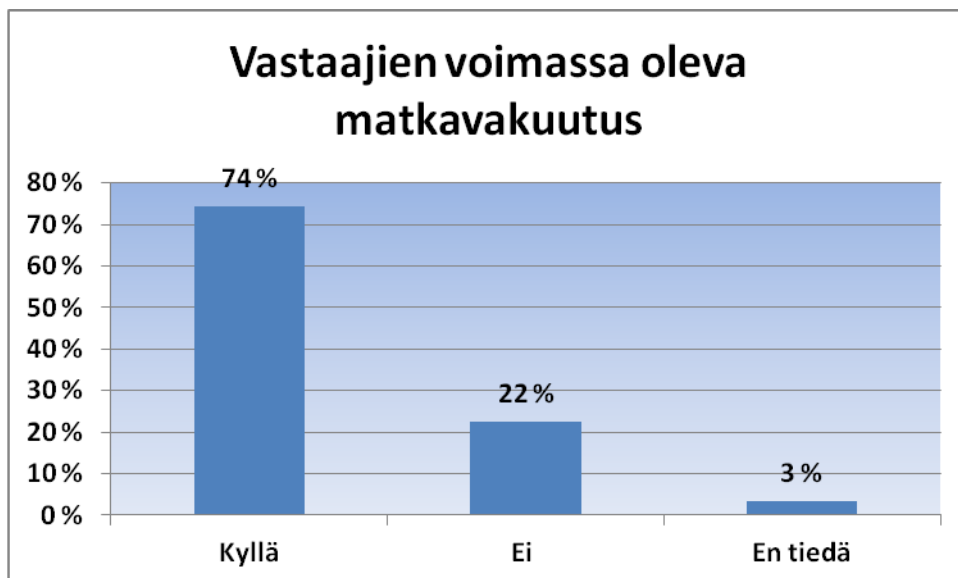
7.1 Taustatieto- ja vaihtoehtokysymykset

Kyselyyn vastasi yhteensä 5863 henkilöä. Heistä naisia oli 4502 henkilöä eli siis 77 % koko vastaajamäärästä. Miehiä oli 1361 vastaajaa eli 23 % kaikista kyselyyn vastanneista. Naiset erottuvat selvästi vastaajien määrässä, minkä arvelen johtuvan siitä, että naisilla on yleensä tapana vastata tämänkaltaisiin kyselytutkimuksiin miehiä innokkaammin.



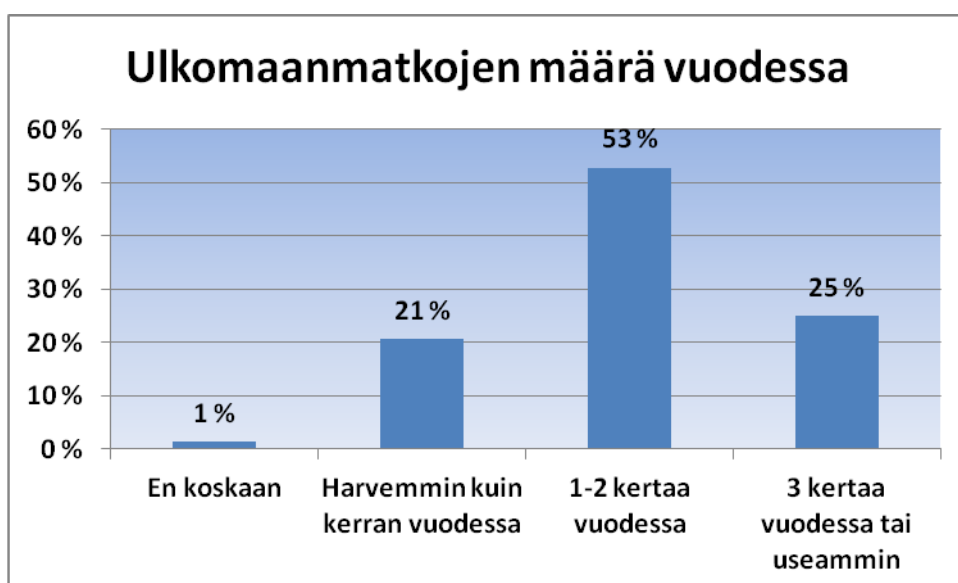
Kuvio 2. Vastaajien ikä. (N=5863)

Kuviossa 2 on esitetty vastaajien (5863 henkilöä) ikäjakauma, joka on hyvin tasainen. Noin 80 % kaikista vastaajista on 20-59-vuotiaita. Suurin yksittäinen ikäryhmä on 40-49-vuotiaat, joiden osuus vastaajista on 22 %. Reilut viisi prosenttia vastaajista on alle 20-vuotiaita ja ainoastaan 1 % 70 vuotta täyttäneitä tai vanhempia.



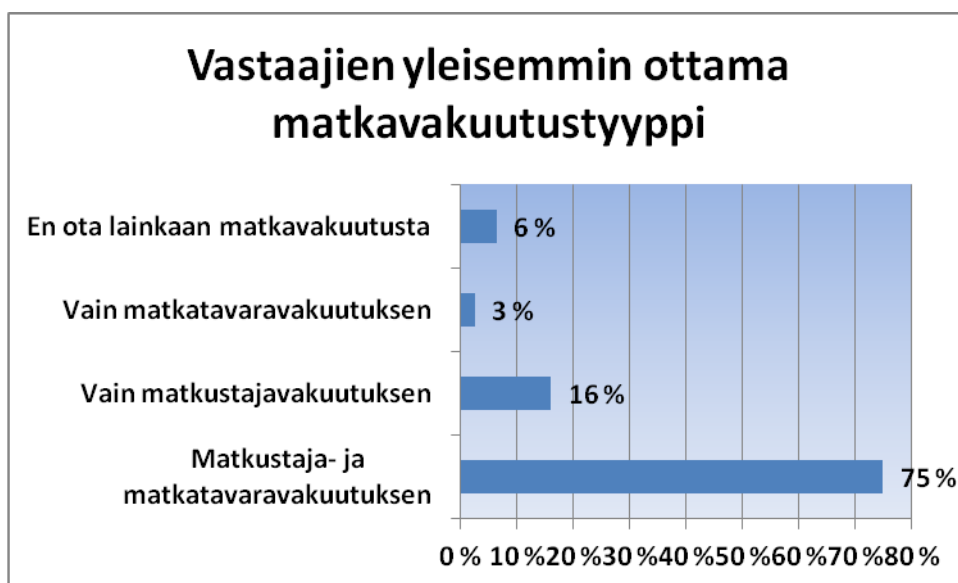
Kuvio 3. Matkustajien voimassaoleva matkavakuutus (N=5888)

Tästä kuvioista 3 huomaa miten monella kyselyyn vastaajista on tällä hetkellä voimassaoleva matkavakuutus. Peräti 74 % vastasi kysymykseen myönteisesti. Noin joka viidennellä vastaajista (22 %) ei ole voimassaolevaa matkavakuutusta ja ainoastaan 3 % vastaajista ei osannut vastata tähän kysymykseen. Vastaajia on hieman enemmän kuin sukupuoli- ja ikäkysymyksiin vastanneita. Tämä voi johtua siitä, että osa voi olla valinnut useamman vaihtoehdon tästä kysymyksestä tai sitten voi olla unohtanut vastata sukupuoli- ja ikäkysymyksiin. Joka tapauksessa tästä kysymyksestä voi päätellä, että kyselyyn vastanneet ovat selvästi panostaneet matkavakuutusasioihin.



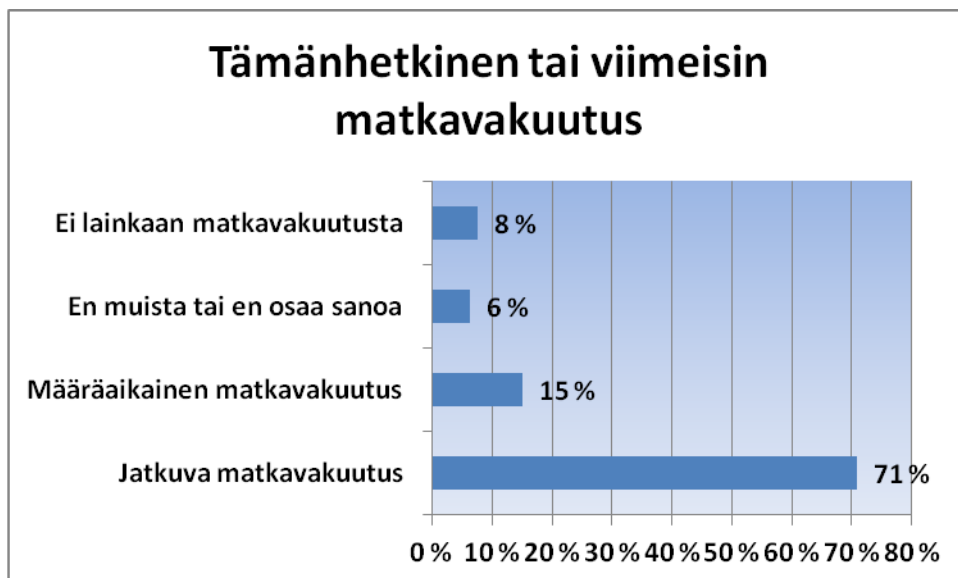
Kuvio 4. Matkustajien ulkomaanmatkojen määrä vuodessa (N=5989)

Kuviossa 4 kysyttiin matkustajien vuosittaisten ulkomaan matkojen määrää. Vastaajista joka neljäs (25 %) käy ulkomaanmatkalla kolme kertaa vuodessa tai useammin. Yli puolet vastaajista (53 %) käy ulkomaanmatkalla 1-2 kertaa vuodessa. Joka viides vastaaja (21 %) matkustaa harvemmin kuin kerran vuodessa. Vain pieni osa (1 %) ei matkusta koskaan ulkomailla. Kysymyksestä huomaa hyvin, että suurin osa vastaajista matkustaa melko usein ulkomaille.



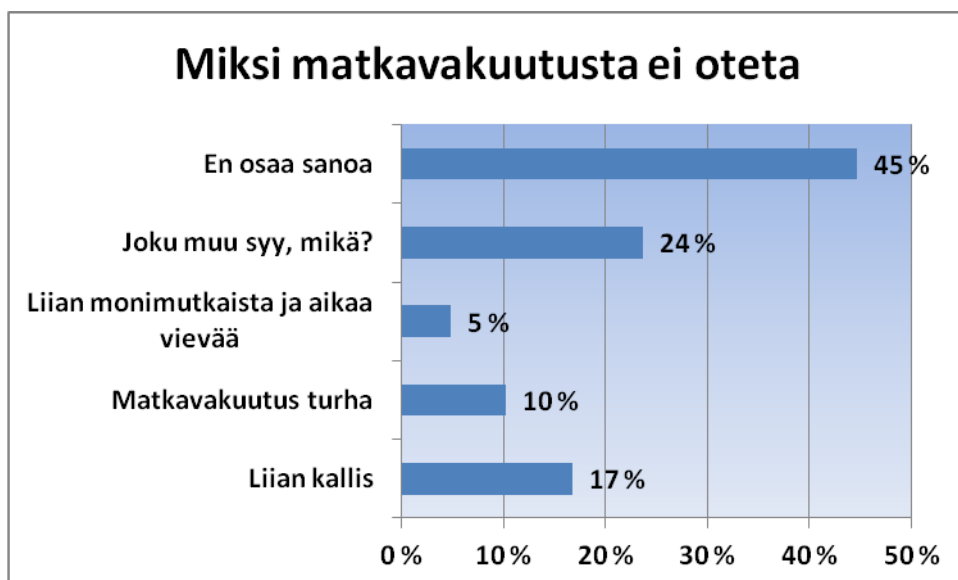
Kuvio 5. Matkustajien useimmiten ottama matkavakuutusmuoto (N=5898)

Kuvio 5 käsittelee sitä millainen matkavakuutus vastaajilla on yleensä. Ylivoimaisesti suurin osa (75 %) valitsee yleensä matkavakuutuksen, johon sisältyy sekä matkustaja- ja matkatavaravakuutus. Joka kuudes vastaaja (16 %) tyytyy pelkkään matkustajatavaravakuutukseen. 3 % ottaa pelkän matkatavaravakuutuksen, kun taas ainoastaan 6 % ei ota ollenkaan minkäänlaista matkavakuutuksesta. Tulosten perusteella huomaa, että suurin osa matkustajista kokee selvästi matkavakuutuksen tarpeelliseksi.



Kuvio 6. Vastaajien voimassaoleva matkavakuutus tai viimeisimmän matkan matkavakuutus. (N=5866)

Kuten kuviosta 6 huomaa, ylivoimaisesti suurimmalla osalla (71 %) kyselyyn vastaajista on voimassa jatkuva matkavakuutus. Lopuista jäljelle jäävistä vastaajista, 15 %:lla on ollut viimeksi olleella matkalla määräaikainen matkavakuutus. 8 % vastasi, ettei matkavakuutusta ollut ollenkaan. 6 % vastaajista ei enää muistanut tai osannut muuten ottaa kantaa kysymykseen.



Kuvio 7. Vastaajien syyt siihen mikseivät ota matkavakuutusta matkalle. (N=910)

Kuviossa 7 on esitetty syitä miksi vastaajat eivät ota matkavakuutusta. Tähän kysymykseen vastanneista peräti 45 % vastanneista ei osannut kertoa mitään syytä

miksei ota matkavakuutusta. 17 % piti matkavakuutusta liian kalliina. Joka kymmenes osallistuja koki matkavakuutuksen turhaksi ja 5 % piti matkavakuutuksen ottamista liian monimutkaisena ja aikaavievänä prosessina.

Noin joka neljäs vastaaja (24 %) oli valinnut kohdan ”Joku muu syy, mikä?”.

Tässä muutamia poimintoja vastauksista:

”matkustan niin harvoin (koska on pieniä lapsia)” – nainen 30 – 39 vuotta

”En ole koskaan käynyt ulkomailla.” – nainen 50 – 59 vuotta

”En saa matkavakuutusta luottotietomerkintöjen takia.” – nainen 30 – 39 vuotta

”En oo saanu aikaseks hommata sellasta.” – mies 20 – 29 vuotta

”liittovakuutus” – mies 50 – 59 vuotta

”viekööt ryysyni jos haluavat.” – mies 50 – 59 vuotta

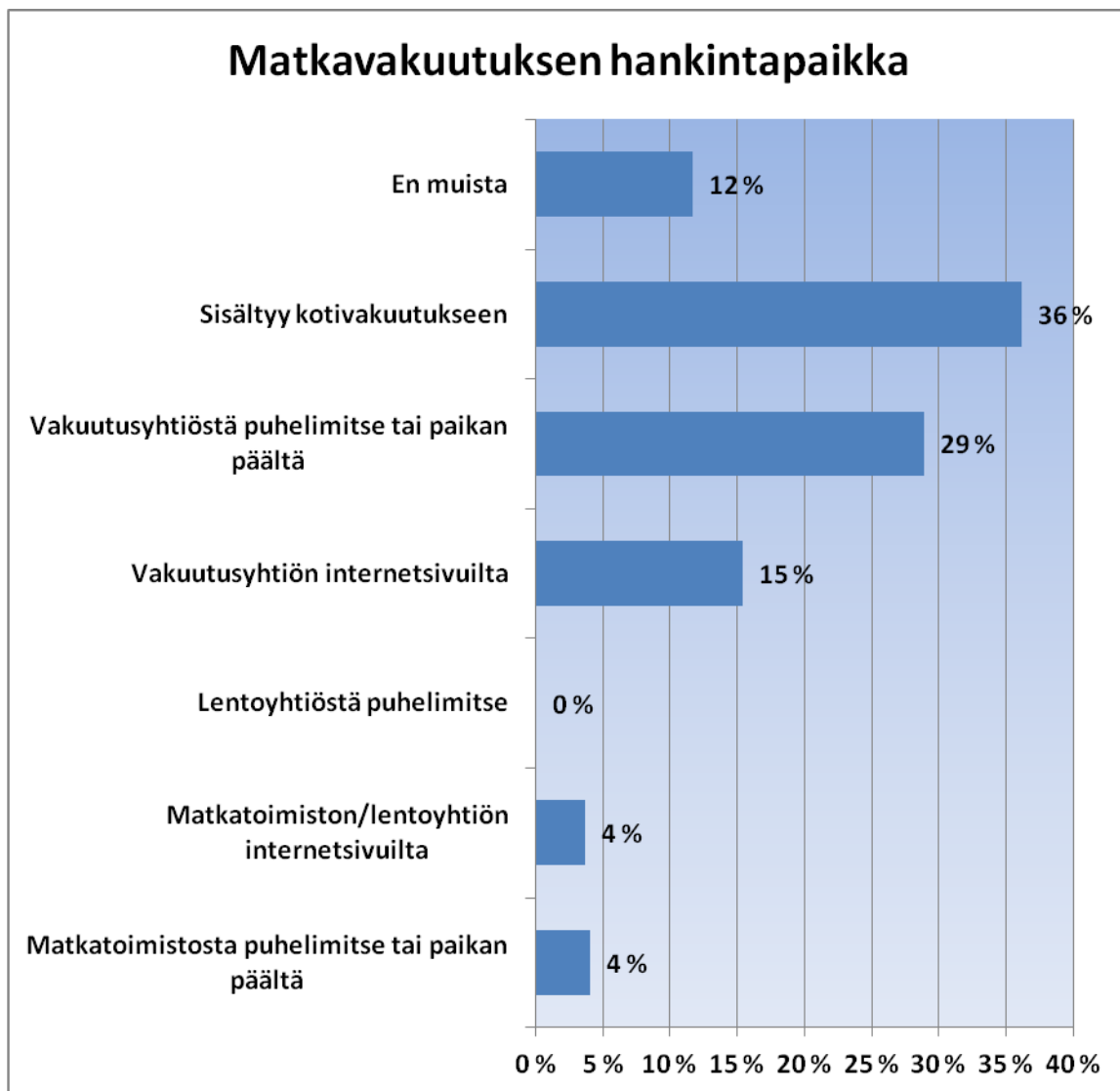
”Ei ole tullut matkusteltua niin paljon, mutta kotivakuutuksen hankittuani aion hankkia myös matkavakuutuksen.” – nainen alle 20 vuotta

”Meillä on kattava vakuutus liitettyinä muihin vakuutuksiin ihmisille.” – nainen 40 – 49 vuotta

”Eurooppalainen sairaanhoitokortti on riittänyt tähän asti.” – mies 20 – 29 vuotta

”Perheessä 2/4 jäsenellä on, toisella työn kautta. Muille vakuutus on liian kallis. Vakuutettavaa kun on aika paljon ja vakuutusten hinta/hyöty suhde muutenkin mietityttää.” – nainen 40 – 49 vuotta

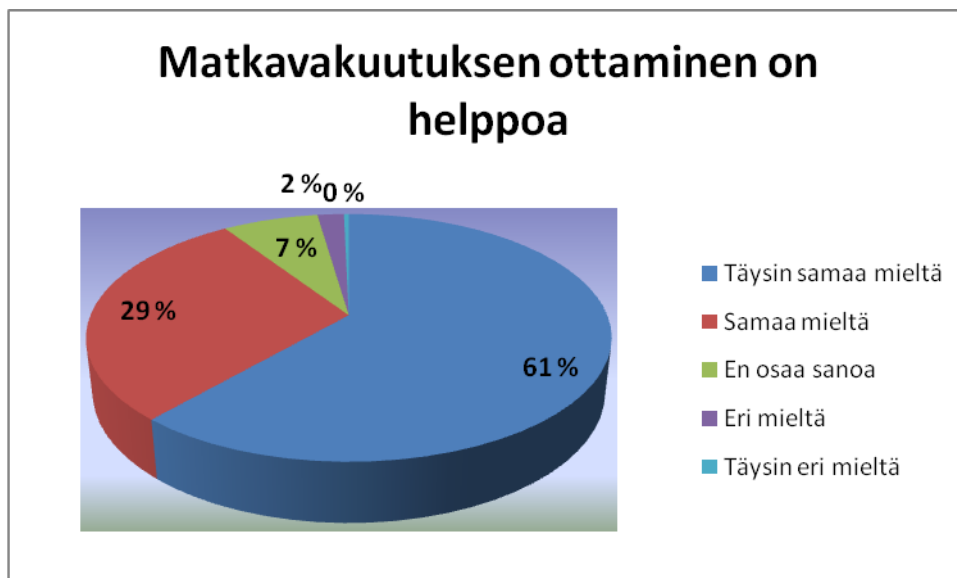
Kaksi suosituinta syytä oli ammattiliiton/työpaikan/luottokortin kautta saatu matkavakuutus ja se, ettei vastaajalla ole varaa tai halua matkustaa.



Kuvio 8. Mistä matkavakuutus on ostettu viimeksi olleella matkalla (N=5895)

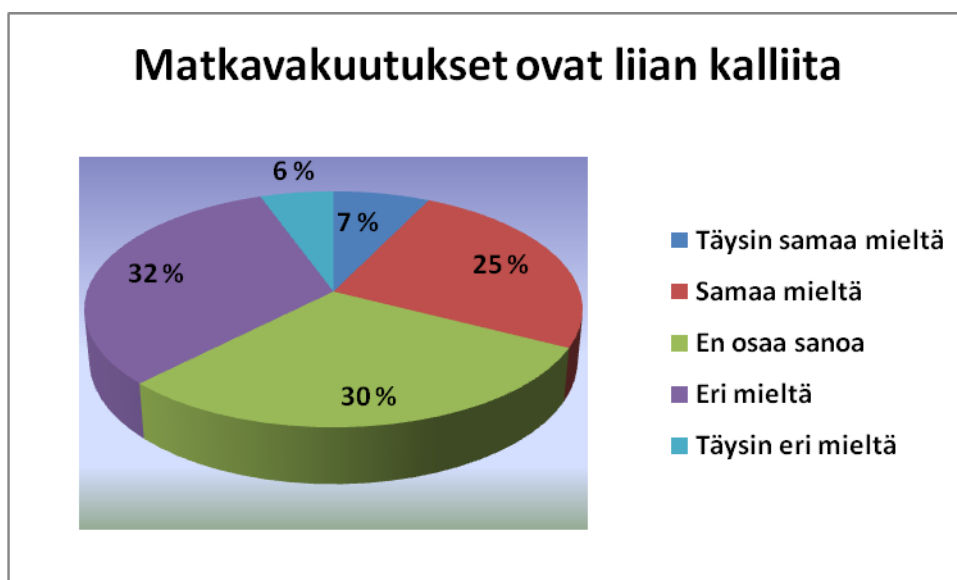
Tässä kuviossa 8 on esitetty viimeisimmän matkavakuutuksen ostamisaikaa. Vastaukset jakautuivat melko tasaisesti vastaajien kesken. Yli kolmanneksella matkavakuutus sisältyy kotivakuutukseen. Suosittua oli myös hankkia matkavakuutus vakuutusyhtiöstä puhelimitse tai paikan päältä. Tähän vaihtoehtoon turvautui lähes 30 % vastajista. Vakuutusyhtiön internetsivut olivat yllättäen vasta kolmanneksi suosituin vastaus, ainoastaan 15 % osti matkavakuutuksen tällä tavalla. Enemmän kuin joka kymmenes vastaaja oli jo unohtanut miten oli viimeisimmän matkavakuutuksensa ostanut. Matkatoimistosta tai lentoyhtiön internetsivuilta vakuutuksen hankki ainoastaan 8 % kaikista vastaajista. Kaikista vastaajista ainoastaan kolme henkilöä oli hankkinut matkavakuutuksen suoraan puhelimitse lentoyhtiöstä.

7.2 Väitekyseymykset



Kuvio 9. Matkavakuutuksen ottaminen on helppoa. (N=5828)

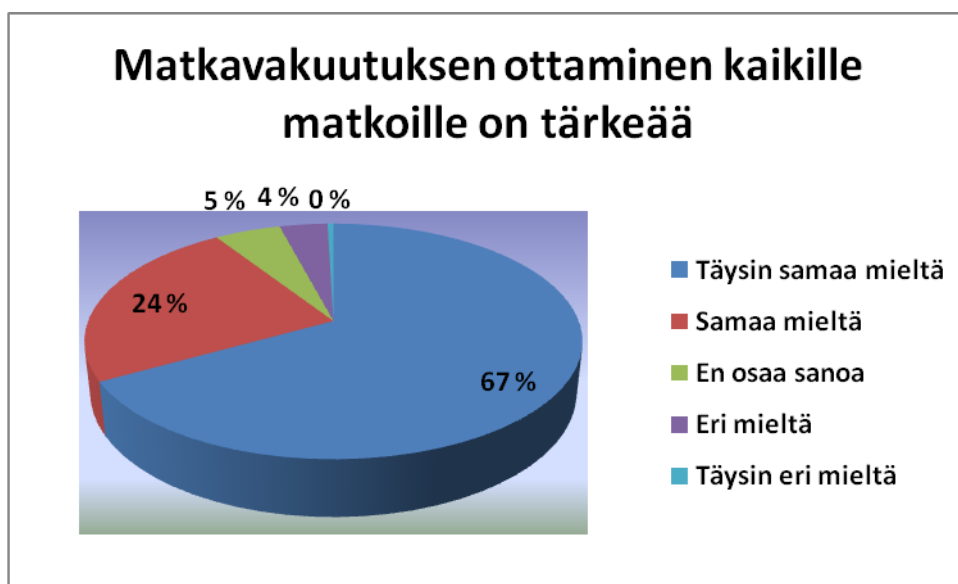
Kuviosta 9 huomaa, että vastaajista peräti 90 % oli väitteen kanssa joko täysin samaa tai samaa mieltä. Tästä päätellen lähes kaikki vastaajat kokevat matkavakuutuksen ottamisen vaivattomaksi ja helpoksi. 7 % ei osannut päättää kantaansa tähän kysymyksiin. Lähes kuudestatuhannesta vastaajasta ainoastaan 134 vastaajaa (2 %) oli väitteestä eri mieltä.



Kuvio 10. Vastaajien suhtautuminen matkavakuutuksen hintaan. (N=5834)

Matkavakuutuksen kalleutta kysyttäessä, vastaukset jakoutuivat melko tasaisesti, kuten kuviosta 10 näkyy. Noin joka kolmas vastaaja (32 %) oli väitteen kanssa samaa tai

täysin samaa mieltä. Melkein 40 % ei sen sijaan pitänyt matkavakuutuksia liian kalliina. Peräti 30 % ei osannut sanoa kantaansa tähän kysymykseen.



Kuvio 11. Matkavakuutuksen tärkeys vastaajien mielestä. (N=5832)

Kuvion 11 vastauksissa korostuu se, että vastaajat pitävät matkavakuutusta hyvin tärkeinä. Kaksi kolmasosaa vastaajista (67 %) oli täysin samaa mieltä siitä, että matkavakuutuksen ottaminen kaikille matkoille on hyvin tärkeää. Joka neljäs (24 %) oli samaa mieltä väitteen kanssa, eli kaiken kaikkiaan yli 90 % vastaajista piti matkavakuutuksen ottamista tärkeänä. Ainoastaan 241 henkilöä eli vain 4 % ei pitänyt matkavakuutusta tärkeänä kaikilla matkoilla.



Kuvio 12. Vastaajien näkemys matkavakuutuksen korvausvelvollisuudesta. (N=5778)

Vastaukset jakautuivat hyvin paljon kuvion 12 kysymykseen. Lähes 40 % vastaajista ei osannut ottaa kantaa kysymykseen. 43 % uskoi matkavakuutuksen korvaavan matkan peruuntumisesta aiheutuvat kulut jos matkalle lähtevä matkakumppani sairastuisi. Lähes joka viides vastaaja (18 %) ei uskonut matkavakuutuksen kattavan peruutuskuluja matkakumppanin sairastapauksessa.

Todellisessa tilanteessa matkavakuutus korvaa matkan peruuntumisesta aiheutuvat kulut jos matkalle lähtevä matkakumppani sairastuu. Moni vastaaja siis tiesi oikean vastauksen, mutta paljon oli myös epävarmoja ja vääriä vastauksia tämän kysymyksen kohdalla.

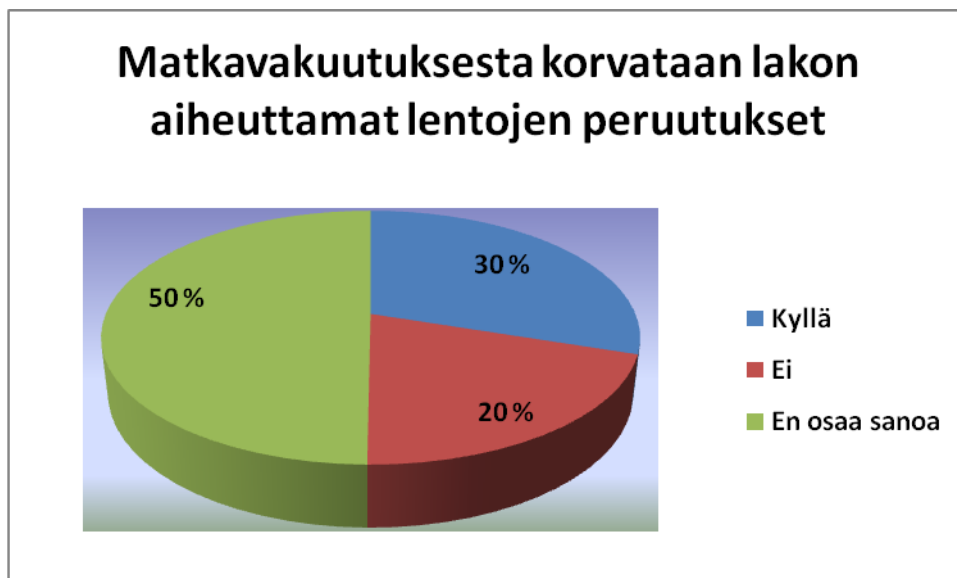


Kuvio 13. Vastaajien mielikuva matkavakuutuksen korvaamisveloitteesta lennon myöhästyessä tai peruuntuessa. (N=5784)

Yli 40 % vastaajista ei osannut vastata kysymykseen kuvion 13 väitteeseen. Kyllä-vaihtoehdon valitsi reilut 40 % vastaajista, kun taas Ei-vaihtoehtoon päättyi hieman alle 20 % vastaajista.

Matkavakuutukset korvaavat myöhästyneitä lentoja. Useimmilla matkavakuutusyhtiöillä on jonkinlainen aikaraja tässä asiassa, esimerkiksi Eurooppalainen alkaa maksaa korvusta lennon myöhästymisestä siinä vaiheessa, kun lento on myöhästynyt vähintään kuusi tuntia. (Pohjola 2012b).

Lennon peruuntuessa, matkailija voi hakea takaisinmaksun suoraan lentoyhtiöltä tai pyytää lentoyhtiöltä uuden lennon peruuntuneen tilalle. Matkavakuutus korvaa matkan peruuntumisen ainoastaan siinä tapauksessa jos se johtuu matkustajan tai hänen lähiomaisensa tai matkaseuralaisen sairastumisesta. (Kuluttajavirasto 2012c.)

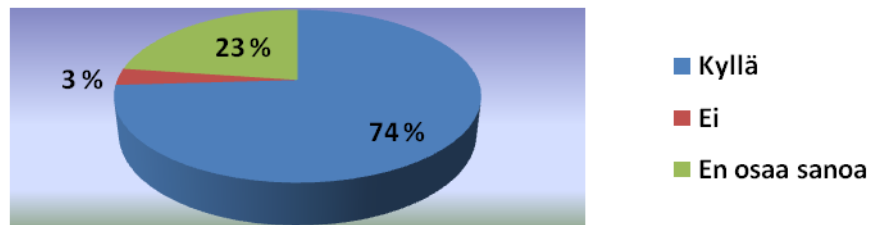


Kuvio 14. Vastaajien mielikuva lentojen peruuntumisista aiheutuvista kuluista lakkotilanteessa. (N=5785)

Kuten kuviosta 14 huomaa, vastaajista puolet valitsi vastausvaihtoehdon ”En osaa sanoa”. Loput vastaukset jakautuivat melko tasaisesti. Vastanneista 30 % oli sitä mieltä, että matkavakuutus korvaa lakon aiheuttaman lennon peruutuksen. 20 % vastasi väitteeseen kielteisesti. Vastausten perusteella huomaa selvästi, ettei matkailijoilla ole varmaa tietoa tästä asiasta.

Todellisuudessa kuitenkin matkavakuutus ei korvaa lakon takia peruuntuneita tai myöhästyneitä lentoja. Lentoa voi kuitenkin siirtää eteenpäin tai hakea rahaa takaisin lentoyhtiön omalla takaisinmaksulomakkeella. Mutta siis matkavakuutus ei korvaa lakon takia peruttua lentoa. Tähän kysymykseen siis ainoastaan 20 % vastaajista tiesi oikean vastausvaihtoehdon. (Helsingin sanomat 2012).

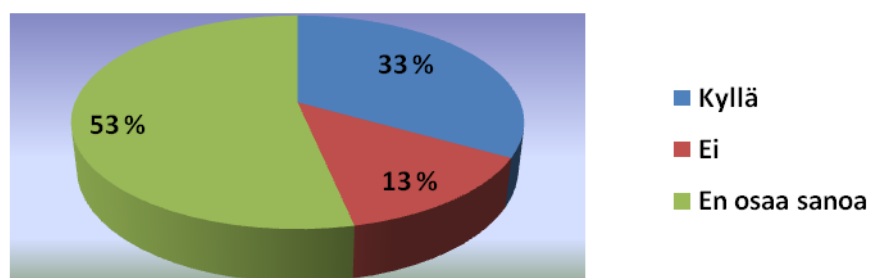
Jatkuva matkavakuutus on yksittäisiä vakuutuksia edullisempi jos matkustaa vähintään kaksi kertaa vuodessa ulkomaille



Kuvio 15. Vastaajien mielipide jatkuvan matkavakuutuksen edullisuudesta määräaikaiseen matkavakuutukseen verrattuna. (N=5788)

Kuvion 15 mukaan lähes kolme neljäsosaa (74 %) vastaajista pitää jatkuvaa matkavakuutusta määräaikaista matkavakuutusta edullisempänä jos vakuutuksenottaja matkustaa vähintään kaksi kertaa vuodessa ulkomaille. Ei-vastauksia tuli hyvin vähän, ainoastaan 182 kpl eli 3 %. Huomioitavaa on, että lähes neljäsosa vastaajista (23 %) ei osannut ottaa kantaa väitteeseen.

Matkavakuutus korvaa lentoyhtiön mahdollisen konkurssin aiheuttamat kulut



Kuvio 16. Vastaajien mielikuva matkavakuutuksen korvausvelvollisuudesta lentoyhtiön konkurssitilanteessa. (N=5792)

Tämä kuvion 16 kysymys herätti paljon epätietoisuutta. Kaikista vastaajista yli 3000 kyselyyn vastannutta ei osannut vastata tähän kysymykseen. Heitä oli siis peräti 53 % vastaajista. Kolmasosa (33 %) uskoi matkavakuutuksen korvaavan myös lentoyhtiön konkurssista matkustajalle aiheutuvat kulut. 13 % vastaajista oli valinnut vaihtoehdon ”En osaa sanoa”.

Todellisessa tilanteessa matkavakuutus ei kuitenkaan korvaa lentoyhtiön konkurssin vuoksi peruuntuneita lentoja eikä niistä matkustajalle aiheutuneita kuluja. (Lähivakuutus 2012b.)

7.3 Avoimet kysymykset

Kyselyn 17. kysymyksessä vastaajia pyydettiin luettelemaan heille mieleen tulevia yrityksiä, jotka myyvät matkavakuutuksia. Osa oli jättänyt tämän kohdan tyhjäksi, useinhan näissä kyselyissä käy niin, etteivät vastaajat oikein jaksa enää vastata avoimiin kysymyksiin. Moni oli kuitenkin vastannut kysymykseen ja vastauksista erottui selvästi muutama vakuutusyhtiö/yritys. Eniten mainintoja oli saanut If, seuraavaksi yleisempiä vastauksia olivat Eurooppalainen, Pohjola ja Tapiola. Myös Lähivakuutus ja Fennia olivat saaneet runsaasti mainintoja. Yksittäisiä vastauksia oli jakautunut useille yrityksille. Kysymyksen vastauksista huomaa selvästi mitkä ovat Suomen tunnetuimmat matkavakuutuksia tarjoavat yritykset.

Toisessa avoimessa ja koko kyselyn viimeisessä kysymyksessä kysyttiin matkailijoiden tietoutta valmis- ja omatoimimatkan eroille vakuutusturvan suhteen.

Kysymykseen oli vastattu laajalti. Moni ei ollut osannut vastata kysymykseen, vastaukset kuten ”En tiedä” tai ”En osaa sanoa” olivat monen vastaajan kommentteja. Yleinen vastaus oli myös se, ettei matkailijoiden mielestä vakuutusturvassa ole oikeastaan yhtään eroa oli matkailija sitten omatoimisella tai valmismatkalla. Moni piti kuitenkin valmismatkan vakuutusturvaa laajempänä kuin omatoimimatkan vakuutusturvaa. Lisäksi koettiin, että valmismatkalla on helpompaa saada korvausta matkavakuutuksen kautta. Valmismatka koettiin myös yleisesti turvallisemmaksi tavaksi matkustaa jos jotain sattuisi tapahtumaan matkan aikana. Tässä muutamia vastaajien vastauksia.

”Valmismatkassa myös matkanjärjestäjä on vastuussa.” – nainen 30 – 39 vuotta

”Valmismatkoilla yleensä jonkinlainen ryhmävakuutus joko matkanjärjestäjän, hotellin tms. puolesta. Omatoimimatkoilla ei.” - nainen 40 – 49 vuotta

”Luulisin että valmismatkan vakuutukset on yksinkertaisemmat.” – nainen 30 – 39 vuotta

”Valmismatkoissa sen saa ainakin ostettua matkantarjoajalta samalla kun ostaa matkan, omatoimimatkoissa pitää varmaan huolehtia asiasta itse.” – nainen 20 – 29 vuotta

”Ei minkäänlaista mielestäni. Vakuutus korvaa samalla tavalla jos jotain tapahtuu, eikä se katso minkälaisella matkalla olet :)” – nainen 20 – 29 vuotta

”Valmismatkojen vakuutukset edullisempia, omatoimimatkat kalliimpia(suuremmat riskit).” – nainen 60 – 69 vuotta

”Valmismatkalla taitaa olla osittain vakuutus matkatoimiston puolelta kun taas omatoimimatkalla olet omien vakuutuksiesi varassa.” – mies 30 – 39 vuotta

”Valmismatkalaiset saavat matkanjärjestäjän hoitamaan henkilön kotiin, esim jos tulivuori purautuu! T. ex omatoimimatkaja” – mies 30 – 39 vuotta

8 Johtopäätökset

Kyselyyn vastaajista enemmistö eli lähes 80 % oli naisia, tämä johtunee siitä, että naiset yleensä vastaajat useammin kyselytutkimuksiin. Vastaajien ikäjakauma oli hyvin tasainen, ainoastaan alle 20-vuotiaita sekä yli 70-vuotiaita vastaajia oli muita ikäryhmiä huomattavasti vähemmän. Tähän syy on varmasti se, että alle 20-vuotiaat harvemmin vastaavat tämän luonteiseen kyselyyn ja se, että yli 70-vuotiaiden osuus internetin käyttäjistä on pienempi verrattuna nuorempiin ikäluokkiin.

Kyselyyn vastanneet henkilöt matkustavat melko paljon, melkein 80 % matkustaa vuosittain ja moni heistä useammin kuin kerran vuodessa. Joka sadas vastaaja ei matkusta koskaan. Näistä luvuista voi todeta sen, että suurimmalla osalla vastaajista on kokemusta useista matkoista ja matkustelu on useimpien kohdalla jatkuvaa. Kerran vuodessakin matkustava joutuu kohtalaisen usein miettimään matkavakuutusasioita, jolloin asia tulee luonnollisesti tutummaksi.

Peräti kolmella neljästä kyselyyn vastanneista on tutkimuksen mukaan voimassaoleva matkavakuutus. Sama määrä ottaa myös jokaiselle matkalle sekä matkustaja- että matkavakuutuksen. Pieni osa vastaajista ei ota ollenkaan matkavakuutusta. Olin itse hieman yllättynyt siitä, että noin monella vastaajalla oli voimassaoleva matkavakuutus. Näiden kahden alkupään kysymyksen myötä sai jo jonkinlaisen hyvän tuntuman siitä, että suomalaiset matkailijat ovat vakuuttaneet itsensä hyvin matkaillessaan.

Mielenkiintoista oli se, että lähes puolet henkilöistä, jotka eivät ota matkavakuutusta, eivät osanneet perustella syytä tähän. Kaiken kaikkiaan niiden henkilöiden määrä, jotka eivät ota matkavakuutusta, oli kuitenkin sen verran pieni, että voi hyvin todeta, että suomalaiset matkailijat huolehtivat hyvin matkavakuutusturvasta. Toisaalta on kuitenkin huolestuttavaa, että joka kymmenes matkailija, joka ei ole ottanut matkavakuutusta kokee matkavakuutuksen turhaksi. Luultavammin kyse voisi olla siitä, ettei heille itselleen tai heidän tutuilleen ole tapahtunut matkoilla mitään vakavampaa tapaturmaa tai muuta vastaavaa, jolloin voi helpommin tuudittautua siihen mielikuvaan, ettei matkalla tapahdu mitään ikävää. Moni voi tietenkin myös tietoisesti ottaa riskin ja lähteä ilman matkavakuutusta matkalle.

Määräaikaista ja jatkuvaa matkavakuutusta vertaillessa tuli selväksi se, että jos matkailija tekee vain yhden matkan vuodessa, niin silloin määräaikainen, yhden matkan ajan voimassaoleva vakuutus, on edullisempi kuin se, että matkailija ottaisi jatkuvan matkavakuutuksen. Toisaalta jos matkoja tekee useamman vuodessa, niin siinä tapauksessa matkailijan kannattaa ehdottomasti ottaa mieluummin jatkuva matkavakuutus, koska se tulee useamman matkan myötä edullisemmaksi. Myös kyselyyn vastanneiden kesken jatkuva matkavakuutus on määräaikaista matkavakuutusta huomattavasti suositumpi. Suurin osa vastaajista matkusti useamman kerran vuodessa eli tämäkin tukee sitä väitettä, että erityisesti paljon matkustavat ovat todenneet jatkuvan matkavakuutuksen edullisuuden ja tietyllä tapaa myös helppouden verrattuna määräaikaiseen matkavakuutukseen. Toisaalta taas voisi kuvitella, että Rantapallon matkailuaiheisilla internetsivuilla käyvät henkilöt ovat mahdollisesti keskimääräistä matkailijaa hieman kiinnostuneempia matkailusta ja näin ollen ottavat myös useammin tuon jatkuvasti voimassaolevan matkavakuutustyyppin.

Suomalaiset matkailijat hankkivat matkavakuutuksensa hyvin monista eri paikoista. Osalla matkavakuutus sisältyy jo kotivakuutukseen, joten sitä ei enää tarvitse erikseen hankkia. Vakuutusyhtiö on vastaajien keskuudessa suosituin paikka hankkia matkavakuutus. Puhelimitse, suoraan paikan päältä tai vakuutusyhtiön omilta internetsivuilta, matkavakuutuksensa hankki 44 % vastaajista. Pieni osa ostaa matkavakuutuksensa matkatoimistosta tai lentoyhtiöstä. Matkavakuutuksen ottaminen koetaan yleisesti ottaen helpoksi ja erittäin tärkeäksi. Kyselyyn vastanneista kuitenkin noin joka kolmas pitää matkavakuutuksia liian kalliina.

Eniten epätietoisuutta matkailijoiden parissa aiheuttaa matkavakuutuksen korvausvelvollisuus matkan peruutuessa tai myöhästyessä. Tällaisia ehtoja ei useinkaan ole kovin näkyvästi mainittuna matkavakuutuksen ehdoissa, joten epäilisin tämän olevan syy ihmisten yleiseen epätietoisuuteen tässä asiassa. Matkavakuutuksia pitäisi jotenkin yksinkertaistaa tai selventää, jotta matkailijat olisivat vieläkin paremmin perillä vakuutusten sisällöstä. Kokonaisuutena voi kuitenkin todeta, että suomalaiset matkailijat hallitsevat hyvin matkavakuutusten perusasiat ja suurimmalla osalla on otettuna matkoille kattava vakuutusturva.

9 Pohdinta

Tämän tutkimuksen tutkimusongelmana oli selvittää suomalaisten matkailijoiden mielikuvia ja suhtautumista matkavakuutuksiin. Tavoitteena oli myös tutkia olisiko matkavakuutuksiin liittyen mahdollisesti joitakin asioita, joita voisi kenties kehittää paremmiksi. Yhtenä päämääränä oli myös tutkia sitä miten hyvin vastaajat tuntevat matkavakuutusten sisällön ja korvausvelvollisuuden.

Tutkimusmenetelmä oli kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Kyselytutkimus järjestettiin Rantapallon internetsivuilla maaliskuussa 2012 ja vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 5863 kappaletta, eli vastaajia oli hyvin runsaasti. Vastaajien kesken arvottiin matkahajakortti, joka oli osaltaan vaikuttamassa siihen, että kynnys vastata kyselyyn alenisi.

Vastaajien näkökulma matkavakuuttamiseen oli hyvin positiivinen. Useimmat kokivat matkavakuutukset ja niiden ottamisen pelkästään positiivisena asiana. Ylipäänsä sain kuvan, ettei matkavakuutuksia kovinkaan paljoa kyseenalaisteta, niiden ottaminen tuntuu kuuluvan olennaisena osana matkan suunnitteluun ja matkalle lähtemiseen.

Tutkimuksen tekeminen oli melko haastavaa muun muassa siitä syystä johtuen, että vastauksia tuli paljon oletettua enemmän. Vastausten analysointi ja muuttaminen luetavaan muotoon kesti oman aikansa. Varsinkin avointen kysymysten läpikäymiseen meni paljon oletettua enemmän aikaa, toisaalta tätä tehtävää helpotti hieman se, että moni oli jättänyt vastaamatta avoimiin kysymyksiin. Vakuutusasiat ovat myös melko monimutkaisia ja vaikeaselkoisia asioita ymmärtää. Tämä oli osaltaan vaikuttamassa siihen, että tutkimuksen tekeminen tuntui välillä hyvin vaikealta.

Lähteet

Finlex 2012. Valmismatkalaki 28.11.1994/1079. Luettavissa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941079> Luettu 25.5.2012.

Helsingin Sanomat 2012. Lentolakosta ei aina saa korvauksia. Luettavissa:

http://www.hs.fi/politiikka/artikkeli/1135262044210?ref=lk_hs_po_1 Luettu 25.5.2012.

Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Tammi. Hämeenlinna.

Hoppu, E. Hemmo, M. 2006. Vakuutusosoikeus. WSOYpro. Porvoo.

If 2012a. If Matkavakuutus vakuutusopas. Luettavissa:

<http://www.if.fi/web/fi/SiteCollectionDocuments/Private/Oppaat/Matkavakuutusopas.pdf> Luettu 19.4.2012.

If 2012b. Vakuutuskohde – matka. Luettavissa:

<https://portal.if.fi/vakuutus/osta/sales/Question.aspx> Luettu 17.4.2012.

Kuluttajavirasto 2012a. Valmismatka sisältää taloudellista turvaa. Luettavissa:

<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/matkustaminen/valmismatka/> Luettu 25.5.2012.

Kuluttajavirasto 2012b. Yleiset valmismatkaehdot. Luettavissa:

http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/yritykselle/yleiset_valmismatkaehdot/ Luettu 25.5.2012.

Kuluttajavirasto 2012c. Lennon peruuntuessa voit siirtää lentoa tai saada rahat takaisin.

Luettavissa: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/matkustaminen/lennot/lennon-peruuntuminen/> Luettu 26.5.2012.

Lähivakuutus 2012a. Määräaikainen matkavakuutus. Luettavissa:

<https://lahiweb4.lahivakuutus.fi/scripts/cgiip.exe/WService=elahi/cm/pub/showdoc.p?docid=17&setlanguageid=1> Luettu 13.4.2012.

Lähivakuutus 2012b. Lentoyhtiön konkurssin vuoksi peruuntuneiden lentojen aiheuttamia kuluja ei korvata Matkustajavakuutuksesta. Luettavissa:
<http://www.lahivakuutus.fi/FI/uutiset/2012/Sivut/LentoyhtionkonkurssinvuoksiperuuntuneidenlentojenaiheuttamiakulujaekorvataMatkustajavakuutuksesta.aspx> Luettu 25.5.2012.

Mäkinen, M. Kahri, A. Kahri, T. 2010. Brändi kulmahuoneeseen!. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Pohjola 2012a. Osta matkavakuutus. Luettavissa:
<https://webprod.pohjola.fi/MV/mv0100c1.asp> Luettu 15.4.2012.

Pohjola 2012b. SuperEuro Matkavakuutus. Luettavissa:
<https://www.pohjola.fi/loso/1015601.pdf> Luettu 25.5.2012.

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

Rantapallo. 2011. Tietoa Rantapallosta. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi/about> Luettu 9.11.2011.

Rope, T. 2005. Markkinoinnilla menestykseen. Hehkeys- ja ilahduttamismarkkinointi. Karisto Oy. Hämeenlinna.

Rope, T. Mether, J. 2001. Tavoitteena brändi – onnistu mielikuvamarkkinoinnilla. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Tapiola 2012. Laske ja osta määräaikainen matkavakuutus. Luettavissa:
<https://palvelu2.tapiola.fi/fi-FI/Matkavakuutus/> Luettu: 13.4.2012.

Tilastokeskus. 2011. Suomalaisen matkailu 2010. Luettavissa:
http://www.stat.fi/til/smat/2010/smat_2010_2011-06-30_fi.pdf Luettu 9.11.2011.

Turva 2012. Tervetuloa Turvaamoon, Turvan verkkokauppaan. Luettavissa:
<https://verkkopalvelu.turva.fi/t2/VerkkokauppaUIWAR/Etusivu.jsf> Luettu:
13.4.2012.

Vakuutusfakta 2012. Matkavakuutus. Luettavissa:
<http://www.vakuutusfakta.com/matkavakuutus/> Luettu 21.5.2012.

Vilka, H. 2009. Tutki ja kehitä. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Liite 1. Kyselylomake

KYSELYLOMAKE	
1.	Sukupuoli
a)	mies
b)	nainen
2.	Ikä
a)	alle 20 vuotta
b)	20 - 29 vuotta
c)	30 - 39 vuotta
d)	40 - 49 vuotta
e)	50 - 59 vuotta
f)	60 - 69 vuotta
g)	yli 69 vuotta
3.	Onko teillä voimassa oleva matkavakuutus?
a)	Kyllä b) Ei c) En tiedä
4.	Kuinka usein matkustatte ulkomaille?
a)	En koskaan
b)	Harvemmin kuin kerran vuodessa
c)	1-2 kertaa vuodessa
d)	3 kertaa vuodessa tai useammin
5.	Millaisen matkavakuutuksen otatte yleensä kun matkustatte ulkomaille?
a)	Matkustaja- ja matkatavaravakuutuksen
b)	Vain matkustajavakuutuksen
c)	Vain matkatavaravakuutuksen
d)	En ota lainkaan matkavakuutusta
6.	Millainen vakuutus teillä on tällä hetkellä voimassa tai millainen oli viimeisin matkavakuutusenne?

* Jatkuvalla matkavakuutuksella tarkoitetaan matkavakuutusta, joka on jatkuvasti voimassa. Vakuutus maksetaan yleensä vuodeksi kerrallaan. Määräaikaisella matkavakuutuksella tarkoitetaan matkavakuutusta, joka on voimassa yksittäisellä matkalla.		
a)	Määräaikainen matkavakuutus	
b)	Jatkuva matkavakuutus	
c)	En muista / En osaa sanoa	
d)	Ei lainkaan matkavakuutusta	
7.	Mikäli vastasitte kahteen edelliseen kysymykseen vaihtoehdon d, mikä on syy, ettette ota matkavakuutusta?	
a)	Liian kallis	
b)	Koen matkavakuutuksen turhaksi	
c)	Vakuutuksen ottaminen on liian monimutkaista ja aikaa vievää	
d)	Joku muu syy, mikä?	
e)	En osaa sanoa	
8.	Mistä hankitte matkavakuutuksen viimeksi?	
a)	Matkatoimistosta puhelimitse tai paikan päältä	
b)	Matkatoimiston/lentoyhtiön internetsivuilta	
c)	Lentoyhtiöstä puhelimitse	
d)	Vakuutusyhtiön internetsivuilta	
e)	Vakuutusyhtiöstä puhelimitse tai paikan päältä	
f)	Sisältyy kotivakuutukseen	
g)	En muista	
Seuraavassa on esitetty joukko väittämiä, jotka liittyvät matkavakuutuksiin. Vastatkaa valitsemalla vaihtoehto, joka vastaa parhaiten mielipidettänne.		
9.	Matkavakuutuksen ottaminen on helppoa	
Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	En osaa sanoa
Eri mieltä	Täysin eri mieltä	

10.	Matkavakuutukset ovat liian kalliita		
Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	En osaa sanoa Eri mieltä	
	Täysin eri mieltä		
11.	Matkavakuutuksen ottaminen jokaiselle matkalle on tärkeää		
Täysin samaa mieltä	Samaa mieltä	En osaa sanoa	
	Eri mieltä	Täysin eri mieltä	
12.	Matkavakuutus korvaa matkan peruuntumisesta aiheutuvat kulut siinä tapauksessa jos matkaseuralainen sairastuu		
Kyllä	Ei	En osaa sanoa	
13.	Matkavakuutuksesta korvataan myöhästyneet/peruuntuneet lennot		
Kyllä	Ei	En osaa sanoa	
14.	Matkavakuutuksesta korvataan lakon aiheuttamat lentojen peruutukset		
Kyllä	Ei	En osaa sanoa	
15.	Jatkuva matkavakuutus on edullisempi jos matkustaa vähintään 2 kertaa vuodessa ulkomaan matkalle		
Kyllä	Ei	En osaa sanoa	
16.	Matkavakuutus korvaa lentoyhtiön mahdollisen konkurssin aiheuttamat kulut.		
Kyllä	Ei	En osaa sanoa	
Avoimia kysymyksiä			
17.	Luetelkaa ulkomuististanne yritykset, jotka tarjoavat matkavakuutuksia.		
18.	Millaisia eroja valmismatkalla ja omatoimimatkalla on käsityksenne mukaan vakuutusturvan suhteen?		