

Suomalaisetko järkeviä?

10.1.2024 12.30

Suomalaiset matkustavat silloin, kun siihen on varaa ja aloittavat matkan suunnittelun hyvissä ajoin. Lasten lomatoiveet sen sijaan näyttävät Suomessa kaikuvan kuuroille korville.

Matkahakukone momondo.fi selvitti kansainvälisessä kyselyssään matkojen suunnittelua aina matkakohteen valinnasta suunnitteluajankohtaan.

Suomalaiset eivät haikaile lomamatkojen perään turhaan, sillä yli neljäsosa vastanneista kertoi tarkastelevansa matkahintoja ainoastaan suunnitellessaan lomamatkaa. Taloudellinen tilanne vaikuttaa matkojen suunnitteluun, sillä lähes viidesosa vastaajista kertoi tarkastelevansa hintoja oman taloutensa ollessa kunnossa, kun huonossa taloustilanteessa matkaa suunnitteli vain neljä prosenttia. Kahdeksan prosenttia vastaajista selailee hintoja huonolla säällä, ja peräti kuusi prosenttia tekee niin töissä.

Suomalaiset suunnittelevat matkaansa pitkään, kiinalaiset joskus vain viikon.

Kolmasosa suomalaisista suunnittelee lomaansa harkiten, eli parikolme kuukautta etukäteen. Viidesosa aloittaa suunnittelun vielä aikaisemmin, eli jopa puoli vuotta ennen matkaa. Vajaa viidennes luottaa viime hetken ideoihin ja aloittaa suunnittelun kuukautta aikaisemmin.

Esimerkiksi kiinalaiset ovat matkasuunnitelmissaan suomalaisia paljon impulsiivisempia, sillä lähes neljäkymmentä prosenttia heistä ilmoittaa suunnittelevansa matkan vasta kuukautta ennen, ja vajaa kolmekymmentä vasta 1–3 viikkoa etukäteen.

Britit sen sijaan käyttävät eniten aikaa suunnitteluun: yli viidesosa heistä kertoo suunnittelevansa matkansa jo yli puoli vuotta etukäteen.

– Datamme perusteella edullisin aika varata lennot on keskimäärin 53 päivää ennen reissua. Suomalaiset ovat sisäistäneet tämän tiedon, sillä suosituin hetki matkan suunnittelulle on juuri kahdesta kolmeen kuukautta ennen matka-ajankohtaa, huomauttaa momondon **Petteri Jalonen**.

– Toki suunnittelun voi myös aloittaa aiemminkin, kuten moni suomalainen tekeekin, jolloin hintoja ehtii vertailla pidemmällä aikavälillä ja on helpompi valita itselle sopivin tarjous.

Mainonta inspiroi matkan suunnittelijaa enemmän kuin mobiiliapplikaatiot.

Kahdeksan kymmenestä suomalaisesta hakee matkailuinspiraatiota netin matkailusivuilta ja omasta lähipiiristä. Sen sijaan matkailuaiheiset mobiiliapplikaatiot eivät ole teknologian ihmemaanakin tunnetussa Suomessa saavuttaneet suosiota, sillä vain viisi prosenttia suomalaisista myönsi käyttävänsä näitä inspiraation lähteenä.

Kiinassa taas mobiiliapplikaatioista inspiroitui jopa yli kolmasosa vastanneista. Muihin maihin verrattuna suomalaiset löytävät suhteellisen paljon matkailuinspiraatiota mainonnasta, sillä reilu viidennes tunnusti innostuvansa niistä. Ainoastaan turkkilaiset myönsivät inspiroituvansa mainonnasta suomalaisia enemmän.

Varsinaisessa lomasuunnittelussa suomalaiset ovat kuitenkin verrattain itsenäisiä, sillä kyselyyn vastanneista 88 prosenttia kertoi päättävänsä itse matkakohteensa. Ainoastaan espanjalaiset, kiinalaiset ja saksalaiset ovat kyselyn perusteella suomalaisia itsenäisempiä.

Vain reilut kymmenen prosenttia suomalaisista kertoi kuuntelevansa lastensa toiveita matkakohteiden suhteen, kun taas noin neljäsosa sekä kiinalaisista että turkkilaisista huomioi myös lastensa toiveet.

Matkahakukone momondo toteutti kyselyn ihmisten matkailutottumuksista ja matkailun trendeistä online-tutkimuksena Cint-paneelin kautta alkuvuodesta. Kyselyyn osallistui 1 006 iältään 18–65-vuotiasta suomalaista.

Suomen lisäksi kysely toteutettiin neljässätoista muussa maassa: Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, Saksassa, Hollannissa, Italiassa, Espanjassa, Ranskassa, Portugalissa, Iso-Britanniassa, Venäjällä, Yhdysvalloissa, Turkissa ja Kiinassa.