



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Senioreiden internetin käyttö matkailussa

Haapalainen, Merja

2014 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Senioreiden internetin käyttö matkailussa

Merja Haapalainen
Palvelujen tuottamisen ja
johtamisen koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2014

Haapalainen, Merja

Senioreiden internetin käyttö matkailussa

Vuosi 2014 Sivumäärä 32

Opinnäytetyö liittyi kansainväliseen AHEAD-hankkeeseen. Hankkeen nimi tulee sanoista "Training high tech seniors for Discovery". Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Laurea-ammattikorkeakoulu, joka on aktiivisesti mukana AHEAD-hankkeessa. Hankkeessa on Laurea-ammattikorkeakoulun lisäksi osallistujia Italiasta, Sveitsistä, Iso-Britanniasta ja Sloveniasta. AHEAD-hankkeen tarkoituksena on kehittää seniori-ikäisten ihmisten digitaalisen median käyttöä ja opettaa heitä hyödyntämään digitaalista mediaa kommunikoinnissaan. Lisäksi hankkeessa toteutetaan mobiilisovellus senioreille. Sovellus mahdollistaisi digitaalisen tarinankerron matkakokemuksista.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä oli: "Miten seniori-ikäiset käyttävät internetiä omaan lomamatkailuunsa?". Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia miten suomalaiset seniorit käyttävät internetiä ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen. Sen tarkoituksena oli kartoittaa senioreiden internetin käyttötottumuksia etenkin ulkomaille suuntautuvaan lomamatkailuun liittyen. Toimeksiantaja voi hyödyntää saatuja tuloksia AHEAD-hankkeessa.

Opinnäytetyön viitekehys muodostui tutkimukselle aiheelliseksi katsotuista käsitteistä. Näitä käsitteitä olivat Suomen väestörakenteen vanheneminen, aktiivinen ikääntyminen, ikääntymisen ja teknologia, senioreiden internetin käyttö, senioreiden matkustus ja internetin matkailupalvelut.

Opinnäytetyössä käytettiin laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta. Laadullisella tutkimuksella saadaan kerättyä mahdollisimman tarkkaa ja informatiivista tietoa tutkittavasta asiasta. Laadullisen tutkimustavan valinta vaikutti opinnäytetyössä käytettyjen tutkimusmenetelmien valintaan. Tutkimusaineisto kerättiin teemahaastatteluilla, joita tehtiin sen verran, että uutta tietoa ei enää ilmaantunut. Aineiston keräämisen jälkeen aineisto litteroitiin, analysoitiin ja määristettiin yksinkertaisesti.

Keskeiset tulokset tutkimuksessa olivat, että seniorit käyttävät internetiä suurimmaksi osaksi matkaprosessissa matkan suunnitteluun ja varaukseen. Näissä vaiheissa käytettiin monipuolisesti sekä matkatoimistojen internetsivuja että Googlen hakukonetta. Matkan aikana internetiä ei juurikaan käytetty, koska sille ei ollut tarvetta. Matkan jälkeisessä palautteenannossa internetillä oli taas oma sijansa.

Asiasanat: seniorimatkailu, senioreiden internetin käyttö

Haapalainen, Merja

Seniors' use of the Internet in Traveling

Year	2014	Pages	32
------	------	-------	----

The thesis was connected to the international AHEAD project and its name comes from the words "Training high tech seniors for Discovery". The commissioner of this project was Laurea University of Applied Sciences, which has an active part in the AHEAD project. There are several participants in the project besides Laurea, which came from Italy, Switzerland, Great Britain and Slovenia. The objective of the project was to develop senior-aged men's digital media use and help them exploit digital media in their communication. Furthermore, a mobile application for seniors is carried out in the project, which would give the seniors the possibility to tell their tales in a digital form.

The research problem of this project was, "How do senior-aged use the internet on their own vacation". The objective of the thesis was to study how Finnish senior-aged use the internet before the trip, during the trip and after the trip. The purpose was to survey senior-aged people's user habits on the internet, especially during vacations abroad. The commissioner can use the results in the AHEAD project.

The framework of the thesis consisted of topics, which were well-grounded for the study. These topics were the demographic structure of the ageing in Finland, active ageing, ageing and technology, senior-aged people's use of the internet, senior-aged travelling and travel services on the internet.

Qualitative research was used in this project, which enables to collect as informative and specific information on the subject as possible. The qualitative research aspect affected the choice of the used research methods. The research material was collected by theme interviews, which were completed up to the point when no new information was collected. Afterwards the material was transcribed, analyzed and presented in a quantitative manner.

Crucial research results were that seniors mostly use the internet for travel planning and making reservations in the travel process. At these points travel agencies' web sites and Google search engine were used diversely. The internet was seldom used during the vacation, because there was no need. However, after the vacation the internet had its place when giving feedback.

Keywords: senior travelling, seniors' use of the internet

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Toimintaympäristö.....	7
3	Senioreiden matkustus ja internetin käyttö.....	8
3.1	Väestö vanhenee	8
3.2	Aktiivinen ikääntyminen	9
3.3	Ikääntyminen ja teknologia	9
3.4	Seniiori-ikäisten ihmisten internetin käyttö	10
3.5	Seniiori-ikäisten ihmisten matkustus	12
3.6	Matkatoimistot internetissä	12
3.7	Matkailupalvelut internetissä	13
4	Teemahaastattelu.....	14
4.1	Teemahaastattelu menetelmänä	14
4.2	Teemahaastattelun toteutus	17
5	Tulokset.....	18
5.1	Internetin käyttö ennen matkaa.....	20
5.2	Internetin käyttö matkan aikana	22
5.3	Internetin käyttö matkan jälkeen	23
6	Johtopäätökset	24
	Lähteet	27
	Kuviot	29
	Liitteet.....	30

1 Johdanto

Opinnäytetyö liittyy kansainväliseen AHEAD-hankkeeseen, jossa Laurea on aktiivisesti mukana. AHEAD-hankkeen tarkoituksena on kehittää seniori-ikäisten ihmisten digitaalisen median käyttöä ja opettaa heitä hyödyntämään digitaalista mediaa kommunikoinnissaan. Lisäksi hankkeessa toteutetaan mobiilisovellus senioreille. Sovellus mahdollistaisi digitaalisen tarinankertomisen matkakokemuksista.

Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä oli: ”Miten seniori-ikäiset käyttävät internetiä omaan lomamatkailuunsa?”. Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia miten tämän päivän seniori-ikäiset ihmiset käyttävät internetiä ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa toimeksiantajalle kuvaus seniori-ikäisten internetin käyttötavoista jatkotoimenpiteisiin AHEAD-hankkeessa.

Aihe on rajattiin koskemaan nimenomaan internetin käyttöä ulkomaille suuntautuvassa lomamatkailussa ennen matkaa olevasta suunnittelusta ja varauksesta matkan päättymisen jälkeiseen palautteenantoon. Tutkimusaineisto kerättiin teemahaastattelulla. Haastatteluita toteutettiin niin monta, että saadut tulokset alkoivat toistaa itseään.

Opinnäytetyö alkaa opinnäytetyön toimeksiantajan esittelyllä, jonka jälkeen käsitellään tutkimuksen teoreettiset lähtökohdat ja viitekehys. Tietoperustassa käsitellään Suomen väestörakenteen vanhenemista, aktiivista ikääntymistä, ikääntymistä ja teknologiaa, senioreiden internetin käyttöä, senioreiden matkustusta ja internetin matkailupalveluita. Lopussa esitetään tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset sekä kehittämissuhteudet saatujen tutkimustulosten pohjalta.

2 Toimintaympäristö

Laurea ammattikorkeakoulu on mukana kansainvälisessä AHEAD-hankkeessa. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Laurea-ammattikorkeakoulu. AHEAD -lyhenne tulee sanoista "Training high tech seniors for Discovery". Hankkeella on osallistujia viidestä eri maasta: Suomesta, Italiasta, Sveitsistä, Iso-Britanniasta ja Sloveniasta. Hankkeen on määrä kestää kaksi vuotta ja sitä rahoittaa Euroopan Unionin Life Long Learning Programme. Hanke käynnistyi marraskuussa 2013. (Lifelong Learning Programme 2013.)

Hankkeen tarkoitus on esitellä ja opettaa seniori-ikäisiä ihmisiä käyttämään digitaalista teknologiaa matkakokemuksiin liittyen. Tällöin seniori-ikäisten on sekä helpompi kokea ja rakentaa yhteisöllisyyttä että kommunikoida sekä oman ikäisten, että myös nuorempien ihmisten kanssa. Tämä edesauttaa seniori-ikäisten aktiivista ikääntymistä ja auttaa heitä osallistumaan nykypäivän sosiaaliseen elämään ja aktiviteetteihin internetin välityksellä. Tähän liittyen hankkeessa on kehitteillä myös mobiilisovellus erityisesti seniori-ikäisiä ihmisiä silmällä pitäen, jonka avulla seniorit pystyisivät kirjoittamaan sekä matkakertomuksia että matkakokemuksista. Sovellus mahdollistaisi myös digitaalisen tarinankertomisen, eli matkatarina voisi sisältää kuvia, videoita ja ääntä. (Life Learning Programme 2013.)

Laurea-ammattikorkeakoulun lisäksi muita hankkeessa toimivia tahoja ovat italialainen Superficie 8, italialainen Compagnia di Turismo e Cultura, sveitsiläinen SEED, iso-britannialainen University of Durham ja slovenialainen Andragoški zavod Ljudska univerza Velenje. Superficie 8 on konsultointiyritys, joka on erikoistunut markkinointiin. Se tarjoaa jatkuvaa ammatillista koulutusta ja taitojen ja osaamisen kehittämistä. Compagnia di Turismo e Cultura on matkatoimisto, joka on erikoitunut seniorimatkailuun. SEED on yritys, joka on perehtynyt koulutukseen ja teknologiaan. Sen keskeisin toiminta liittyy digitaalisen teknologian tuomisesta mukaan koulutukseen parantaakseen koulutuksien laatua. University of Durham on yliopisto, joka on yksi Ison-Britannian johtavista tutkimuslaitoksista. Andragoški zavod Ljudska univerza Velenje on säätiö, joka tuottaa aikuiskoulutusta. (Kaartti 2013.)

Jokaisella hankkeessa mukana olevalla taholla on oma vastualueensa. Superficie 8 on hankkeen pääjohtohahmo, joka koordinoi koko hanketta. Laurea-ammattikorkeakoulussa muun muassa selvitetään hankkeen toteutukseen liittyviä asioita, järjestetään hankkeen toimijoiden välisiä kokouksia, pidetään yllä hankkeen toimijoiden yhteistä internetyhteisöä ja tuotetaan selvityksiä ja ohjeistuksia muille toimijoille. SEED kehittää ja toteuttaa mobiilisovelluksen. Andragoški zavod Ljudska univerza Velenje muun muassa järjestää koulutusta sovelluksesta. Compagnia di Turismo e Culturin kautta saadaan sovellukselle ainakin testikäyttäjiä, jonka perusteella sovellusta voidaan vielä muokata seniorikäyttäjiä enemmän palvelevaksi. (Lifelong Learning Programme 2013.)

3 Senioreiden matkustus ja internetin käyttö

Tutkimuskysymyksenä oli: ”Miten seniori-ikäiset käyttävät internetiä omaan lomamatkailuunsa?”. Työn teoreettinen viitekehys muodostettiin tutkimuskysymyksen kannalta merkittävistä asiakokonaisuuksista.

Siinä käsiteltiin yleisesti Suomen väestörakenteen vanhenemista, aktiivista ikääntymistä, ikääntymistä ja teknologiaa yhdessä ja miten teknologistuminen vaikuttaa vanhenevaan väestöön, seniori-ikäisten ihmisten internetin käyttöä ja matkapuhelimien laatua, seniori-ikäisten ihmisten matkustusta, matkotoimistojen menemistä internetiin ja internetin matkailupalveluita.

3.1 Väestö vanhenee

Yli 65 vuotiaiden osuus Suomen väestöstä kasvaa koko ajan. Sodan jälkeen syntyneet suuret ikäluokat ovat nyt siirtymässä eläkeikään. Vuoden 2012 lopussa jo lähes 20 prosenttia Suomen väestöstä oli 65 vuotta täyttäneitä, kun noin 50 vuotta sitten heidän osuutensa oli vain noin seitsemän prosenttia koko väestöstä. (Tilastokeskus 2013.)

Myös maailman laajuisesti ikääntyneiden osuus on kasvussa. Se kasvaa nopeammin kuin minään muun ikäluokan osuus. On arvioitu, että vuonna 2025 maailmassa on jo 1,2 miljardia yli 60-vuotiasta ihmistä ja vuoteen 2050 mennessä osuus on kasvanut jo kahteen miljardiin. (World Health Organization 2002, 6.)

Suomessa ikääntyneiden suureen määrään vaikuttaa sodan jälkeisten vuosien suuri syntyneiden määrä, mutta myös positiivinen elinajan kehitys. Syitä positiiviselle elinajan kehitykselle löytyy muun muassa elintason noususta ja lääketieteen kehittymisestä. Nyt eläkeelle jäävät ihmiset ovat yleisesti ottaen paljon terveempiä ja fyysistesti parempikuntoisia kuin aikaisemmin. Koska, heidän toimintakykynsä on parantunut, voivat he viettää paljon aktiivisempaa elämää kuin samanikäiset vielä 50 vuotta sitten. (Heikkinen & Rantanen 2008, 51.)

Nähtäväksi jää, jatkuuko kehitys tulevaisuudessa edelleenkin samaan positiiviseen suuntaan. Positiivisen kehityksen puolesta puhuvat tupakoinnin vähentyminen, väestön koulutustason nouseminen, työkyvyn ylläpitämisen seuraaminen, varhaiskuntoutus sekä tietysti lääketieteen huima kehittyminen. Lääketiede tarjoaa tehokkaampia lääkkeitä ja hoitoja sekä parempaa sairastumisen ehkäisyä kuin aiemmin. Toisaalta negatiivisempaa tulevaisuutta varjostaa muun muassa alkoholin käytön lisääntyminen ja sitä kautta alkoholiongelmien sekä myös alati lisääntyvä ylipainoisuus. (Heikkinen & Rantanen 2008, 62.)

3.2 Aktiivinen ikääntyminen

Aktiivinen ikääntyminen tarkoittaa prosessia, jossa edesautetaan parempaa elämänlaatua ihmisten eläessä pidempään. Se antaa mahdollisuuden elää terveellisempää ja turvampaa elämää. Se antaa ihmisille mahdollisuuden fyysiseen, henkiseen ja sosiaaliseen hyvinvointiin koko heidän elämänsä ajan. Se vaikuttaa sekä yksiköllisellä tasolla että ryhmätasolla. (World Health Organization 2002, 12.)

Aktiivisesta ikääntymisestä puhuttaessa kuulee usein ”kolmas ikä” -käsitteen. Tämä tarkoittaa näitä aktiivisia senioreita työelämän ja vanhuuden välissä. Koska elinajan pituus on kasvanut, ihmiset pysyvät terveempänä ja aktiivisempänä kuin samanikäiset henkilöt 50 vuotta sitten. Näin ollaankin päästy siihen, että ikä on nykypäivänä vain pelkkiä numeroita. Numeroiden määrä ei kerro sitä, kuinka vanha henkilö sisäisesti on ja tuntee olevansa. Tänä päivänä henkilöillä voisi sanoa olevan kaksi ikää: biologinen ja kognitiivinen ikä. Biologinen ikä kertoo kehon toimintakyvystä ja terveydestä, kun taas kognitiivinen ikä kertoo henkilön mielen iästä. Eli sitä, miten hyvin pystyy esimerkiksi oppimaan uutta ja innostumaan asioista. (Lassila 2012.)

Kolmannessa iässä on mahdollisuus keskittyä itseään kiinnostaviin asioihin, kuten esimerkiksi matkusteluun, harrastuksiin ja kulttuuriin. Osa heistä toimii vapaaehtoistyössä tai järjestötoiminnassa tai he jopa jatkavat työelämässä. Kolmannessa iässä ihmiset ovat yleensä erittäin aktiivisia toimijoita ja kuluttajia, koska heillä on siihen varaa ja aikaa. (Juntunen 2013.)

3.3 Ikääntyminen ja teknologia

Sekä digitaalinen media että teknologia on kehittynyt huimasti viime vuosien aikana. Digitaalisella mediallyä tarkoitetaan vuorovaikutteista esitystä, joka sisältää vähintään kaksi elementtiä kuvasta, äänestä, tekstistä, animaatiosta tai videosta. Digitaalinen media on vuosi vuodelta suosittu, kuin perinteinen printtimainonta tai radiomainonta. (Vuorimaa 2012.)

Teknologian kehittyminen tuo iäkkäille ihmisille sekä haasteita että mahdollisuuksia. Se tarjoaa seniori-ikäisille ihmisille mahdollisuuksia toimia, vaikka toimintakyky heikkenee. Haasteita ilmenee siinä, että pysyykö ikääntyvä väestö uudistuvan teknologian kehityksen mukana. Teknologian kehitys ei myöskään välttämättä tue ikääntyvän väestön tarpeita, vaikka senioreiden osuus väestöstä kasvaa koko ajan. Se näkyy esimerkiksi siinä, että matkapuhelimet alkavat olla liian monimutkaisia ja painikkeet liian pieniä tai siinä, että eri laitteiden käyttöohjeet ovat liian pienellä fontilla. Vanhempien kuluttajien tarpeita ei ole vielä kunnolla si-

säistetty, vaikka he olisivat juuri nyt niitä potentiaalisia kuluttajia monille tuotteille ja palveluille. (Heikkinen & Rantanen 2008, 515-516; Raulos 2013.)

Yhä enemmän teknologistuvassa maailmassa palvelut ovat alkaneet siirtymään internetin puolelle. Tämä voi aiheuttaa lisää harmaita hiuksia iäkkäämmille ihmisille. Heillä on muita ikäryhmiä huonommat mahdollisuudet päästä verkkopalveluiden äärelle. Lisäksi he tarvitsevat usein apua verkkopalvelujen käyttämiseen, koska eivät välttämättä ole koskaan edes olleet tekemisissä tietokoneiden saati internetin kanssa. (Heikkinen & Rantanen 2008, 520-521.)

Ikääntyminen ei kuitenkaan ole este opetella käyttämään esimerkiksi internettiä. Iäkkäämmillä ihmisillä saattaa mennä siihen aikaa, mutta internetin käytön oppiminen on kuitenkin kiinni omasta tahdosta ja uskalluksesta. Oppimista helpottaa, kun opiskelee asioita omassa tahdissa oman mielenkiinnon mukaan. (Laine 2011, 11-12.)

Koska monet palvelut ovat siirtyneet ja siirtyvät yhä edelleen internetiin, olisi internetin käytön opettelu tärkeää. Tätä varten senioreille on kehitetty erilaisia koulutuksia ja yhdistyksiä, joissa tullaan tutuksi tietotekniikan kanssa. Näistä esimerkiksi Enter ry järjestää jäsenilleen luentoja tietotekniikasta, tietokoneista ja älypuhelimista. Heiltä on mahdollista saada myös opastusta tietokoneen ja älypuhelimien käyttöön. (Enter ry.)

3.4 Seniori-ikäisten ihmisten internetin käyttö

Vaikka maailman teknologistuessa seniori-ikäisillä ihmisillä saattaa olla vaikeuksia internetin käytössä, sen käyttö kuitenkin kasvaa kohisten. Yleistymistä on tapahtunut kaikissa yli 55-vuotiaiden ikäryhmissä. 55-64-vuotiaiden internetin käyttöaste vuonna 2013 oli noin 85 prosenttia, 65-74-vuotiaiden käyttöaste noin 65 prosenttia ja yli 75-vuotiaiden käyttöaste noin 27 prosenttia. Koko 16-89-vuotiaasta väestöstä internettiä käyttää noin 85 prosenttia. Etenkin vanhemmissa ikäryhmissä ei välttämättä kuitenkaan käytetä internettiä päivittäin, mutta kuitenkin käyttö on hyvinkin säännöllistä. Päivittäinen internetin käyttö kuitenkin lisääntyy koko ajan. (Tilastokeskus 2013.)

Internetin käyttö on tasaista sukupuolten välillä 70 ikävuoteen asti. Sitä vanhemmissa ikävuosissa miehet ovat yleisempiä internetin käyttäjiä. Internettiä käytetään yleisimmin pankki-asioiden hoitoon, sähköpostiin, uutisten lukemiseen sekä tiedon etsintään. Internettiä käytetään myös muun muassa puheluihin, televisio-ohjelmien katseluun ja yhteisöpalveluihin. (Tilastokeskus 2013.)

Myös senioreiden verkkokauppaostot ovat kasvattaneet kiinnostustansa, vaikka sitä ei kuitenkaan vielä käytetä kovin yleisesti. Osa senioreista käyttää tietokonetta luontevasti, mutta

verkkokaupan puolelle he eivät ole vielä uskaltaneet, kun taas osa käyttää verkkokauppaa hyvinkin usein. Todellisuudessa verkkokauppaa saatetaan käyttää enemmän kuin kuvitellaan, koska osa senioreista ei miellä käyttävänsä verkkokauppaa varatessaan esimerkiksi hotellia tai tapahtumalippua internetistä. (Lignell 2013.)

Verkkokauppoja käyttämättömillä on ennakkoluuloja sitä kohtaan. He pelkäävät sen luotettavuutta ja heillä on epäselvyyksiä siitä, miten se toimii. Osalla heistä olisi kuitenkin mielenkiintoa kokeilla sitä, kun taas osa heistä on hyvinkin kielteinen sitä kohtaan. Hyvin kielteisesti verkkokaupan mieltävät vertaavat sitä ”pakkopullaan”. He alkaisivat käyttää sitä, jos mitään muuta mahdollisuutta ostaa tuotteita ja palveluita ei olisi. (Lignell 2013.)

Verkkokauppaa käyttävät seniorit taas käyttävät sitä hyvin monipuolisesti. Eniten verkkokaupan kautta ostetaan matka- ja tapahtumalippuja. Verkkokauppa on koettu hyödylliseksi etenkin haja-asutusalueella, missä välimatkat ovat pitkät. Näin tuotteita voi ostaa suoraan kotiin ilman, että täytyy itse poistua kotoa. Myös huonosti liikkumaan pääseville se tuo oivan vaihtoehdon. (Lignell 2013.)

Yli 60-vuotiailla kahdesta kolmesta on kotona käytössä oleva internetyhteys. Ne joilla sitä ei ole, internetittömyyden syitä ovat pääasiassa kiinnostuksen tai taitojen puute. Muita syitä ovat internetin kalleus, tietoturvan ja yksityisyyden pelot ja se että internetiä on mahdollisuus käyttää muualla kuin kotona. (Tilastokeskus 2013.)

Jotta internetin käyttö kiinnostaisi enemmän myös vanhempaa sukupolvea, olisi internetsivuja tehtäessä ja päivittäessä otettava huomioon myös sivustojen helppokäyttöisyys ja selkeys. Sivujen liikkuvia osia on syytä välttää ja tietoa ei saa olla liikaa samalla sivulla. Etsittävän tiedon pitää löytyä nopeasti ja helposti. Sivujen helppokäyttöisyyttä kannattaa lisätä myös esimerkiksi ohjeilla. Ohjeet voivat olla hyvinkin tarpeellisia sivuilla, joissa vaaditaan tietojen täyttämistä ja lähettämistä. Sivun selkokielisyyteen voidaan vaikuttaa välttämällä ammattislangia ja vaikeasti ymmärrettäviä termejä. Lisää luotettavuutta sivuille saadaan tuomalla yhteystiedot ja mahdollinen asiakaspalvelu helposti näkyville. (d’Alte & Lassila 2013.)

Seniори-ikäisillä on usein jo huonontunut näkö, joten sivustojen fonttikokoon ja taustan ja tekstin kontrastiin olisi syytä kiinnittää huomiota. Hiiren käyttö voi olla myös haastavaa, etenkin jos valittava objekti on pieni, halutulle sivulle pääseminen vaatii montaa klikkausta tai sivu vaatii paljon scrollausta eli sivun vierittämistä ylös ja alas. (d’Alte & Lassila 2013.)

Matkapuhelimien käyttö on nykyään jo hyvin yleistä yli 70-vuotiaiden parissa. Lähes kaikilla on matkapuhelin käytössään. Kuitenkin älypuhelimien käyttö on vielä vähäistä. Vain noin 10 prosentilla yli 70-vuotiaista on matkapuhelimenään käytössä älypuhelin. (Tilastokeskus 2013.)

3.5 Seniori-ikäisten ihmisten matkustus

Aktiivisen ikääntymisen myötä lähellä eläkeikää olevien ja eläkeiässä olevien matkustusinto lisääntyy vuosi vuodelta. Tämän ovat huomanneet myös matkoja myyvät tahot, jotka ovatkin panostaneet aiempaa enemmän ikäihmisille markkinointiin. Eläkeiän tuntumassa ihmisillä on enemmän aikaa itselleen ja näin ollen aikaa tehdä mukavia asioita, kuten esimerkiksi matkustella. (Eläkeläisistä on tullut vaativia matkustajia 2012.)

Lahden ammattikorkeakoulussa tehdyn tutkimuksen mukaan tämän päivän 50-75-vuotiaat matkailijat ova terveempiä, aktiivisempia, nuorekkaampia ja varakkaampia kuin aikaisemmat sukupolvet. Nämä aktiiviset seniorit ovat seikkailuhaluisia ja kulttuurinnälkäisiä. Myös uusien taitojen oppiminen ulkomailla kiinnostaa heitä. (Puhakka 2011, 9-10.)

Fyysisen kunnon heikkenemisen seurauksena nykypäivänä tehdään nykypäivänä myös aiempaa enemmän sairaudenhoito- ja terveysturmatkailua. Tutkimuksessa arvioitiin, että tulevaisuudessa senioreiden matkustus kohdistuu erityisesti risteilyihin, lyhytlomiin, aktiviteettilomiin, kaukomatkoihin ja itse järjestettyihin yksilöllisiin matkoihin. (Puhakka 2011, 9-10.)

Eläkeläisten risteilymatkustaminen on tullut vuosi vuodelta suosituimmaksi. Kaupan liiton selvityksen mukaan Tallinnan risteilymatkat ovat lisääntyneet reilusti aiemmasta. Etenkin eläkeläiset ovat kovia Tallinnan matkaajia. Selvityksen mukaan jokainen kyselyyn vastannut eläkeläinen oli viimeisen vuoden aikana käynyt vähintään kerran Tallinnassa ja jopa kolmannes heistä oli käynyt useammin kuin seitsemän kertaa. Tallinnaan vetää etenkin Viron Suomea halvempi hintataso. (Kaupan liitto 2014.)

3.6 Matkatoimistot internetissä

Nykymaailmassa palvelut alkavat enenevässä määrin olemaan kaikki internetissä. Internetin välityksellä voi ostaa tuotteita ja palveluja, voi tehdä muuttoilmoituksen, voi solmia sähkösovimuksen, voi hoitaa pankkiasiat jne. Nykyaikana ei oikeastaan tarvitse lähteä pois kotoa ostoksille tai muuten hoitamaan asioita ellei itse niin halua. Näin myös matkatoimistopalvelut ovat siirtyneet internetiin.

Internetin yleistyessä perinteiset valmismatkatoimistot ovat myös viime vuosina satsanneet internetiin. Matkan varaaminen ei ole enää moneen vuoteen vaatinut käyntiä matkatoimistossa. Matkojen myynnin keskittyminen internettiin on johtanut siihen, että matkatoimistot ovat luopuneet perinteisistä paperisista matkaesitteistä. Se on johtanut myös siihen, että matkatoimistot ovat lopettaneet monet palvelupisteensä kannattamattomina. (STT 2011.)

Matkatoimistojen internetsivuilta löytyy todella kattava kuva eri matkakohteista, johon matkatoimisto tekee matkoja, eli toisin sanottuna vanhan malliset paperiset matkaesitteet ovat ikään kuin sähköisessä muodossa. Matkatoimistojen internetsivuilta on helppo etsiä tietoa kohteista ja hoitaa koko matkan ostoprosessi sähköisesti: varaus, tilaus, vahvistus, maksu ja matkadokumenttien saanti. Matkan jälkeen matkatoimiston internetsivuilla voi myös antaa palautetta matkasta. (Verhelä 2000, 46.)

3.7 Matkailupalvelut internetissä

Verkkokauppa on lisääntynyt viime vuosina paljon. Suomalaiskuluttajat ovat käyttäneet verkkokauppaostoihin jo yli 10 miljardia euroa, josta yli kolmannes on kulunut matkapalveluihin. (Rantapallo 2012.) Internetin käyttö matkailussa on lisääntynyt niin paljon, että se on saanut jo oman termin ”e-matkailu”. Termi tulee englanninkielen sanasta ”electronic tourism”, joka taas usein lyhennetään muotoon e-tourism. Tietotekniikka muokkaa matkailualaa koko ajan. Se mahdollistaa kuluttajalle monipuoliset mahdollisuudet suunnitella, kustomoida, etsiä ja ostaa matkailutuotteita ja -palveluita. Etenkin matkan suunnitteluvaihe on tärkeä syy internetin käytölle. (Matkailu.org.)

Internetin arkipäiväntymisen myötä perinteisten valmismatkatoimistojen lisäksi on muodostunut myös pelkästään internetissä toimivia matkatoimistoja, kuten esimerkiksi Ebookers. Johonkin erikoistuneet matkatoimistot ovat myös yleistyneet kilpailun myötä. Ikäihmisille löytyy esimerkiksi oma ryhmämatkatoimisto, MatkaSeniorit. Myös lento- ja laivayhtiöt ovat keskittäneet myyntinsä ja palvelunsa internetiin. sekä hotellin omatoiminen varaaminen internetistä on nykyään myös arkipäiväistä. Omatoimimatkailu on internetin aikakaudella yleistynyt paljon. (Tilastokeskus 2012.)

Internetiin on myös muodostunut suuri määrä erilaisia matkailuun liittyviä sivustoja. Internetistä voi löytää infosivuja kohteista, jossa esitellään kohteen nähtävyydet, rannat, hotellit, ravintolat jne. Internetistä löytyy myös laaja valikoima erilaisia matkailublogeja ja -päiväkirjoja sekä matkailuun keskittyviä keskustelupalstoja.

Sosiaalinen media on yleistynyt viime vuosina paljon. Sen avulla voi myös löytää paljon matkailuaiheista tietoa. Yritykset ovat siirtyneet käyttämään myös sosiaalista mediaa sen suosion myötä. Sosiaalinen media on nykyaikana tärkeä markkinointipaikka, koska sitä käyttää suuri osa ihmisistä. Myös matkatoimistot käyttävät sosiaalista mediaa niin markkinoinnissa kuin asiakashankinnassakin.

4 Teemahaastattelu

Tutkimuksen voi usein jakaa joko laadulliseen tai määrälliseen tutkimukseen. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään käyttämään menetelmiä, joissa tutkittavien näkökulmat pääsevät hyvin esille. Näitä menetelmiä ovat muun muassa teema- ja ryhmähaastattelut sekä osallistuva havainnointi. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 164.)

Vaikka laadullinen tutkimus vastaa yleensä kysymykseen ”miten?”, niin laadullisessa tutkimuksessa on myös järkevää laskea se mitä laskettavissa on. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen välillä ei aina ole selkeää rajaa, vaan tutkimusmenetelmiä voidaan käyttää myös rishtiin. (Ronkainen, Pehkonen, Lindblom-Ylänne & Paavilainen 2011, 88-89.)

Tutkimuskysymyksenä oli senioreiden internetin käyttö ulkomaille suuntautuvassa lomamatkailussa ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen. Tutkimuksen kohdetta tarkasteltiin syventymällä siihen liittyviin käsitteisiin ja aikaisempiin tutkimuksiin ja kerättiin tutkimuskysymykseen liittyvä tietoperusta.

4.1 Teemahaastattelu menetelmänä

Haastattelu on yksi suosituimmista aineistonkeruumenetelmistä. Se sopii monenlaisiin tutkimusmenetelmiin ja tilanteisiin. Haastattelun etuna on sen joustavuus. Haastattelijan on mahdollista säädellä haastattelun kulkua tilanteen edellyttämällä tavalla. Hän voi tarpeen vaatiessa esimerkiksi toistaa kysymyksen, tarkentaa vastausta ja oikaista väärinkäsityksiä. Joustavaa on myös se, että haastattelija voi yleensä muuttaa kysymysten järjestystä tai muotoa tarpeen mukaan. Tärkeintä haastattelussa on saada mahdollisimman paljon tietoa tutkittavasta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 75.)

Haastattelutekniikoita on useita. Haastattelu voi olla strukturoitu, puolistrukturoitu tai avoin. Strukturoitu haastattelu tarkoittaa lomakehaastattelua, jossa kysymykset on suunniteltu valmiiksi ja joiden esittämisjärjestys on kaikille haastateltaville sama. Puolistrukturoidusta haastattelusta käytetään myös nimeä teemahaastattelu. Siinä ei ole kovin tarkasti määritelty kysymysten muotoa ja kysymysten esittämisjärjestys voi vaihdella. Avointa haastattelua voidaan nimittää myös syvähaastatteluksi ja se on lähellä keskustelua. (Metsämuuronen 2003, 188-189.)

Haastattelu voidaan toteuttaa yksilöhaastatteluna, parihaastatteluna tai ryhmähaastatteluna. Yleisimmin tehdään yksilöhaastatteluja. Parihaastattelua käytetään yleensä kasvatustieteellisissä tutkimuksissa. Ryhmähaastattelu on tehokas keino saada tietoa usealta henkilöltä yhtä

aikaa. Haastatteluista olisi hyvä tehdä koehaastatteluja ennen varsinaista haastattelua, jotta haastattelujen toimivuus saadaan tietoon. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 210-211.)

Teemahaastattelu on lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto. Teemahaastattelussa ei välttämättä ole valmiita kysymyksiä, vaan se etenee ennalta määrättyjen teemojen mukaan. Teemahaastattelussa voi olla myös valmiita kysymyksiä, mutta niiden esittämisjärjestys ja sanamuodot voivat vaihdella haastateltavasta riippuen. Joka tapauksessa teemahaastattelu on keskustelunomainen tilanne, jossa haastateltavalle annetaan mahdollisuus myös vapaalle puheelle ennaltamäärättyjen teemojen lisäksi. Jokaisen haastateltavan kanssa ei välttämättä keskustella kaikista teemoista samassa mittakaavassa, mutta jokainen ennaltamäärätty aihe teema on käydään keskustelussa läpi. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006.)

Teemahaastattelu edellyttää haastattelijalta huolellista perehtymistä aihealueeseen. Myös haastattelun aikana haastattelijalta vaaditaan paljon. Hänen tulee osata lukea haastateltavaansa, jotta saisi mahdollisimman paljon teemojen mukaista haastatteluaineistoa. Haastattelut olisi hyvä nauhoittaa, jotta haastatteliija pystyy keskittymään tarkasti koko haastattelun ajan haastateltaviinsa ilman stressiä muistiinpanojen kirjoittamisesta. Myös aihe teemat olisi hyvä olla paperilla vain esimerkiksi ranskalaisin viivoin mahdollisin apukysymyksiin ja asiasanoihin, jotta haastattelutilanne olisi mahdollisimman vapaa ja rento. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006.)

Teemojen valinnassa täytyy olla tarkkana. Niiden täytyy pohjautua tarkasti tutkittavaan asiaan, jotta haastattelun tuloksista olisi mahdollisimman paljon hyötyä tutkimukseen. Myös haastateltavat henkilöt tulisi valita mahdollisimman tarkasti siten, että haastateltavilta saataisiin mahdollisimman paljon tietoa tutkittavasta asiasta. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006.)

Teemahaastattelu on kokonaisuudessaan yksi suosituimmista haastattelumenetelmistä, koska se antaa tietyn vapauden sekä haastattelijalle että haastateltavalle. Tämä mahdollistaa sen, että haastatteliija voi pyytää tarkennuksia vastauksiin ja saada ennen kaikkea mahdollisimman kattavan aineistopakettin kasaan. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006.)

Teemahaastattelun etuna on myös sen helppo analysointi. Haastattelut on helppo analysoida teemojen mukaan. Haastatteluista analysoidessa voi olla mahdollista, että aiemmin ennalta valitut aihe teemat muuttuvat analysoinnin edetessä toisiin entistä enemmän tutkimuskohdetta palveleviin teemoihin. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006.)

Mutta mikä sitten on riittävä määrä haastatteluita? Tähän ei ole tarkkaa vastausta, mutta laadullisessa tutkimuksessa voidaan miettiä miten saadulla haastatteluaineistolla voidaan vastata tutkimuskysymykseen. Aineiston määrä on siis riittävä silloin kun se riittää vastaamaan tutkimuskysymykseen. Aineiston keruun voi lopettaa silloin kun haastateltavien vastaukset alkavat toistaa itseään ja haastattelut eivät tuo enää mukanaan mitään uutta oleellista asiaa. Tällöin puhutaan usein saturaatiosta eli kylläntymisestä. (Ronkainen, Pehkonen, Lindblom-Yläne & Paavilainen 2011, 117-118.; Tuomi & Sarajärvi 2009, 87.)

Haastatteluiden jälkeen seuraava vaihe on saadun haastatteluaineiston litterointi eli nauhoitetun aineiston purkaminen tietokoneelle ja tekstiksi kirjoittaminen. Litterointia voi tehdä monella eri tavalla. Valinta riippuu siitä, minkälaista analyysia on tekemässä. Tarkimmat litteroinnit sisältävät puhutun aineksen lisäksi myös muut vuorovaikutuksen piirteet kuten äänenpainot, tauot, yskäisyt ja naurahdukset. Usein näin tarkka litterointi ei kuitenkaan ole tarpeen, vaan pelkkä puhuttu aines riittää. Litterointi on usein hyvin työläs ja raskas työvaihe, joka vie paljon aikaa vaikka käyttäisikin yksinkertaisinta tapaa. (Aaltola & Valli 2010, 179.; Aaltola & Valli 2010, 42-43.; Ronkainen ym. 2011, 119.)

Kun aineisto on saatu litteroitua on vuorossa aineiston analysointi ja määrällistäminen. Kuten kappaleessa neljä todettiin, myös laadullinen tutkimusaineisto kannattaa määrällistää siten miten se on mahdollista tehdä. Määrällistäminen kannattaa tehdä teemoittamisen yhteydessä, jos sitä aikoo käyttää analysoinnin yhteydessä. Vaikka lähes kaiken aineiston voi muuttaa jollain tapaa numereeniseen muotoon, aina se ei ole tutkimuksen kannalta tarpeenmukaista. Kuitenkin numereenisesta aineistosta voi olla myös hyötyä laadullisessa tutkimuksessa. Numereenisen aineiston pohjalta voi esimerkiksi luoda helposti taulukoita, kuvioita ja tunnuslukuja. (Aaltola & Valli 2010, 222-225.)

Aineiston analysoinnissa on myös monta vaihtoehtoa. Laadullisen tutkimuksen analysointi on paljon vaikeampaa kuin määrällisen tutkimuksen, johon on kehitetty erilaisia analysointiohjelmiä. Aineiston analysointi alkaa aina tutustumisella aineistoonsa. Laadullisessa tutkimuksessa tutustumisessa keskitytään siihen, mitä aineisto sisältää. (Aaltola & Valli 2010, 180.; Ronkainen ym. 2011, 124.)

Teemahaastattelun pohjalta saadun aineiston helpoin ja eniten käytetyin tapa on analysoida aineisto teemoittamalla. Se tapahtuu siten, että ensin järjestellään saadut ja litteroidut vastaukset teemoittain niin että jokaisen teeman alapuolella on jokaisen haastateltavan vastaukset tähän teemaan. (Aaltola & Valli 2010, 43.)

Teemoittelun jälkeen aineisto luetaan monta kertaa läpi ja ajatuksen kanssa etsitään tekstistä mielenkiintoisimmat ja tärkeimmät kohdat, jotka voidaan alleviivata ja joiden perusteella

tulkitaan vastaukset lyhyesti muistiinpanoihin. Tämän tehtävänä on tiivistää aineisto nippuun. Näiden kohtien avulla voidaan tehdä yksinkertainen taulukko, jonne vastaukset saadaan hyvin taulukoitua. Taulukon avulla saadaan helpommin kirjoitettua omat tulkinnat saaduista vastauksista. Lopullisessa versiossa tulee olla kytkennät aikaisempiin tutkimuksiin ja teorioihin. (Aaltola & Valli 2010, 191-194, 197.)

Tutkimus ei kuitenkaan lopu vielä tulosten analysointiin. Analysoinnin jälkeen tulee pohdinnan vuoro, jolloin laaditaan synteesejä eli kootaan yhteen pääseikat ja tulkitaan analyysin tuloksia. Synteeseistä päädytään johtopäätöksiin, joissa on pohdittava tulosten merkitystä. (Hirsjärvi ym. 2010, 229-230.)

4.2 Teemahaastattelun toteutus

Tietoperustan kasaamisen jälkeen aloitettiin haastatteluiden suunnittelu. Ennen haastattelutilanteeseen ryhtymistä mietittiin valmiiksi haastatteluteemoja ja apukysymyksiä. Haastattelurunko koostui ennalta määrätystä teemoista, joita olivat internetin käyttö ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen. Jokaisen teeman alle oli valmiiksi laadittu apukysymyksiä koskien määrättyjä haastatteluteemoja. Haastattelu kohdennettiin koskemaan alkuperäisen rajauksen mukaan ulkomaille suuntautuvia lomamatkoja. Haastattelurunko saatiin valmiiksi tammi-helmikuun vaihteessa 2014.

Opinnäytetyössä haastateltiin 30 arviolta yli 65-vuotiasta henkilöä, mutta osalla heistä ei ollut tietokonetta käytössä tai he eivät käyttäneet sitä mihinkään tutkittavaan tarkoitukseen. Tutkimuksen mukaiseen käyttötarkoitukseen internetiä heistä käyttivät 25 henkilöä, joita haastateltiin tarkemmin opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä olleesta aiheesta.

Haastattelut toteutettiin helmi-maaliskuussa 2014 teemahaastatteluina Keravalla ja Tikkurilassa julkisilla paikoilla, kuten esimerkiksi kirjastossa, kauppakeskuksessa ja torilla. Haastattelijoilta pyydettiin lupa haastattelun nauhoittamiseen, jotta aineiston litterointi olisi jälkeempään helpompaa. Lähes kaikki haastateltavat antoivat luvan haastattelun nauhoittamiseen muutamaa poikkeusta lukuunottamatta. Haastattelut olivat kestoiltaan 20 minuutista kahteen tuntiin.

Haastattelu oli hieman vaikeampi toteuttaa kuin aikaisemmat haastattelut johtuen siitä syystä, että aiempaa kokemusta seniori-ikäisten haastattelusta ei juurikaan ollut. Haastattelut veivät pääosin todella kauan aikaa ja olivat luonteeltaan hyvin paljon keskustelunomaisia. Osa seniori-ikäisistä oli jo huonokuuloisia ja -muistisia jolloin kysymyksiä joutui kysymään uudelleen. Kysymyksiä tai käsitteitä joutui myös monelle selvittämään ja avaamaan.

Haastatteluiden määrää ei oltu etukäteen rajattu. Haastatteluiden toteuttaminen lopetettiin siinä vaiheessa, kun vastaukset alkoivat toistaa toinen toisiaan, eikä uutta tietoa enää juurikaan saatu koottua.

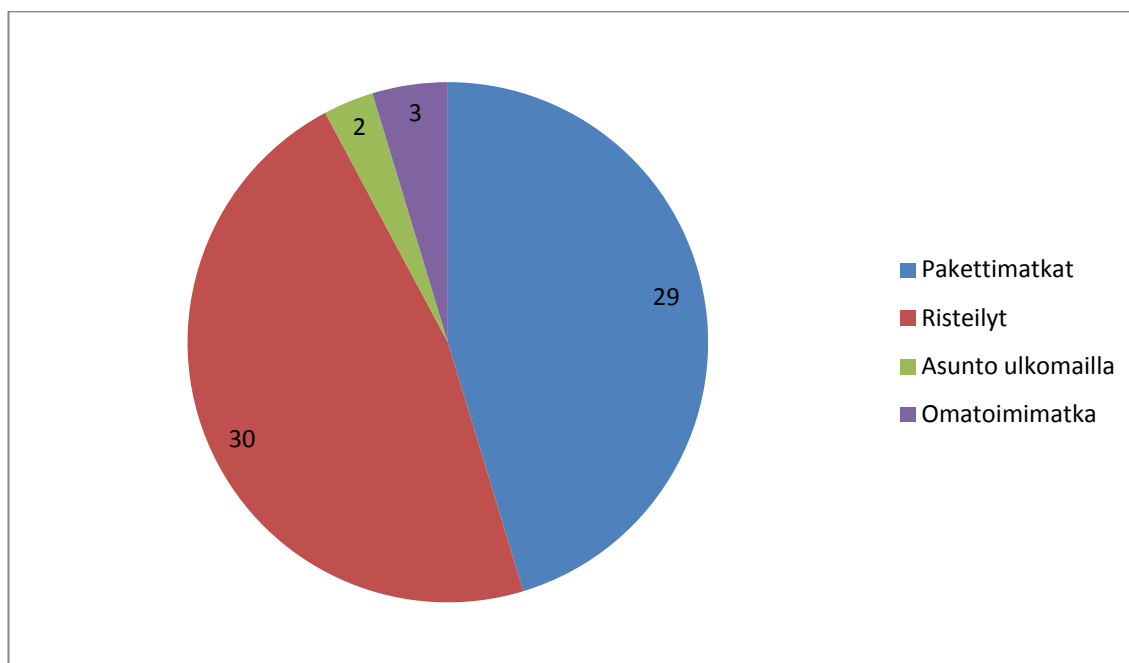
Haastatteluiden jälkeen aineisto litteroitiin eli kirjoitettiin tietokoneella puhtaaksi. Tämän jälkeen aineisto analysoitiin teemoittamalla ja yksinkertaisella määrällistämällä. Tämän jälkeen vielä tulkittiin tulokset ja tehtiin johtopäätökset.

5 Tulokset

Haastateltavista henkilöistä kaikki 30 kertoivat matkustavansa ainakin silloin tällöin. Keskimääräinen matkustusmäärä oli 2-3 kertaa vuodessa ottaen risteilymatkat mukaan. Varsinaisista ulkomaan lomamatkoista suurin osa kertoi harrastavansa valmiita pakettimatkoja niiden helppouden takia. Pakettimatkat suuntautuivat pääasiassa Euroopan kohteisiin, koska niihin oli lyhyt lentomatka. Suosituimmiksi matkakohteiksi mainittiin Kanarian saaret, Turkki ja Kreikka. Syytä kysyttäessä mainittiin juuri lyhyt lentomatka sekä se, että näissä kohteissa sai suurella todennäköisyydellä palveluita myös suomen kielellä. Näissä kohteissa oli tarjolla suomalaisia tai suomenkielisiä ravintoloita, joissa ei tarvinnut osata vieraita kieliä. Näissä paikoissa tykätään käydä syömässä tai istumassa iltaa karaoken tai tanssimusiikin tahdeissa. Hyväksi havaittuihin kohteisiin päädyttiin usein myös uudelleen.

Pakettimatkastajista noin puolet kertoivat yleensä varaavansa all inclusive-matkan, jossa ovat lentojen, hotellin ja lentokenttäkuljetuksien lisäksi kaikki ruokailut ja juomat mukana. Tämä siksi, että lomalla olostaa voi nauttia paremmin, kun ei tarvitse miettiä viikon syömisiä ja juomisia. Myös kielitaidolla oli osuutta asiaan. Osa haastateltavista koki kielitaitonsa olevan niin heikko, että oli helpompaa valita valmis ruokapaketti sen sijaan, että olisi mennyt muualle muihin ravintoloihin syömään, etenkin kohteissa joissa ei puhuttu niin paljon suomen kieltä. Haluttiin myös nauttia paremmin lomasta jos oma kunto oli jo sen verran keho, ettei jaksanut kovin kauas hotellista liikkua.

Haastateltavien joukossa oli myös muutama poikkeus. He kertoivat harrastavansa silloin tällöin myös omatoimimatkailua, eli varaavansa lennot ja hotellit erikseen. Nämä matkat suuntautuivat useimmiten suuriin kaupunkeihin, kuten esimerkiksi Lontooseen ja Barcelonaan. Nämä haastateltavat olivat vielä niin virkeässä kunnossa, että se oli heillä mahdollista. Eräs pariskunta kertoi oleskelevansa lähes joka talvi muutaman kuukauden Espanjan aurinkorannikolla. Tämän lisäksi he eivät juurikaan matkustelleet muutamia risteilyjä lukuun ottamatta. Kuviossa yksi on esitetty kaikkien haastateltavien suosituimmat matkailumuodot. Jokainen vastaaja mainitsi ainakin yhden muodoista. Selvästi suosituimmat olivat risteilyt ja valmispaakettimatkat.



Kuvio 1: Suosituimmat matkailumuodot (n = 30)

Kaikkien haastateltavien matkakumppanina toimi pääasiassa oma puoliso tai hyvä ystävä. Tämän hyvänä puolena haastateltavat totesivat samanhenkisyyden. Lomamatkoilla ei tullut juurikaan riitoja, koska matkakumppanit olivat tunteneet toisensa jo kauan ja tiesivät toistensa tavoista ja kiinnostuksen kohteista. Myös perheen, eli lasten ja lastenlapsien kanssa matkustaminen oli suosittua. Perheet halusivat yhteistä aikaa toistensa kanssa. Tämän matkustusmuodon hyvänä puolena haastateltavien mielestä oli se, että oli mukava viettää aikaa perheen kesken ja lomalla tulee ehkä tehtyä asioita, mitä ei normaalisti tulisi niinkään tehtyä.

Tietokoneen ja internetin käytöstä kysyttäessä kaikki haastateltavat kertoivat käyttävänsä tietokonetta ja internetiä johonkin asiaan. Pääasialliset käyttötarkoitukset olivat sähköposti ja verkkopankki. Kuitenkin moni käytti internetiä myös tiedon etsintään ja uutisten lukemiseen. Sosiaalisen median käyttö oli vähäistä. Vain kahdeksan henkilöä 30 henkilöstä käytti Facebookia säännöllisesti. Internetiä käytettiin pääasiassa kotona ja kirjastossa. Kaikilla haastateltavilla kahta lukuun ottamatta oli kotona käytössä internet. Matkapuhelimessa internet oli käytössä vain kahdella haastateltavalla.

Tutkimuksen mukaiseen käyttötarkoitukseen internetiä haastateltavista edes jossain määrin käytti 25 henkilöä, joita on sitten tarkemmin haastateltu opinnäytetyön tutkimuskysymystä varten. Heillä oli kaikilla kotona käytössä internetyhteys.

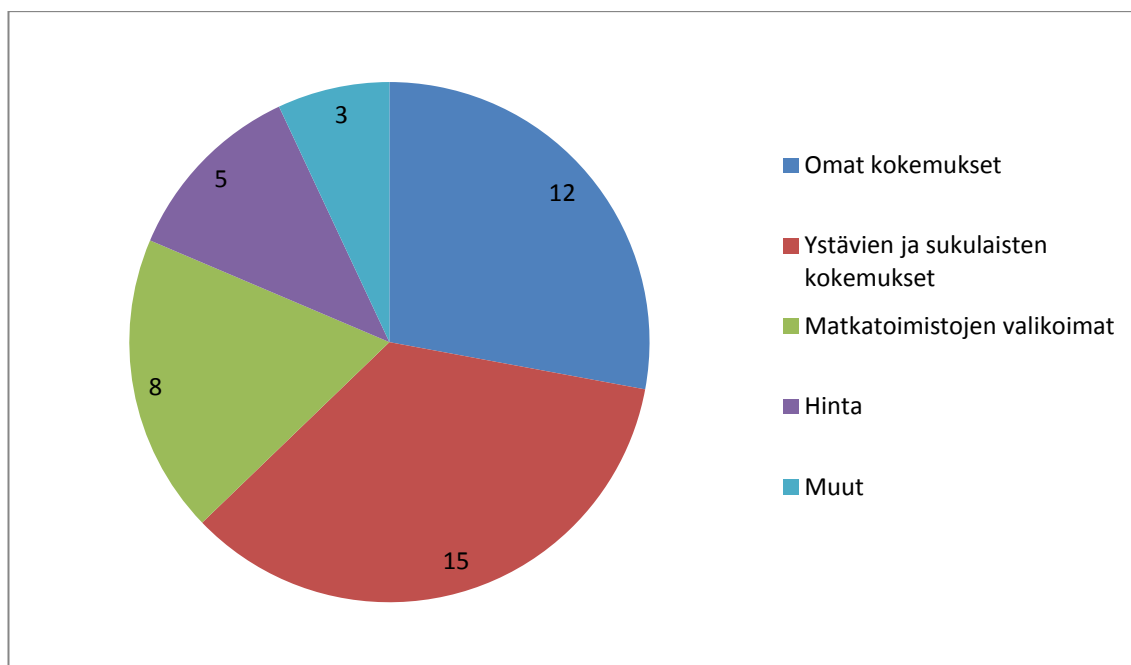
Eniten internetiä käytettiin matkan suunnittelussa ja varaamisessa. Syiksi sanottiin palvelujen siirtyminen internetin puolelle ja tietynlainen helppous, kun ei tarvitse lähteä kotoa pois.

Vaikka toisaalta kotoa ei tarvitse nykyään enää poistua, niin moni kaipasi edelleen matkatoimistojen painettuja matkaoppaita, jotka ovat pääasiassa siirtyneet jo historiaan. Painetusta lehtisestä oli haastateltavien mukaan helpompi verrata erilaisia vaihtoehtoja ja hintoja kuin mitä internetistä matkatoimistojen sivuilta nykyään. Osa kertoi edelleen hakevansa vielä jäljellä olevia painettuja matkaoppaita kioskilta, jotta voisi rauhassa kotisohvalla selailla. Hekin kertoivat kyllä sitten varaavansa matkansa internetin puolelta.

Moni haastateltava ikävöi myös itse varsinaisten kivijalkamatkatoimistojen perään. Nekin ovat kaikonneet katukuvasta lukuun ottamatta aivan suurimpia kaupunkeja. He kertoivat, että olisi mukavaa kun voisi edelleen asioida matkatoimistovirkailijan kanssa ihan kasvotusten, mutta koska kotikaupungissa ei enää toimistoja ole jäljellä, niin varaukset on pakko tehdä internetissä.

5.1 Internetin käyttö ennen matkaa

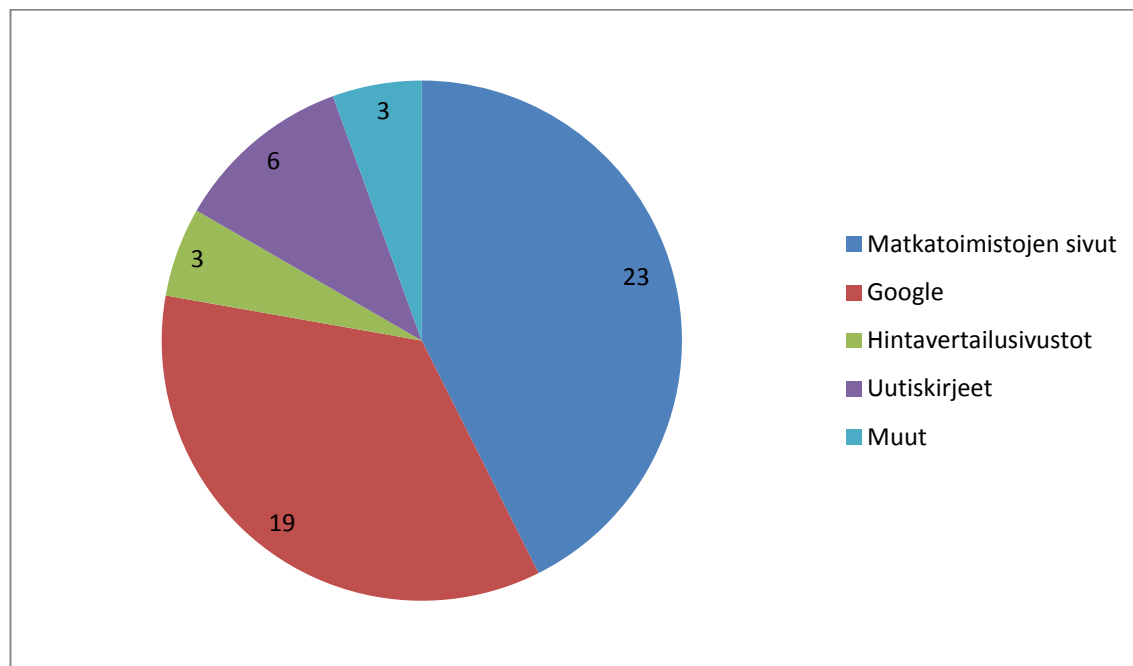
Matkakohteen päättämiseen vaikuttavista tekijöistä tärkeimmät olivat omat kokemukset, ystävien ja sukulaisten kokemukset sekä matkatoimistojen valikoima. Myös hinnalla oli monelle merkitystä. Muita syitä olivat muun muassa kuvat kohteesta. Nämä tekijät on havainnollistettu kuviossa kaksi. Jokainen haastateltava mainitsi vähintään yhden tekijän.



Kuvio 2: Tärkeimmät matkakohteen päättämiseen vaikuttavat tekijät (n = 25)

Internetin tärkeimmiksi idea- ja tietolähteiksi sanottiin lähes poikkeuksetta suomalaisten matkatoimistojen internetsivut. Näiden sivujen pohjalta myös usein päätettiin tuleva matkakohte. Vastaajien mielestä näiltä sivuilta sai hyvin monipuolisesti tietoa itse kohteesta, että

kohteen säästä, nähtävyyksistä, retkistä ja aktiviteeteista. Sivuilta löytyi myös houkuttelevia kuvia sekä matkakohteiden kartat. Muita tärkeitä tietolähteitä olivat muun muassa Googlen kautta tekemät haut jo valmiiksi mietityistä matkakohteista, hintavertailusivustot ja sähköpostiin tulleet uutiskirjeet. Tärkeimpiä internetin idea- ja tietolähteitä on havainnollistettu kuviossa kolme.



Kuvio 3: Tärkeimmät idea- ja tietolähteet internetissä (n = 25)

Valmiiksi mietityn matkakohteen tiedonhakuun käytettiin poikkeuksetta Googlen hakupalvelua matkatoimistojen internetsivujen ohella. Tietoa haettiin muun muassa tulevasta lomakohteesta ja tulevan lomakohteen säästä, nähtävyyksistä, aktiviteeteista, retkistä, ravintoloista ja etäisyyksistä.

Omatoimimatkaajat kertoivat tutkivansa välillä myös lentojen hintavertailusivustoja, joiden perusteella he valitsivat matkakohteensa hinnan mukaan. He saattoivat tutkia hintoja myös johonkin tiettyyn kohteeseen. He kertoivat välillä lähtevänsä matkalle matkustamisen ilosta, jolloin kohteella ei niinkään ollut väliä. Kunhan sinne vain pääsi edullisesti. Toisinaan taas oli mielessä jo valmiiksi lomakohte, johon tutkittiin parhaimmalla hinta-laatusuhteella lentoja. Omatoimimatkaajat myös tutkivat tarkoin hotelleja internetistä ennen hotellin varaamista. Sijainti ja hotellin varustelu oli tärkeää.

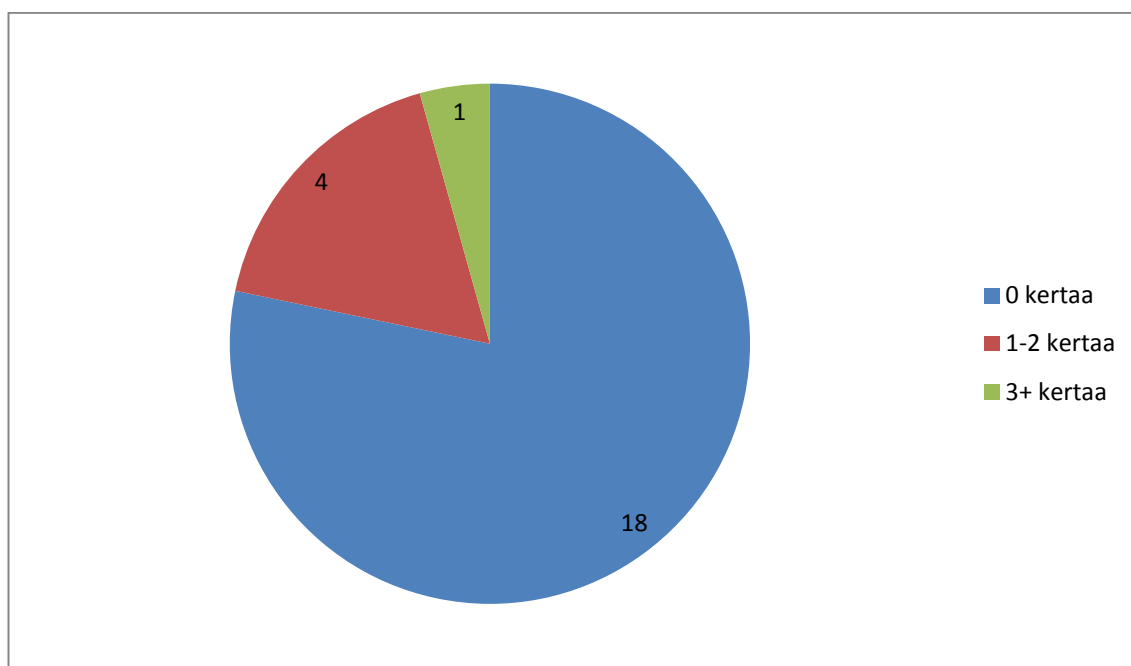
Vastaajista kaikki kertoivat varaavansa matkan internetin välityksellä, ainakin useimmiten. Kaikki vastaajat olivat varanneet matkoja tunnettujen suomalaisten matkatoimistojen internetsivuilta. Risteilymatkat puolestaan varattiin suoraan Viking Linen tai Tallink Siljan internetsivuilta tai MatkaVekan internetsivuilta. Muutama vastaaja kertoi myös varaavansa pelkkiä

lentoja tai hotelleja internetin välityksellä. Näitä varattiin usein ebookers.fi:stä, josta voi varata sekä lentoja että hotelleja. Hotellien varaukseen käytettiin myös hotels.com:ia.

Matkan varauksen jälkeen kaikki vastaajat kertoivat vielä etsivänsä lisää tietoa tulevasta kohteesta internetistä. Haluttiin tietää etukäteen kohteen nähtävyyksistä, ravintoloista ja aktiviteeteista.

5.2 Internetin käyttö matkan aikana

Matkan aikana internetiä ei käyttänyt monikaan vastaaja. Vain viisi vastaajaa kertoi käyttävänsä silloin tällöin internetiä matkan aikana. Tätä on havainnollistettu kuviossa neljä. Näissäkään tapauksissa sitä ei käytetty useimmiten kuin kerran tai pari matkan aikana. Virkeämmässä kunnossa olevat, myös omatoimimatkailua harrastavat, käyttivät enemmän internetiä matkan aikana kuin he, jotka kävivät vain pakettimatkoilla.



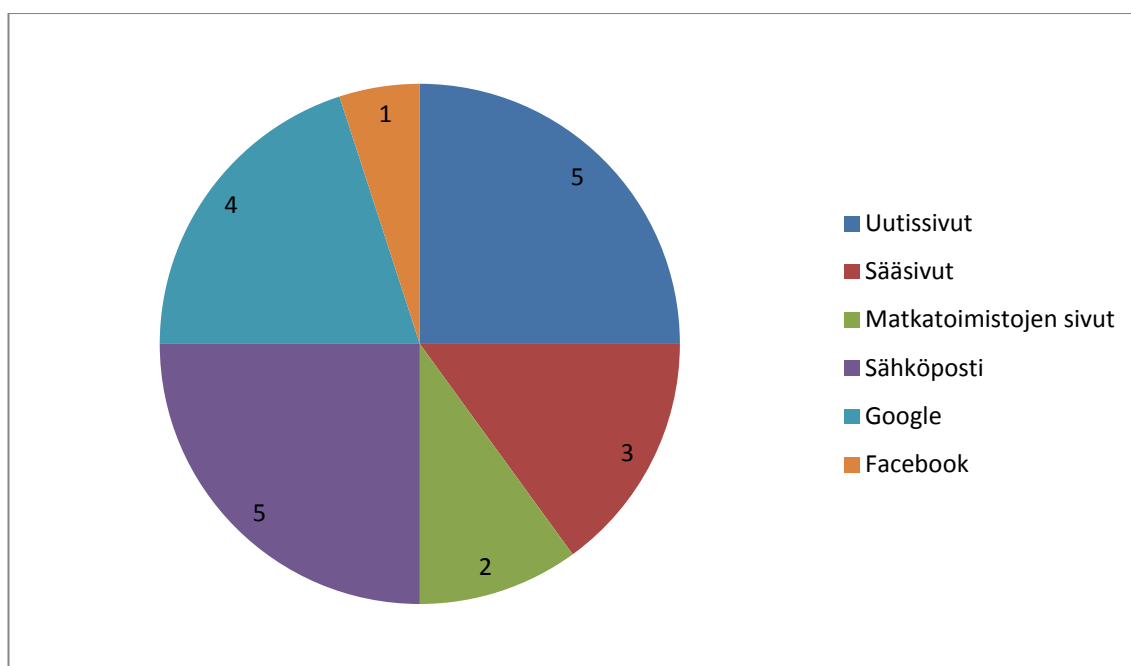
Kuvio 4: Internetin käyttö lomamatkalla (n = 23)

Internetiä käytettiin matkan aikana useimmiten hotellissa hotellin asiakkaiden käyttöön varatulla tietokoneella. He kaksi, jotka omistivat älypuhelimien, kertoivat käyttävänsä internetiä puhelimesta. Kannettavaa tietokonetta ei otettu matkoille mukaan. Internet-kahviloita ei käyttänyt kukaan vastaajista.

Matkan aikana internetiä käytettiin yleisimmin sähköpostin tarkistamiseen ja kotimaan uutisten lukemiseen. Haluttiin olla perillä kotimaassa tapahtuvista asioista. Loman loppupuolella

alkoi myös kotimaan sää kiinnostaa. Myös lomakohteesta haettiin tietoa ja tutkittiin kohteen karttaa. Vain kolme vastaajaa kertoi käyvänsä Facebookissa myös loman aikana.

Suosituimmaksi sivustoiksi matkan aikana nousivat sähköposti ja uutis- ja sääsivut. Kartan katsomiseen käytettiin Googlen karttapalvelua ja muutenkin sanahakuja tehtiin Googlen kautta. Ääniä saivat myös Facebook ja matkatoimistojen internetsivut. Kuviossa viisi on kuvannollistettu suosituimpien internetsivujen jakaantuminen. Jokainen internetiä matkan aikana käyttävä mainitsi ainakin yhden sivuston.



Kuvio 5: Suosituimmat internetsivut matkan aikana (n = 7)

Yleisesti ottaen matkan aikana internetiä käytettiin todella vähän. Lomalla haluttiin keskittyä enemmän lomailuun ja siihen liittyviin aktiviteetteihin kuin internetissä surffailuun. Internetin käyttö loman aikana oli enemmän välttämätön paha kuin ajanvietettä.

5.3 Internetin käyttö matkan jälkeen

Kaikki vastaajat kertoivat ottavansa matkojensa aikana valokuvia. Kaikilla oli siihen tarkoitukseen sopiva digikamera. Matkan jälkeen vastaajat kertoivat siirtävänsä itse tai jonkun avustuksella valokuvat kamerasta omalle tietokoneelle.

Matkakuvia ei ladattu internetiin. Muutama Facebookin käyttäjä saattoi silloin tällöin lisätä pari kuvaa sinne. Sähköpostin välityksellä kuvia saatettiin lähettää sukulaisille tai ystäville. Muuten kuvia katsottiin ja näytettiin silloin, kun vastaajat saivat vieraita kotiinsa. Kuvien myötä oli mukava palata mielessä hauskaan lomamatkaan.

Matkakokemuksia jaettiin ystävien ja sukulaisten kanssa lähinnä kasvotusten, puhelimitse tai sähköpostin avulla. Facebookin käyttäjät kertoivat kirjoittavansa jotain matkaan liittyvää myös sinne. Muuten kukaan vastaajista ei ollut kirjoittanut matkakokemuksistaan internetiin.

Palautetta matkan jälkeen annettiin pakettimatkoista matkatoimistojen internetsivujen palautelomakkeella tai sähköpostilla. Kaikki eivät kuitenkaan palautetta koskaan jättäneet, eivätkä heidän ketkä sitä jättivät, jättäneet sitä aivan joka lomamatkan jälkeen. Risteilyistä aniharva kertoi jättäneensä palautetta. Omatoimimatkaajatkaan eivät olleet jättäneet palautetta tahoille, joiden kautta olivat lentonsa ja hotellinsa varanneet. Palautetta jätettiin sekä positiivisessa että negatiivisessa mielessä. Vastaajat kertoivat antavansa palautetta myös lomamatkan aikana tarpeen niin vaatiessa. Muuten palautetta jätettiin heti matkalta palaamisen jälkeen.

Suosikkisivustoja matkalta palaamisen jälkeen olivat edelleen matkatoimistojen internetsivut. Niiden kautta annettiin palautetta lomamatkasta. Matkatoimistojen internetsivuilla myös mietittiin jo uutta lomamatkaa.

6 Johtopäätökset

Haastatteluiden tuloksista kävi ilmi, että haastateltavat käyttivät eniten internetiä ennen matkaa, kuin matkan aikana tai matkan jälkeen. Nykypäivänä internet tarjoaa runsaasti eri vaihtoehtoja loman suunnitteluun ja varaukseen. Henkilö voi valita itse käyttääkö valmismatkatoimistoa vai haluuako räätälöidä matkansa kokonaan itse. Molemmissa vaihtoehdoissa mahdollisuuksia on paljon.

Valmismatkatoimistojen lisäksi internet sisältää suuren määrän erilaisia hintavertailusivustoja, lentojen varaussivustoja, hotellien varaussivustoja jne. Näiden lisäksi jokaisen lento- ja laivayhtiön internetsivuilta voi varata suoraan matkalippuja. Myös lähes jokaisen hotellin omalla internetsivulla on sama mahdollisuus.

Matkan suunnittelussa hakukoneilla, etenkin Googlella, on erittäin suuri merkitys. Haastateltavat kertoivat käyttävänsä Googlea tiedon hakemiseen. Googlea käytettiin tiedonhakuun sekä ennen matkaa että matkan aikana, mutta käyttö ennen matkaa oli selvästi yleisempää. Googlen kautta haettiin tietoa muun muassa matkakohteen säästä, aktiviteeteista, ravintoloista ja etäisyyksistä. He käyttivät myös Googlen karttapalvelua tutkiessaan lomakohteen karttaa ja etäisyyksiä.

Googlea käytettiin myös ikään kuin väliporttina muille tunnetuille sivuille. Esimerkiksi Googlen kautta menttiin tunnettujen suomalaisten matkatoimistojen sivuille. Tämä tuotti hankaluuksia haastatteluita tehdessä, koska muistettiin että Googlea on käytetty, mutta sitä lopulta vierailtua sivua ei muistettu.

Matkan aikana haastateltavat eivät juurikaan internetiä käyttäneet, mikä johtui siitä, että lomalla haluttiin olla lomalla, eikä internet jaksanut kiinnostaa. Hekin jotka sitä käyttivät, käyttivät enimmäkseen vain kerran tai kaksi loman aikana. Ulkomailla internetissä luettiin enimmäkseen kotimaan uutisia ja tutkailtiin kotimaan säätä. Vastaajien mukaan se johtui mielenkiinnosta kotimaan tapahtumiin ja haluttiin varautua säähän, joka heitä kotimaassa odottaa.

Matkan jälkeen internetin käyttö oli vähäistä. Sitä käytettiin lähinnä mahdollisen palautteenantoon. Tosin sitä ei kaikkien matkojen jälkeen jätetty. Usein sitä jätettiin jos jokin oli todella huonosti tai jokin oli todella hyvin. Kaikki vastaajat olivat edes kerran jättäneet palautetta.

Matkakokemuksien jakaminen internetissä sähköpostia lukuunottamatta oli olematonta. Myöskään matkavalokuvia ei jaettu internetissä. Siihen ei ollut tarvetta tai mielenkiintoa. Kovin moni seniori-ikäinen ei välttämättä jaksaa enää opetella käyttämään uusia internetipalveluja, sillä oppiminen on jo hitaampaa kuin nuoremmilla. Vastaajat kertoivat olevansa kiinnostuneita Tripadvisorin kaltaisista vinkkipankeista, jonne he voisivat kirjoittaa lomamatkoistaan ja jakaa myös valokuvia. Heistä olisi myös mukava lukea toisten samanikäisten ja miksei muidenkin matkakokemuksia. Monet tämänkaltaiset sivustot ovat englanninkielisiä, joten kielitaidon puute koettiin ongelmallisena.

Pakettimatkoja suosivat käyttivät matkatoimistojen internetsivuja kaikissa matkaprosessin vaiheissa. Nykypäivänä matkatoimistot ovat siirtäneet kaiken tiedon ja palvelut internetiin. Sivuille on koottu hyvin kattavasti sekä matkakohteiden plussat ja miinukset, kartat, vinkit ja suositukset että hintatiedot, varausmahdollisuudet ja yhteydenotto- ja palautelomakkeet, joten tarvetta muille sivustoille ei ollut.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että tämän päivän suomalaiset seniorit elävät aktiivista elämää matkustellen usein. Runsasta vapaa-aikaa arvostetaan, kun voi tehdä sellaisia asioita mistä pitää ja mitkä kokee tärkeiksi. Osa senioreista on erittäin virkeässä kunnossa, mikä edesauttaa aktiivista elämäntapaa. Osalla kuitenkin liikkuminen on jo lievästi heikentynyt, joten sosiaalinen elämä ei enää ole niin vilkasta kuin aiemmin on ollut.

Kävi ilmi myös, että tämän päivän suomalaiset seniorit ovat tietokoneen ja internetin peruskäyttäjiä. He käyttävät sitä usein ja osaavat käyttää monipuolisesti internetin peruspalveluita kuten uutissivuja, sääsivuja, sähköpostia, tiedonhakua ja verkkopankkia. Muut internetin mahdollisuuden voivat kiinnostaa, mutta oppiminen on jo hitaampaa ja voi olla omatoimisesti vaikeaa. Vastajaat käyttivät internetiä matkatoiminnoissa kuitenkin suhteellisen monipuolisesti.

Matkatoimistojen internetsivuissa olisi vastaajien mielestä kehittämisen varaa. Monet kertoivat niiden olevan sekavia. Sivuilla on niin paljon tietoa, että oikean asian löytäminen sivuilta saattaa viedä paljonkin aikaa. Itse varaamisen kerrottiin kuitenkin olevan suhteellisen helppoa, kunhan ensin on löytänyt oikean kohdan. Internetsivustoja tehtäessä ja päivittäessä tulisi perehtyä kunnolla tämän kasvavan kohderyhmän tarpeisiin, jotta sivustoista saataisiin mahdollisimman selkeitä ja helppokäyttöisiä.

Senioreiden sosiaalinen elämä olisi entistä aktiivisempaa, jos he tulisivat tutuiksi internetin laajaan maailmaan ja sen moniin mahdollisuuksiin. Sosiaalisen median käyttötaito voisi tuoda heidän elämäänsä uutta sisältöä. Tulisi siis miettiä, miten seniorit saataisiin käyttämään enemmän sosiaalista mediaa elämässään.

Tässä tutkimuksessa haastateltavat olivat pääkaupunkiseudulta, Keravalta ja Tikkurilasta. Olisi ehkä aiheellista myös tutkia, miten paikkakunta vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin vai onko sillä ollenkaan merkitystä. Tämän takia tutkimuksen laadun arviointi hieman kärsii. Kuitenkin tutkimuksessa on saatu riittävästi tietoa pääkaupunkiseudun tilanteesta, koska haastatteluaineisto alkoi toistamaan itseään.

Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa miten seniorit käyttävät jo olemassa olevia matkailuun liittyviä palveluita omassa lomamatkailussaan. Tutkimuksessa ei kuitenkaan käynyt ilmi, miten senioreiden näkökulmasta nykyisiä internetin tarjoamia matkapalveluita voisi kehittää, jotta ne vastaisivat paremmin heidän tarpeitaan ja mahdollisuuksiaan. Voitaisiin myös miettiä minkälaisesta tarjonnasta ja minkälaisista matkailuun liittyvistä palveluista oltaisiin kiinnostuneita, jotta osattaisiin luoda juuri heille sopivia ja helppokäyttöisiä vaihtoehtoja. Nämä tutkimukset auttaisivat entisestään AHEAD-hankkeen päämääränä olevan mobiilisovelluksen kehittämistä.

Lähteet

Aaltola, J. & Valli, R. 2007. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. 2. korjattu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Aaltola, J. & Valli, R. 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. 3. uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Aaltola, J. & Valli, R. 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. 3. uudistettu ja täydennetty painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Heikkinen, E. & Rantanen, T. 2008. Gerontologia. 2. uudistettu painos. Keuruu: Otava.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjota. 15.-16. painos. Helsinki: Tammi.

Laine, M. 2011. Mummo ja vaari verkkoon. Keuruu: Otava.

Metsämuuronen, J. 2003. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 2. uudistettu painos. Jyväskylä: Gummerus.

Ronkainen, S., Pehkonen, L., Lindblom-Yläne, S. & Paavilainen, E. 2011. Tutkimuksen voimasanat. Helsinki: WSOY.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 10. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Verhelä, P. 2000. Matkatoimistopalvelut. Helsinki: Edita.

Sähköiset lähteet

d'Alte, M. & Lassila, R. 2013. Verkkokauppiaksi ikääntyneille. Viitattu 3.5.2014. <http://www.kolmas.fi/kohderyhmassa-tapahtuu/verkkokauppiaksi-ikaantyneille/>

Eläkeläisistä on tullut vaativia matkustajua. 2012. Eläkeläisten uutiset. 23.3.2012. Viitattu 7.11.2013. <http://www.elakelaistenuutiset.fi/index.php/matkailujamokkeily/ulkomaan-matkailu/196-vaativia-matkustajia.html>

Enter Ry. Internetsivut. Viitattu 2.5.2014. <http://www.entersenior.fi/>

Juntunen, R. 2013. Kolmas ikä - Mahdollisuus?. Seniorinfo. Viitattu 3.5.2014. <http://seniorinfo.fi/kolmas-ika/>

Kaupan liitto. 2014. Viroon mennään yhä useammin päivän ostosmatkoille. Viitattu 29.4.2014. http://www.kauppa.fi/ajankohtaista/tiedotteet/viroon_mennaan_yha_useammin_paivan_ostosmatkoille_24120

Lassila, R. 2012. Vanhusten valtakunta. Viitattu 3.5.2014. <http://www.kolmas.fi/kohderyhmassa-tapahtuu/vanhusten-valtakunta/>

Lignell, A. 2013. Palvelu ja sosiaaliset suhteet vievät kivijalkakauppaan. Viitattu 3.5.2014. <http://www.kolmas.fi/kohderyhmassa-tapahtuu/palvelu-ja-sosiaaliset-suhteet-vievat-kivijalkakauppaan/>

Lignell, A. 2013. Senioreiden kokemuksia nettishoppailusta. Viitattu 3.5.2014.
<http://www.kolmas.fi/kohderyhmassa-tapahtuu/senioreiden-kokemuksia-nettishoppailusta/>

Matkailu.org. eMatkailu. Viitattu 29.4.2014. <http://www.matkailu.org/tutkimukset/tietoa-teemoittain/e-matkailu>

Puhakka, R. 2011. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä. Lahden ammattikorkeakoulu. Tulevaisuuden matkailijat -projekti. Viitattu 7.11.2013.
http://www.lamk.fi/tuleva/esittely/Documents/Tuleva_trendit_2030_FINAL.pdf

Rantapallo. 2012. Verkossa miljardien markkinat - yli kolmannes suomalaisten verkkokaupasta matkailua. Viitattu 9.1.2014. <http://www.rantapallo.fi/matkailu/verkossa-miljardien-markkinat-yli-kolmannes-suomalaisten-verkkokaupasta-matkailua/>

Raulos, H. 2013. Halutaan ostaa elämäämme sopivia palveluja. Viitattu 3.5.2014.
<http://www.kolmas.fi/kohderyhmassa-tapahtuu/halutaan-ostaa-elamaamme-sopivia-palveluja/>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 20.12.2013.
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>

STT. 2011. Paperiset matkaesitteet hyllyillä harvenevat. Savon Sanomat. 22.8.2011. Viitattu 7.11.2013. <http://www.savonsanomat.fi/uutiset/kotimaa/paperiset-matkaesitteet-hyllyilla-harvenevat/1009262>

Tilastokeskus. 2012. Suomalaisten matkailu. Viitattu 9.1.2014.
http://tilastokeskus.fi/til/smat/2012/smat_2012_2013-04-18_tie_001_fi.html?ad=no

Tilastokeskus. 2013. Väestölaskenta. Viitattu 2.11.2013
<http://www.stat.fi/tup/vl2010/index.html>

Tilastokeskus. 2013. Yli neljäsosa 75-89 vuotiaista käyttää internetiä. Viitattu 27.12.2013.
http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2013/sutivi_2013_2013-11-07_tie_001_fi.html

Vuorimaa, P. 2012. Digitaalinen media. Luentomateriaali. Mediatekniikan laitos. Viitattu 21.12.2013. <http://www.cse.tkk.fi/fi/opinnot/T-110.1100/2012/luennot-files/Multimedia.pdf>

World Health Organization. 2002. Active Ageing: A Policy Framework. Viitattu 2.5.2014.
http://www.who.int/ageing/active_ageing/en/

Julkaisemattomat lähteet

Kaartti, V. 2013. AHEAD Training high tech seniors for for discovery. Presentation material. Laurea University of Applied Sciences Leppävaara. Espoo.

Lifelong Learning Programme. 2013. Detailed description of the project: Training high tech seniors for discovery.

Kuviot

Kuvio 1: Suosituimmat matkailumuodot	19
Kuvio 2: Tärkeimmät matkakohteen päättämiseen vaikuttavat tekijät	20
Kuvio 3: Tärkeimmät idea- ja tietolähteet internetissä	21
Kuvio 4: Internetin käyttö lomamatkalla	22
Kuvio 5: Suosituimmat internetsivut matkan aikana	23

Liitteet

Haastattelukysymykset 31

Haastattelukysymykset

1. Käytätkö tietokonetta ja internetiä? Missä ja miten?
2. Onko puhelimessa tai kotona käytössä internetiä?
3. Kuinka usein matkustat?
4. Kenen kanssa useimmiten matkustat?
5. Käytätkö internetiä matkan suunnittelussa, varaamisessa, palautteen antamisessa tai jossain muussa matkailuun liittyvässä asiassa? Miksi?
6. Minkä tyyppisiä matkoja useimmiten teet, millainen on tyypillinen lomamatkasi?

Ennen matkaa

1. Kuvittele tilanne, jossa olet juuri päättänyt lähteä matkalle. Mitkä eri lähteet vaikuttavat eniten matkakohteen päättämiseen? (*Internet, omat kokemukset, ystävien ja sukulaisten kokemukset, matkaesitteet, mainokset, hinta, opaskirjat, matkamessut, tv-sarjat, matkatoimistot..*)
2. Mitkä ovat tärkeimmät idea- ja tietolähteesi internetissä jotka vaikuttavat matkakohteen päättämiseen? (*Hintavertailusivustot, hakukone, internetin matkatoimistot, sääsivut, sosiaalinen media, lentoyhtiöiden sivut, kartat, videot, valokuvat, keskusteluforumit, matkailublogit, sähköpostiin tulleet tarjoukset ja uutiskirjeet, turistitoimistojen internetsivut..*)
3. Kuvittele tilanne, jossa olet juuri päättänyt lähteä matkalle ja päätät etsiä tietoa internetistä. Mitä teet ensimmäiseksi?
4. Kuvittele edelleen sama tilanne. Millä hakusanoilla haet tietoa esimerkiksi Googlestä?
5. Mitkä ovat suosikkisivustosi internetissä suunniteltaessa matkaa?
6. Varaatko matkan internetin kautta? Miten?
7. Kuvittele tilanne, jossa olet jo varannut matkan. Käytätkö internetiä vielä tämän jälkeen matkasi suunnitteluun? Miten? (*Tietoa matkakohteesta, aktiviteetit, nähtävyydet, ravintolat..*)

Matkan aikana

1. Käytätkö internetiä matkan aikana? Miten? (*Blogi, matkapäiväkirja, kartta, tiedonhaku, some, sähköposti..*)
2. Käytätkö omaa tietokonetta/puhelinta internetin käyttöön vai menetkö Internet-kahvilaan?
3. Mitkä ovat suosikkisivustosi internetissä matkan aikana?

Matkan jälkeen

1. Lataatko tai jaatko valokuvia matkaltasi matkan jälkeen internetissä? Miten, missä?
2. Jaatko matkakokemuksiasi internetissä matkan jälkeen? Miten, missä?
3. Annatko palautetta internetissä matkastasi matkan jälkeen? Miten, milloin ja kenelle?
4. Mitkä ovat suosikkisivustosi internetissä matkan jälkeen?

Lopuksi

7. Onko jotain muuta mitä tulee mieleen matkaa ennen, sen aikana tai sen jälkeen?