

Raportti

12/2019

Saana Leppäkoski
Peppiina Salmivaara

TURUN SEUDUN MATKAILIJATUTKIMUS 2019

TURKU AMK 
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

SISÄLTÖ

| | |
|--|----------|
| 1 JOHDANTO | 5 |
| 2 TULOKSET | 7 |
| 2.1 Matkailijan profiili | 7 |
| 2.1.1 Sukupuoli | 7 |
| 2.1.2 Kansalaisuus | 8 |
| 2.1.3 Tämän hetkinen kotimaakunta | 10 |
| 2.1.4 Ikä | 10 |
| 2.1.5 Matkojen määrä Turun seudulle viimeisen vuoden aikana | 12 |
| 2.1.6 Matkan kesto Turun seudulla | 13 |
| 2.1.7 Matkaseura | 15 |
| 2.1.8 Turun seutu kohteena | 16 |
| 2.2 Työntö- ja vetovoimatekijät | 18 |
| 2.2.1 Matkan tarkoitus | 18 |
| 2.2.2 Vetovoimatekijät | 21 |
| 2.3 Tiedonhakukanavat | 23 |
| 2.3.1 Tiedonhankinta ennakoon | 23 |
| 2.3.2 Tiedonhankinta majoituksesta | 25 |
| 2.4 Majoituspalvelut | 27 |
| 2.4.1 Majoitusvaihtoehtojen etsiminen ja käyttäminen | 27 |
| 2.4.2 Nimetyt majoitusyritykset | 29 |
| 2.4.3 Majoituspalveluiden kehitysehdotukset | 30 |
| 2.5 Muiden palveluiden etsiminen ja varaaminen | 31 |
| 2.5.1 Tiedon etsiminen etukäteen | 32 |
| 2.5.2 Varaus etukäteen | 33 |
| 2.5.3 Valitseminen paikan päällä | 35 |
| 2.6 Kokemukset | 37 |
| 2.6.1 Odotukset ylittäneet kokemukset | 37 |
| 2.6.2 Odotukset alittaneet kokemukset | 38 |
| 2.6.3 Mieleenpainuvimmat kokemukset | 39 |
| 2.6.4 Matkailijoiden kehitysehdotukset | 40 |
| 2.6.5 Kiinnostavat kokemukset syksyllä, talvella ja/tai keväällä | 42 |
| 2.7 Todennäköisyys matkailijan suositukselle | 43 |

LÄHTEET**45****KUVIOT**

| | |
|--|----|
| Kuvio 1. Sukupuoli. | 7 |
| Kuvio 2. Sukupuoli: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 8 |
| Kuvio 3. Kansalaisuus. | 9 |
| Kuvio 4. Kotimaakunta Suomessa. | 10 |
| Kuvio 5. Ikä. | 11 |
| Kuvio 6. Ikä: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 12 |
| Kuvio 7. Matkojen määrä Turun seudulle viimeisen vuoden aikana. | 13 |
| Kuvio 8. Matkojen määrä Turun seudulle viimeisen vuoden aikana: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 13 |
| Kuvio 9. Matkan kesto Turun seudulla. | 14 |
| Kuvio 10. Matkan kesto Turun seudulla: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 14 |
| Kuvio 11. Matkaseura. | 15 |
| Kuvio 12. Matkaseura: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 15 |
| Kuvio 13. Turun seutu kohteena. | 16 |
| Kuvio 14. Turun seutu kohteena: muut matkan tärkeimmät kohdealueet. | 17 |
| Kuvio 15. Turun seudun ollessa toissijainen kohde: mikä ensisijainen kohde. | 17 |
| Kuvio 16. Turun seutu kohteena: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 18 |
| Kuvio 17. Matkan tarkoitus. | 19 |
| Kuvio 18. Matkan tarkoitus: muut. | 20 |
| Kuvio 19. Matkan tarkoitus: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 20 |
| Kuvio 20. Vetovoimatekijät. | 21 |
| Kuvio 21. Vetovoimatekijät: muut. | 21 |
| Kuvio 22. Vetovoimatekijät: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 23 |
| Kuvio 23. Tiedonhankinta ennakkoon. | 24 |
| Kuvio 24. Tiedonhankinta ennakkoon: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 25 |
| Kuvio 25. Tiedonhankinta majoituksesta. | 26 |
| Kuvio 26. Tiedonhankinta majoituksesta: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 27 |
| Kuvio 27. Majoitusvaihtoehdot: etsi tietoa ja käytti. | 28 |
| Kuvio 28. Majoitusvaihtoehdot: etsi tietoa (suomalaiset vs. ulkomaalaiset). | 28 |
| Kuvio 29. Majoitusvaihtoehdot: käytti (suomalaiset vs. ulkomaalaiset). | 29 |
| Kuvio 30. Majoituspalveluiden parannusehdotukset. | 31 |
| Kuvio 31. Palvelut: etsi tietoa etukäteen. | 32 |
| Kuvio 32. Palvelut: etsi tietoa etukäteen (suomalaiset vs. ulkomaalaiset). | 33 |
| Kuvio 33. Palvelut: varasi etukäteen. | 34 |
| Kuvio 34. Palvelut: varasi etukäteen (suomalaiset vs. ulkomaalaiset). | 35 |
| Kuvio 35. Palvelut: valitsi paikan päällä. | 36 |
| Kuvio 36. Palvelut: valitsi paikan päällä (suomalaiset vs. ulkomaalaiset). | 37 |
| Kuvio 37. Odotukset ylittäneet kokemukset. | 38 |
| Kuvio 38. Odotukset alittaneet kokemukset. | 39 |
| Kuvio 39. Mieleenpainuvimmat kokemukset. | 40 |
| Kuvio 40. Matkailijoiden kehitysehdotukset. | 41 |
| Kuvio 41. Kiinnostavat kokemukset syksyllä, talvella ja/tai keväällä. | 43 |
| Kuvio 42. Kuinka todennäköisesti suosittelee Turun seutua. | 44 |
| Kuvio 43. Kuinka todennäköisesti suosittelee Turun seutua: suomalaiset vs. ulkomaalaiset. | 44 |

LIITTEET

Liite 1. Matkailijakysely

Liite 2. Turistenkät

Liite 3. Visitor survey

1 JOHDANTO

Turun seudun matkailijatutkimus päätettiin toteuttaa kesällä 2019 Turku Science Parkin toimeksiannosta, jotta saataisiin lisää tietoa Turun alueen matkailijoista. Tuloksia voidaan tulevaisuudessa käyttää Turun seudun matkailupalveluiden kehittämiseen. Tavoitteena kyselylle oli selvittää matkailijoiden motiiveja matkustaa Turun alueelle, mitä tiedonhakukanavia he suosivat etsiessään tietoa matkakohteesta sekä majoituspalveluista, minkälaiset muut palvelut kiinnostavat sekä millaiset ovat olleet matkailijoiden kokemukset. Tavoitekohderyhminä olivat sekä kotimaiset että erityisesti ulkomaalaiset vastaajat, jotka viiptyvät Turun alueella kauemmin kuin päivän.

Luodessamme kyselyn (ks. liite 1 – 3) rakennetta ja muotoa tutustuimme aiemmin tehtyyn Visit Finlandin Matkailijatutkimus 2018 -raporttiin. Kysymyksessä 2 valitsimme mainitun tutkimuksen mukaisesti kahdeksan maata, joista vuonna 2018 saapui eniten matkailijaa Suomeen. Kysymyksissä 9 ja 10 otimme matkailijatutkimuksesta samoja teemoja tutkiessamme Turun alueen vetovoimatekijöitä ja matkailijan syitä matkaansa. Tämän lisäksi lisäsimme omia vaihtoehtojamme aiheen laajempaa tarkastelua varten. Kysymyksessä 16 valitsimme vaihtoehtoihin samat palvelut, jotka esiintyivät Visit Finlandin tutkimuksen aktiviteettien osiossa. Teimme kyselylomakkeen suomeksi, jonka kielitoimisto käänsi ruotsiksi ja englanniksi.

Suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, joiden vastaukset esitetään tässä raportissa pylväskuvioina. Olemme sanallisesti tiivistäneet kuvioista tärkeimpiä havainnot kokonaistulosten näkökulmasta. Tämän lisäksi tarkastelemme erikseen suomalaisten ja ulkomaalaisten vastaajien vastauksia niiden kysymysten osalta, joissa on ollut valmiit vaihtoehdot. Avointen kysymysten osalta esittelemme kyselyn kokonaistulokset, joista kerromme oleelliset havainnot sanallisesti.

Vastausten kerääminen aloitettiin 3. heinäkuuta 2019 ja päätettiin 5. syyskuuta 2019. Vastauksia kerättiin siis noin 10 viikkoa. Suurin osa vastauksista saatiin jalkautumalla itse matkailijoiden suosimiin paikkoihin Turun alueella (Turun linna, Silja Linen autolähtöselvitys, Käsityöläismuseo, Muumimaailma, Turun lentoasema, Naantalin Vanhakaupunki, Silja Linen lähtöterminaali, Viking Linen lähtöterminaali, Turun jokivarsi). Näistä paikoista Turun linna osoittautui parhaaksi keräyspaikaksi, koska se vetosi parhaiten ulkomaisiin turisteihin. Sen sijaan Silja Linen autolähtöterminaali osoittautui parhaaksi

erityisesti ruotsalaisten matkustajien tavoittamiseen. Naantalin Muumimaailmasta tavoitettiin lapsiperheitä. Vastausten saamiseen vaikutti ajankohta. Esimerkiksi heinäkuussa kerääminen oli tehokkaampaa, sillä matkailijoita liikkui enemmän valitsemisamme keräilykohteissa elokuuhun verrattuna.

Jalkautumisen lisäksi muutamat yhteistyöyritykset jakoivat paperisia kyselylomakkeita tai linkkiä sähköiseen kyselyyn. Jaetun linkin kautta vastauksia saatiin noin 70 kappaletta. Yksi yhteistyöyrityksistä, Laivahostel S/S Bore, laittoi kyselylomakkeemme aulaansa esille ja lisäsi lomakkeita koko kesän ajan. Tämän yhteistyön kautta saimme eniten vastauksia; uskomme esillepanolla olleen suuri vaikutus asiaan. Scandic Plaza ja Scandic Julia jakoivat lähes kaikkiin huoneisiinsa yhden suomen- ja englanninkielisen kyselylomakkeen, jotka palautettiin hotellien vastaanottotiskillä olevaan laatikkoon. Scandic-hotelleista tuli vastauksia tasaisesti heinäkuun ajan, mutta elokuussa vastausten saanti loppui oletettavasti, koska lomakkeita ei enää ollut hotellihuoneissa. Muissa hotelleissa tai hostelleissa vastauslomakkeet oli jätetty esille vastaanottilaan ja näistä vastauksia saatiin paikasta riippuen viidestätoista nollaan vastausta. Yhteistyökumppaneiden kautta saimme erityisesti suomalaisia vastaajia.

2 TULOKSET

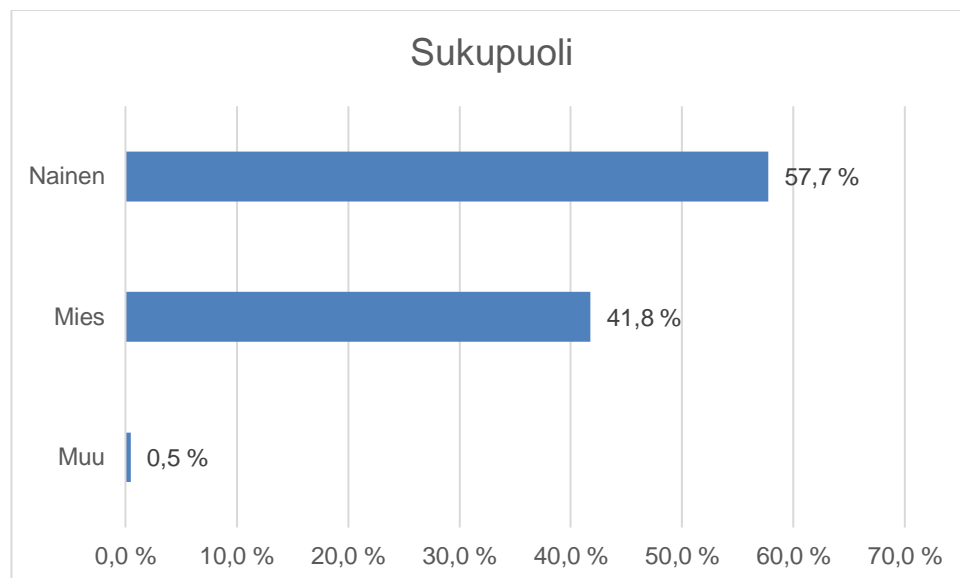
Vastauksia saatiin yhteensä 620 matkailijalta.

2.1 Matkailijan profiili

Tässä osiossa käsitellään matkailijakyselyn kysymykset 1-8.

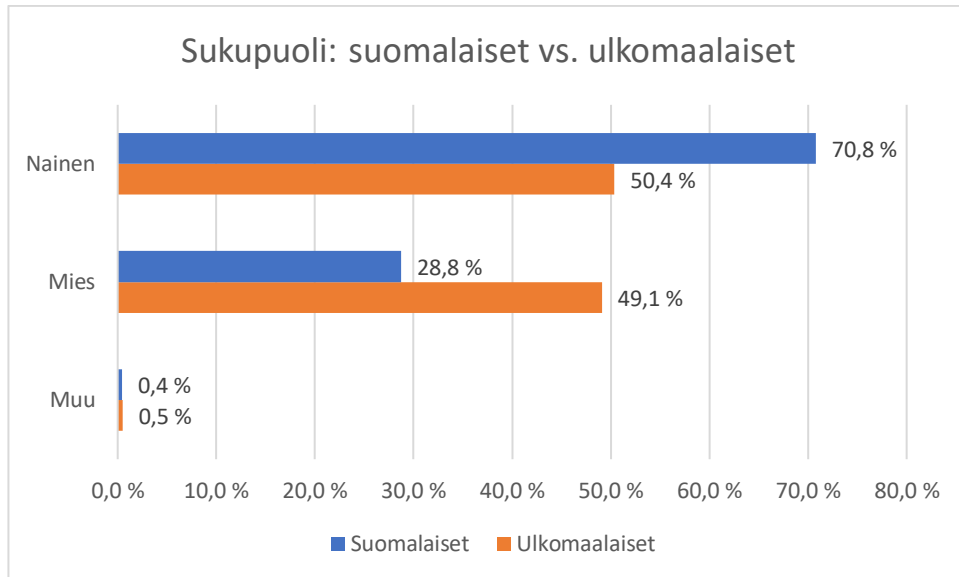
2.1.1 Sukupuoli

Tähän kysymykseen saimme yhteensä 620 vastausta (kuvio 1). Kyselyssä vaihtoehtoina sukupuolen selvittämiseen olivat mies, nainen sekä muu. Kyselyyn vastanneista 57,7 % oli naisia, 41,8 % oli miehiä ja 0,5 % identifioitui muuksi.



Kuvio 1. Sukupuoli.

Havaintamme vastauksia kerätessä, että suomalaiset naiset olivat innokkaampia vastaamaan kuin miehet, mikä selittää vastaajien sukupuolijakaumaa. Ulkomaalaisten matkailijoiden kohdalla sukupuolijakauma on tasaisempi (kuvio 2).



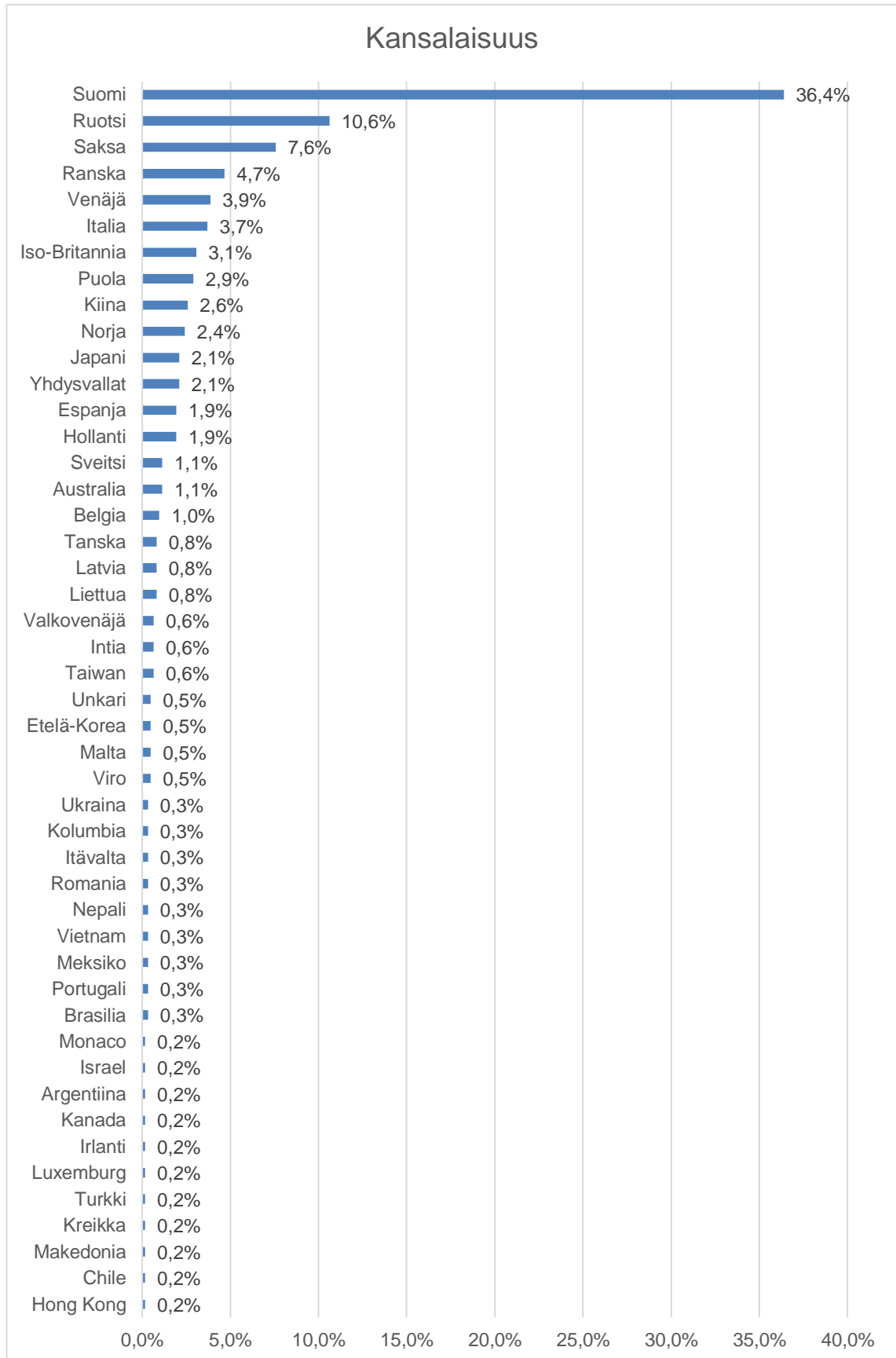
Kuvio 2. Sukupuoli: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

2.1.2 Kansalaisuus

Tähän kysymykseen saimme yhteensä 620 vastausta (kuvio 3).

Kansalaisuuksia yhteensä saimme 47 maasta. Myös 15 matkailijaa vastasi olevansa kaksoiskansalaisia. Kansalaisuutta tutkiessamme valitsimme vastausvaihtoehdoiksi Suomen lisäksi kahdeksan muuta maata sekä *muu, mikä* vaihtoehdon. Kyseiset kahdeksan maata valikoituivat Visit Finlandin tutkimuksen kautta, jossa oli lueteltu ne maat suuruusjärjestyksessä, joista tuli eniten matkailijoita Suomeen. Nämä maat kävijämäärältään suurimmasta pienimpään olivat Ruotsi, Venäjä, Kiina, Japani, Viro, Saksa, Iso-Britannia ja Ranska (Tutkimus- ja analysointikeskus TAK. 2018).

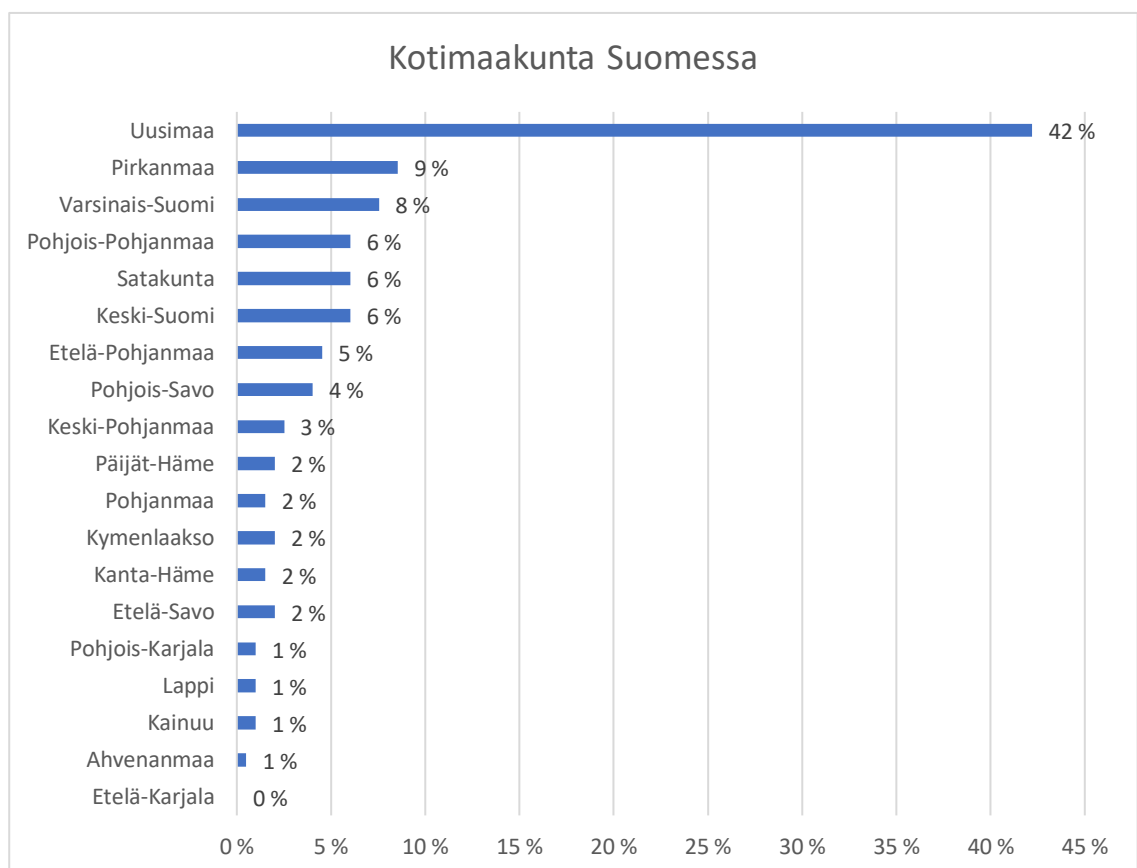
Enemmistö matkailijoista vastasi kansalaisuudekseen Suomen (36,4 %). Toiseksi suurin vastaajamäärä oli Ruotsista (10,6 %), kolmanneksi Saksa (7,6 %), neljänneksi Ranska (4,7 %) ja viidenneksi Venäjä (3,9 %).



Kuvio 3. Kansalaisuus.

2.1.3 Tämän hetkinen kotimaakunta

Tähän kysymykseen saimme yhteensä suomeksi vastanneilta 199 vastausta (kuvio 4). Vastaajista suurin osa vastasi kotimaakunnakseen Uusimaa (42 %). Toiseksi eniten vastaajia oli Pirkanmaalta (9 %). Matkailijoista oli Varsinais-Suomesta 8 %, Keski-Suomesta, Pohjois-Pohjanmaalta ja Satakunnasta jokaisesta 6 %, Etelä-Pohjanmaalta 5 %, Pohjois-Savosta 4 %, Keski-Pohjanmaalta 3 %, Päijät-Hämeestä, Pohjanmaalta, Kymenlaaksosta, Kanta-Hämeestä ja Etelä-Savosta 2 %. Pohjois-Karjalan, Lapin, Kainuun ja Ahvenanmaan ja Etelä-Karjalan vastausprosentti oli 1 % tai vähemmän.

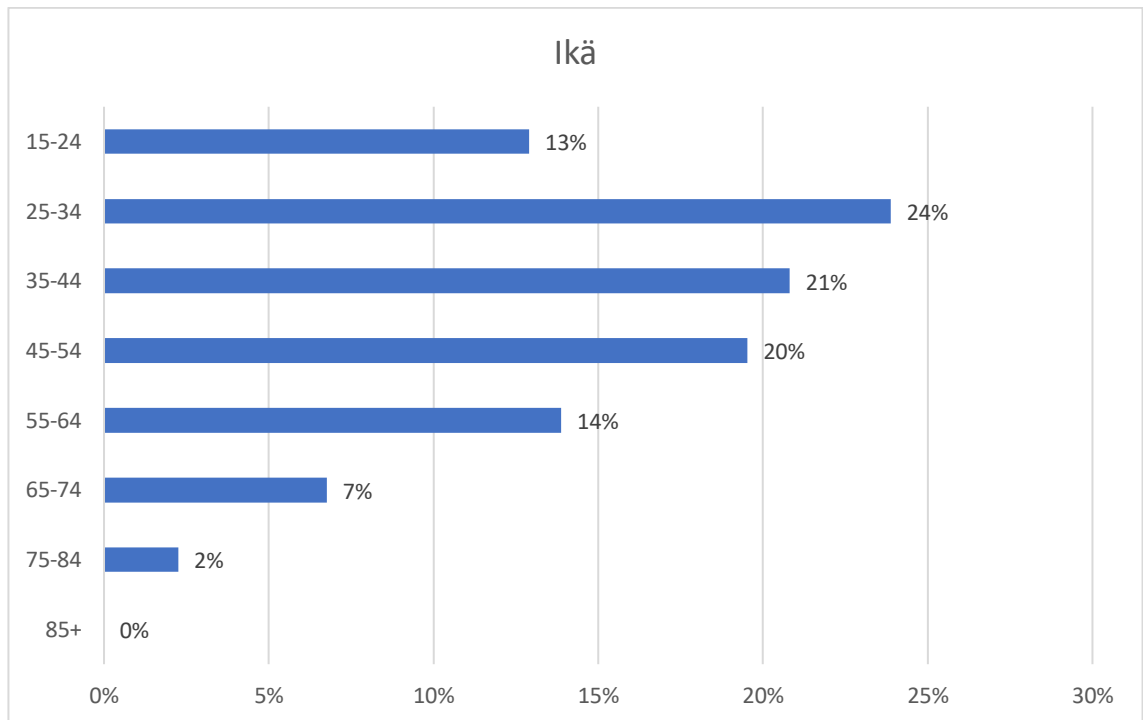


Kuvio 4. Kotimaakunta Suomessa.

2.1.4 Ikä

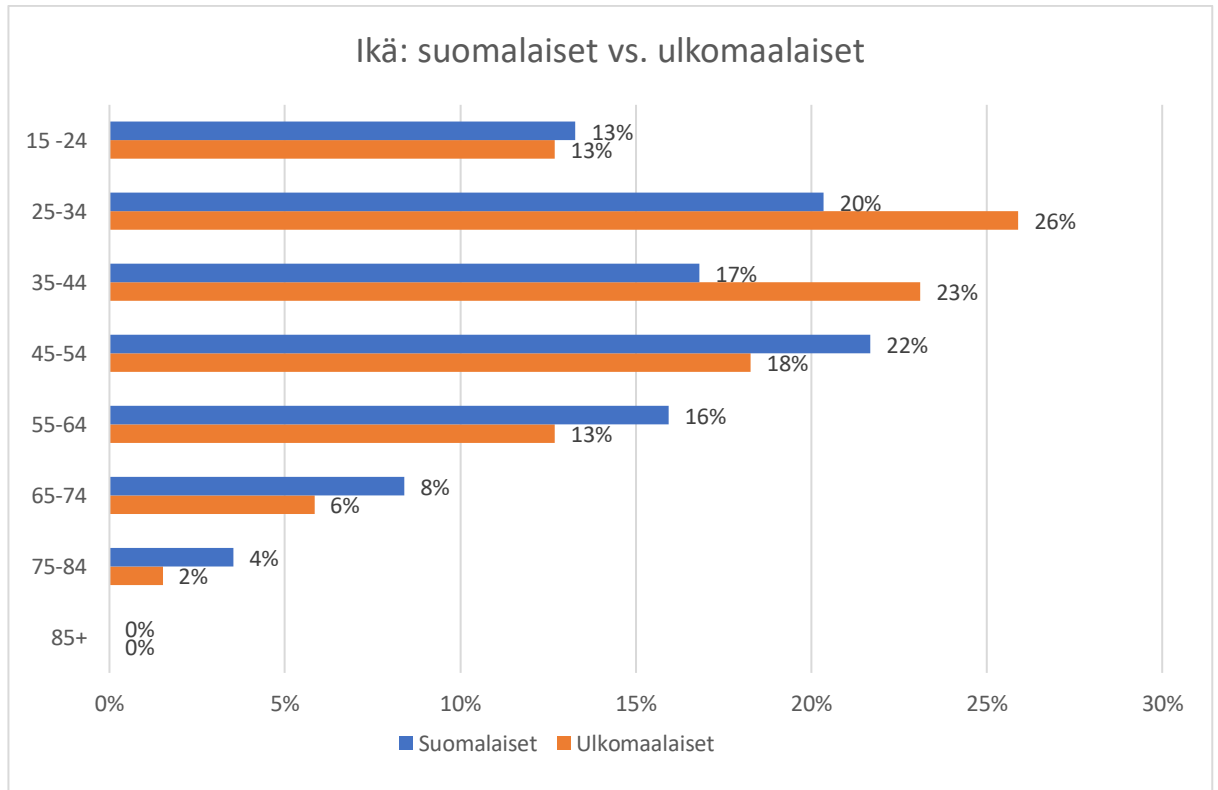
Tähän kysymykseen saimme yhteensä 620 vastausta (kuvio 5). Suurin vastaajaryhmä 24 %:lla oli 25-34 -vuotiaita. Toiseksi suurin ikäluokka oli 35-44 -vuotiaat 21 %:lla. Vastaajista 19 % oli 45-54 -vuotiaita, 14 % 55-64 -vuotiaita, 13 % 15-24 -vuotiaita, 7 % 65-

74 -vuotiaita ja 2 % 75-84 -vuotiaita. Kyselymme ei tavoittanut yhtäkään yli 85-vuotiasta matkailijaa.



Kuvio 5. Ikä.

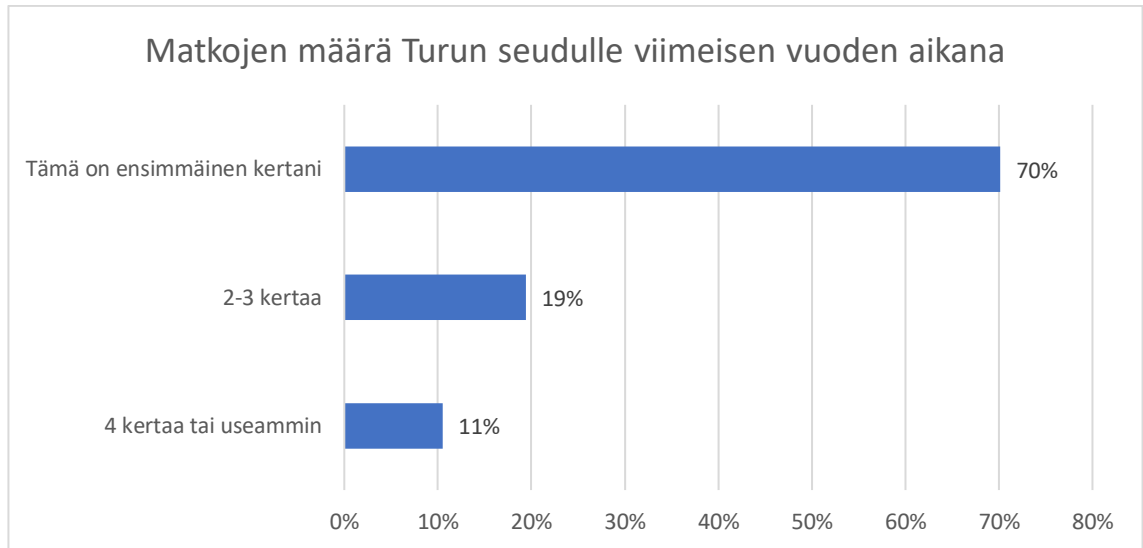
Verrattaessa suomalaisia vastaajia ulkomaalaisiin havaitaan, että ulkomaalaisten prosentuaalinen osuus 15-44 -vuotiaiden joukossa oli suurempi kuin suomalaisilla, kun taas yli 45 -vuotiaissa suomalaisten osuus oli ulkomaalaisia suurempi. Jakaumaan vaikutti muun muassa se, että vanhemmat ulkomaalaiset ihmiset eivät olleet halukkaita vastaamaan esimerkiksi jaksamisen tai puutteellisen kielitaidon takia. Lisäksi nuoremmat, juuri 25-34 -vuotiaat ulkomaalaiset, olivat selvästi innokkaimpia vastaajia (kuvio 6).



Kuvio 6. Ikä: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

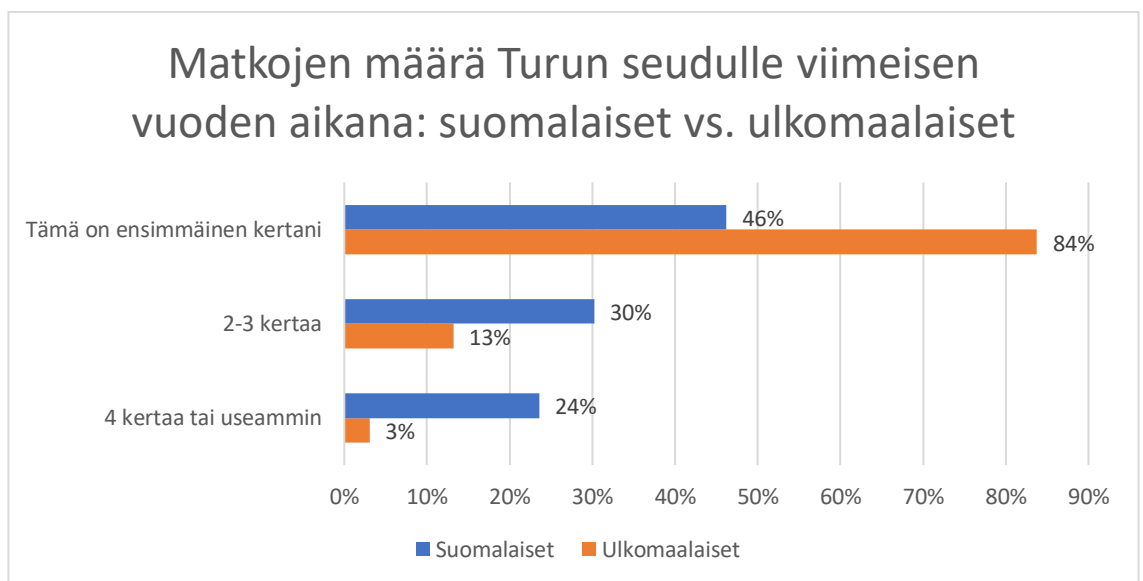
2.1.5 Matkojen määrä Turun seudulle viimeisen vuoden aikana

Tähän kysymykseen saimme yhteensä 619 vastausta (kuvio 7). Selvittääksemme, kuinka monta kertaa vastaaja oli matkustanut Turun seudulle viimeisen vuoden aikana pois lukien työmatkat, annoimme vastausvaihtoehdoiksi kyseisen matkan olevan *ensimmäinen kerta, 2-3 kertaa ja 4 kertaa tai useammin*. Vastaajista 70 % kertoi kyseisen matkan olevan ensimmäinen kerta Turun seudulle. Matkailijoista 19 % vastasi matkustaneensa Turun seudulle 2-3 kertaa ja 11 % vastasi 4 kertaa tai useammin.



Kuvio 7. Matkojen määrä Turun seudulle viimeisen vuoden aikana.

Ulkomaalaisten kohdalla hyvin suuri osa matkaajista matkusti ensimmäistä kertaa Turun alueelle (84 %), kun taas suomalaisista matkailijoista 46 % vastasi samoin (kuvio 8).

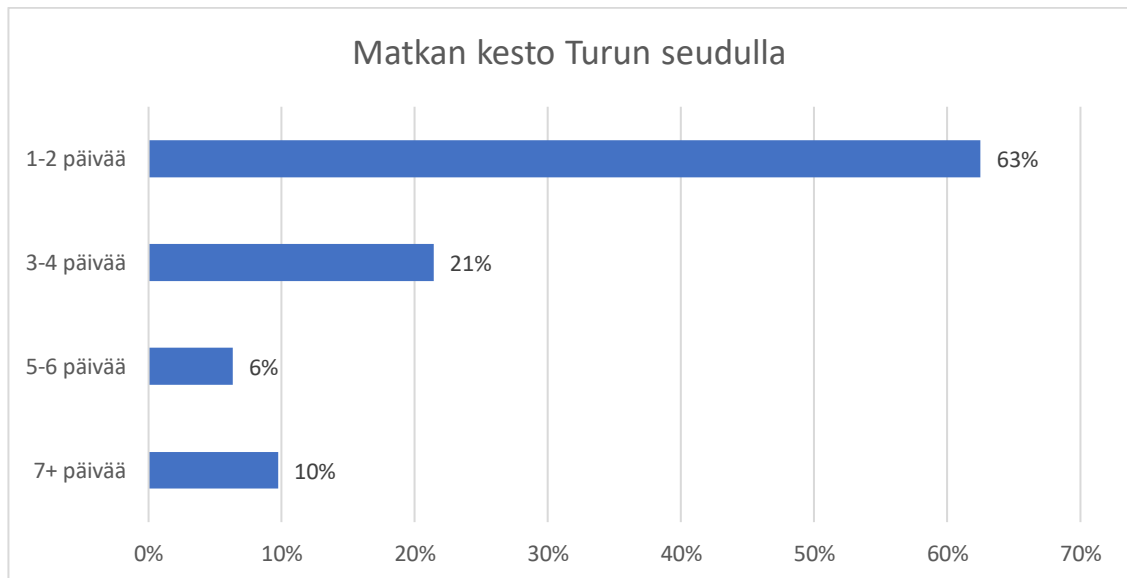


Kuvio 8. Matkojen määrä Turun seudulle viimeisen vuoden aikana: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

2.1.6 Matkan kesto Turun seudulla

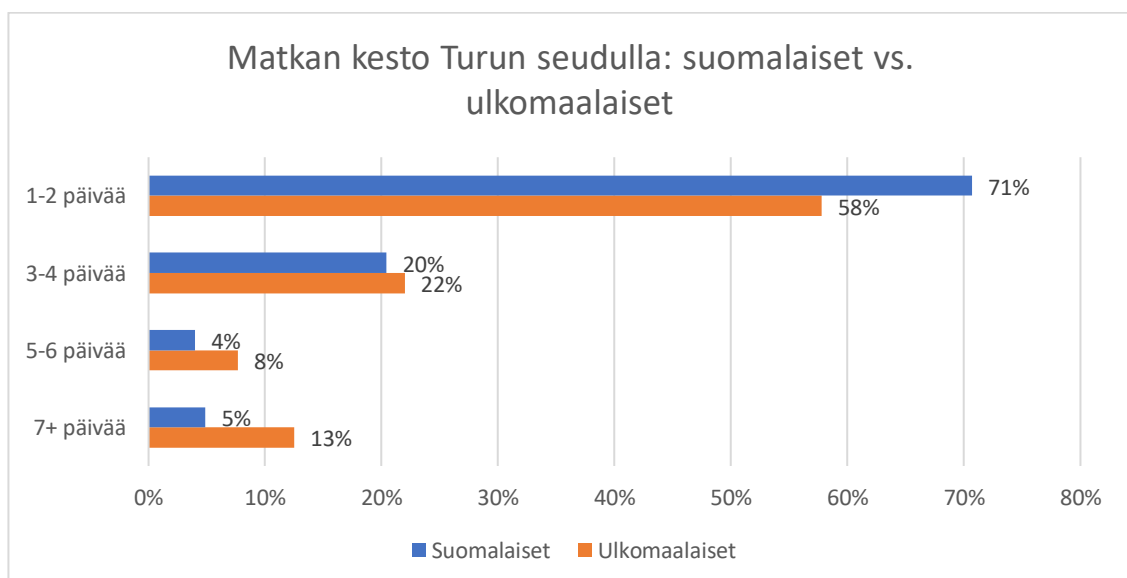
Matkan kestoa koskevaan kysymykseen saimme yhteensä 616 vastausta (kuvio 9). Matkailijoista enemmistö eli 63 % viiپی Turun seudulla 1-2 päivää. Vastaajista 21 % vietti 3-4 päivää, 6 % 5-6 päivää ja 10 % 7 päivää tai enemmän seudulla.

Tuloksiin vaikuttaa se, että osa kyselyyn vastanneista matkailijoista oli niin sanotulla päivä- tai ohikulkumatalla ilman yöpymistä.



Kuvio 9. Matkan kesto Turun seudulla.

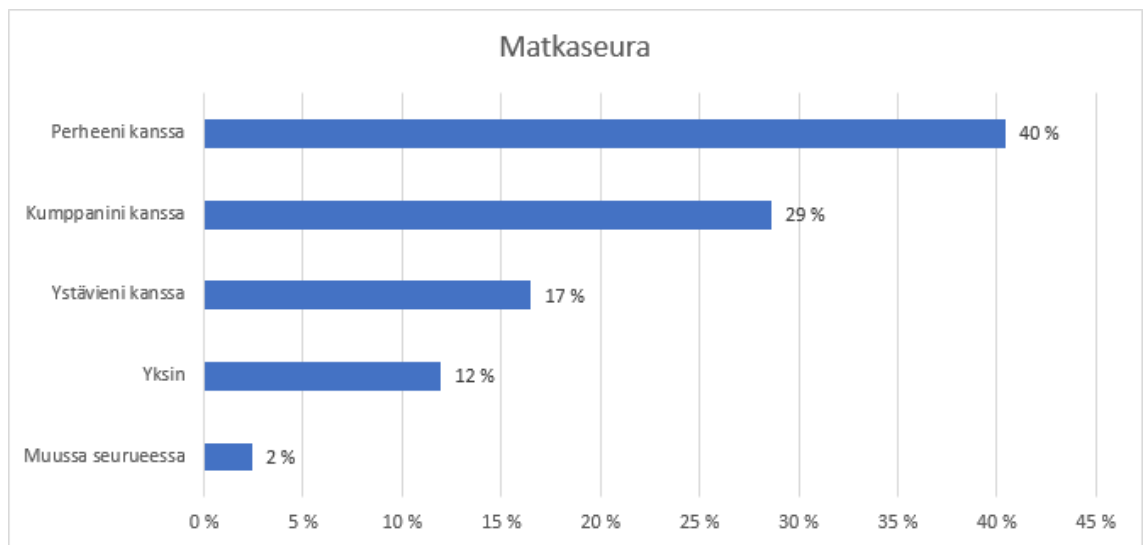
Verrattaessa suomalaisia matkajia ulkomaalaisiin havaitaan, että suomalaisten matkan kesto oli 70 prosentilla 1-2 päivää, kun taas ulkomaalaisilla vastaava luku oli 58 prosenttia. Ulkomaalaisten osuus pidemmissä viipymisissä oli suurempi kuin kotimaisten matkailijoiden (kuvio 10).



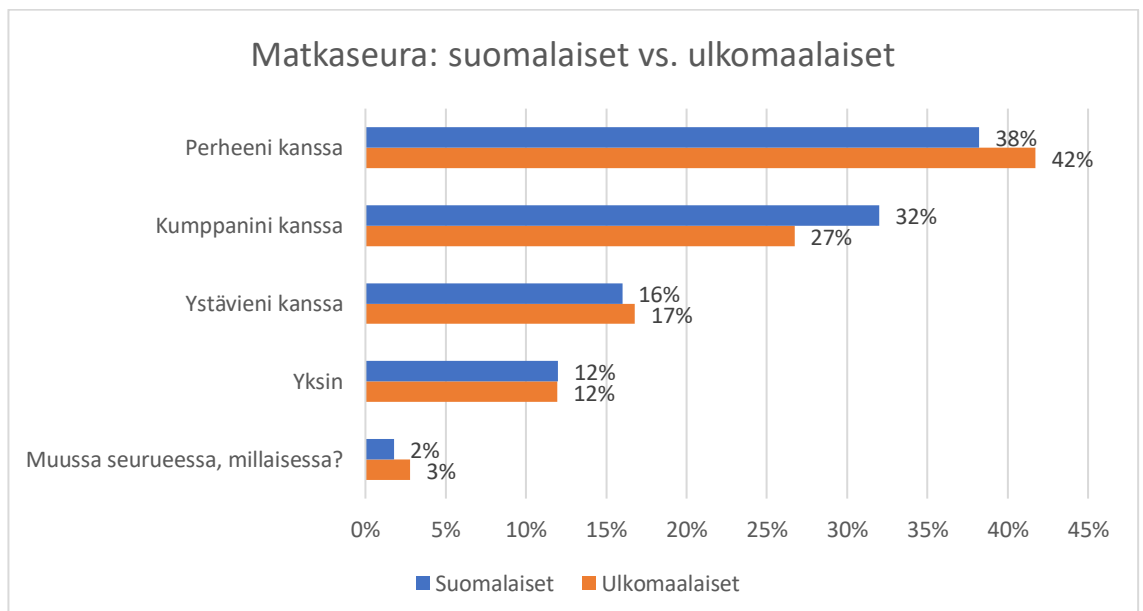
Kuvio 10. Matkan kesto Turun seudulla: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

2.1.7 Matkaseura

Tähän kysymykseen saimme yhteensä 618 vastausta (kuvio 11). Suurin vastaajaryhmä eli 40 % matkusti Turun seudulle perheensä kanssa. Vastaajista 29 % matkusti kumppaninsa kanssa, 17 % ystäviensä kanssa, 12 % yksin ja 2 % muussa seurueessa, johon kuuluivat muun muassa luokkaretki tai työkollegat. Suomalaisen ja ulkomaalaisten matkailijoiden ero oli melko pientä tämän kysymyksen osalta (kuvio 12).



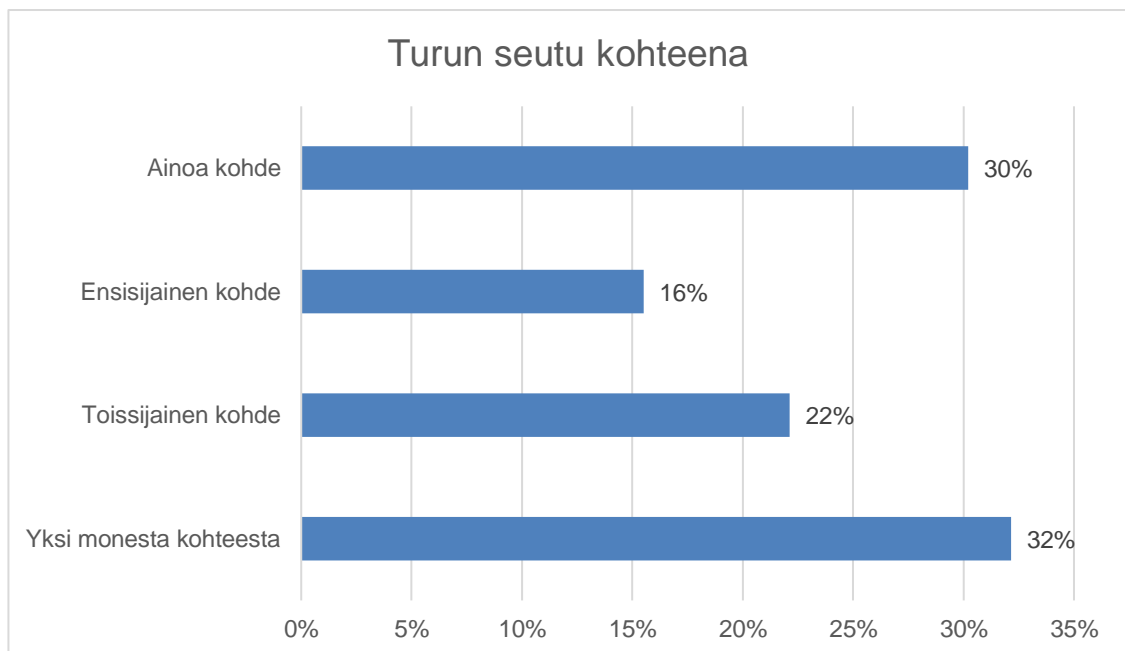
Kuvio 11. Matkaseura.



Kuvio 12. Matkaseura: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

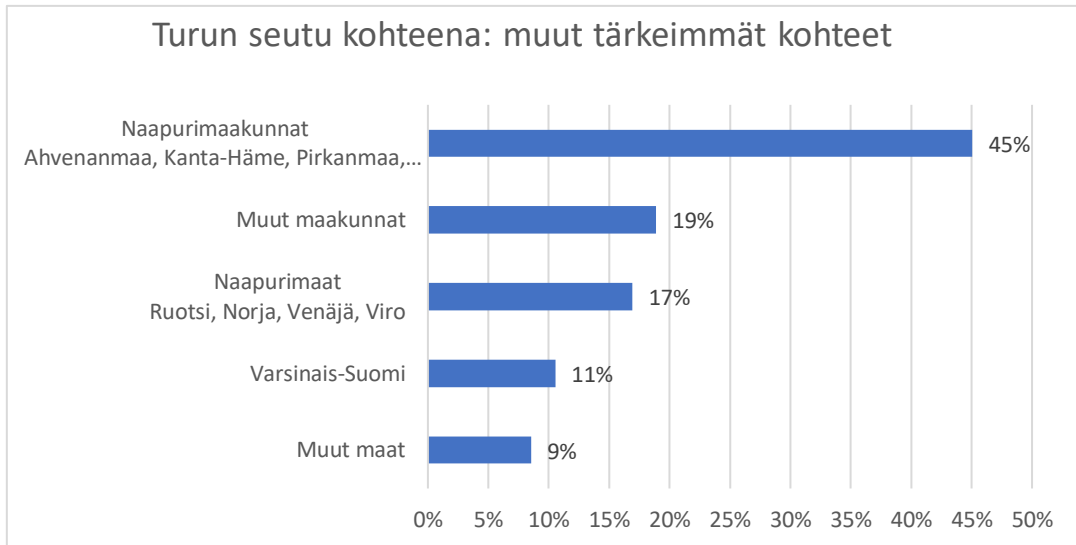
2.1.8 Turun seutu kohteena

Tähän kysymykseen saimme yhteensä 618 vastausta. Suurin vastaajaryhmä eli 32 % vastasi Turun olevan yksi matkan monesta kohteesta (kuvio 13). Vastaajista 30 % vastasi Turun seudun olevan matkansa ainoa kohde. 22 % vastasi, että Turun seutu oli toissijainen kohde. Lisäksi 16 % vastasi Turun seudun olevan heidän ensisijainen kohteensa. Vastaajia pyydettiin kirjaamaan matkansa muita kohteita. Mikäli sama vastaaja listasi useampia eri kohteita, jaettiin vastaus useammaksi vastaukseksi, jotta kohteet voitiin jakaa maantieteellisiin kategorioihin. Esimerkiksi vastauksesta "Helsinki, Sweden" on Helsinki laskettu naapurimaakuntiin ja Sweden naapurimaihin.



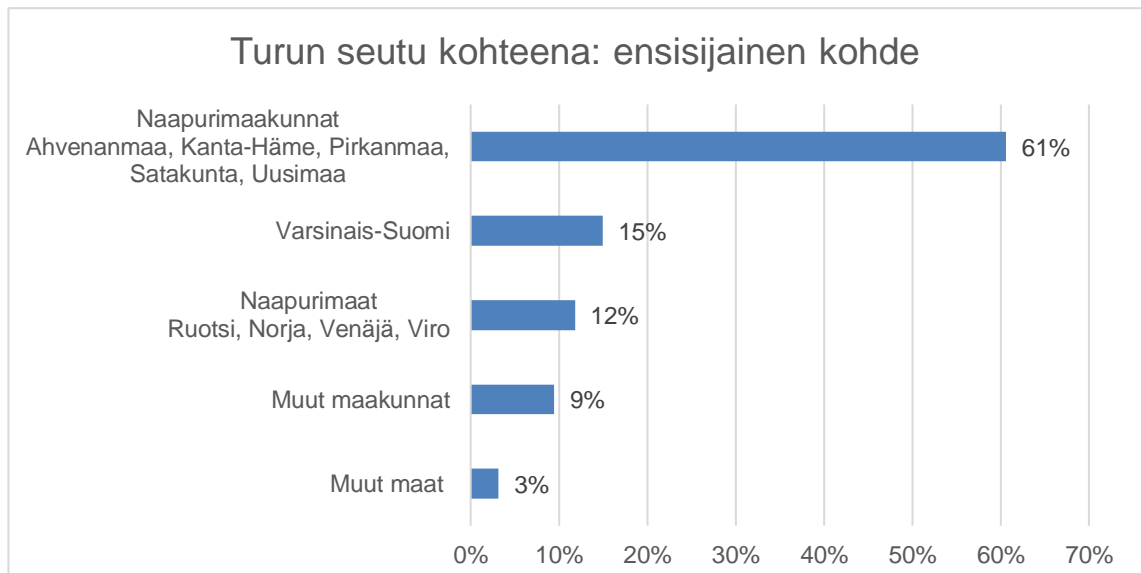
Kuvio 13. Turun seutu kohteena.

Muita matkan tärkeimpiä kohteita näin vastanneille olivat naapurimaakunnat eli 45 % oli käynyt yhdessä tai useammassa Varsinais-Suomen naapurimaakunnassa (ts. Ahvenanmaa, Kanta-Häme, Pirkanmaa, Satakunta ja/tai Uusimaa), 19 % oli käynyt kauempana muissa Suomen maakunnissa. Naapurimaissa eli Ruotsissa, Norjassa, Venäjällä ja/tai Virossa oli käynyt 17 %. Lisäksi Varsinais-Suomessa Turun seudun ulkopuolella oli käynyt 11% ja muissa kuin edellä mainituissa maissa 9 % (kuvio 14).



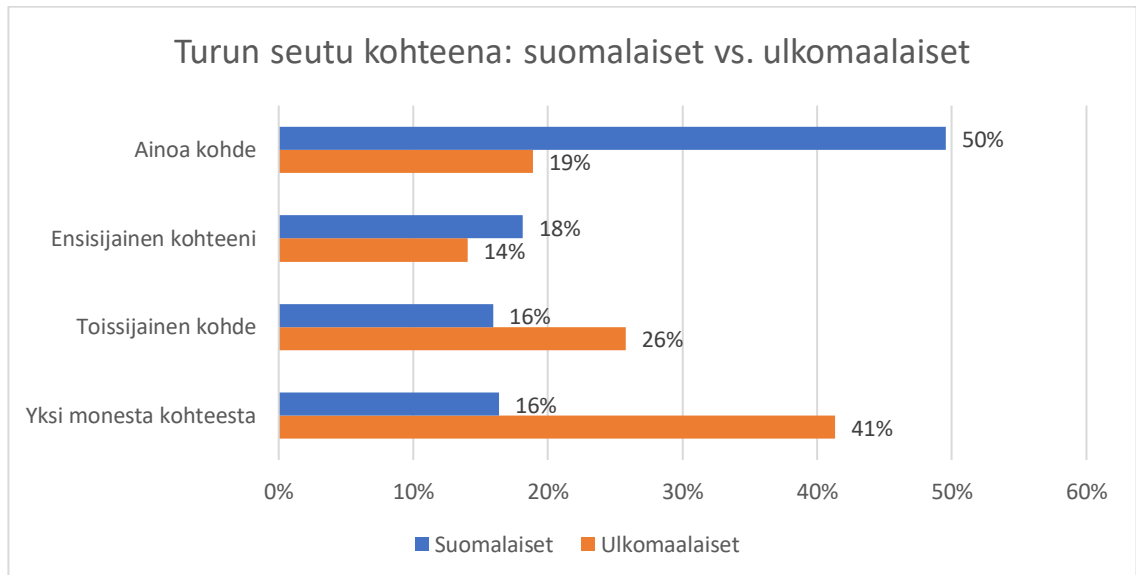
Kuvio 14. Turun seutu kohteena: muut matkan tärkeimmät kohdealueet.

Matkailijoista 22 % vastasi, Turun seutu oli toissijainen kohde, jolloin ensisijaisena kohteena mainittiin avoimissa vastauksissa yleisimmin naapurimaakunnat (61 %) eli Ahvenanmaa, Kanta-Häme, Pirkanmaa, Satakunta ja/tai Uusimaa. Vastaajista 15 %:lla ensisijainen kohde oli avointen vastausten perusteella muualla Varsinais-Suomessa, 12 %:lla naapurimaissa eli Ruotsi, Norja, Venäjä ja/tai Viro ja 9 %:lla kauempana olevissa maakunnissa sekä 3 %:lla ulkomailla muissa kuin edellä mainituissa maissa (kuvio 15).



Kuvio 15. Turun seudun ollessa toissijainen kohde: mikä ensisijainen kohde.

Verratessa suomalaisten ja ulkomaalaisten vastauksia, Turun seutu oli 50 prosentilla suomalaisista matkaajista ainoa kohde, kun taas ulkomaalaisilla vastaava luku oli vain 19 prosenttia. Siinä missä loput suomalaiset matkaajat vastasivat tasaisesti muihin vastausvaihtoehtoihin, ulkomaalaisista vastaajista 41 prosenttia kertoi Turun seudun olevan yksi monesta kohteesta (kuvio 16).



Kuvio 16. Turun seutu kohteena: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

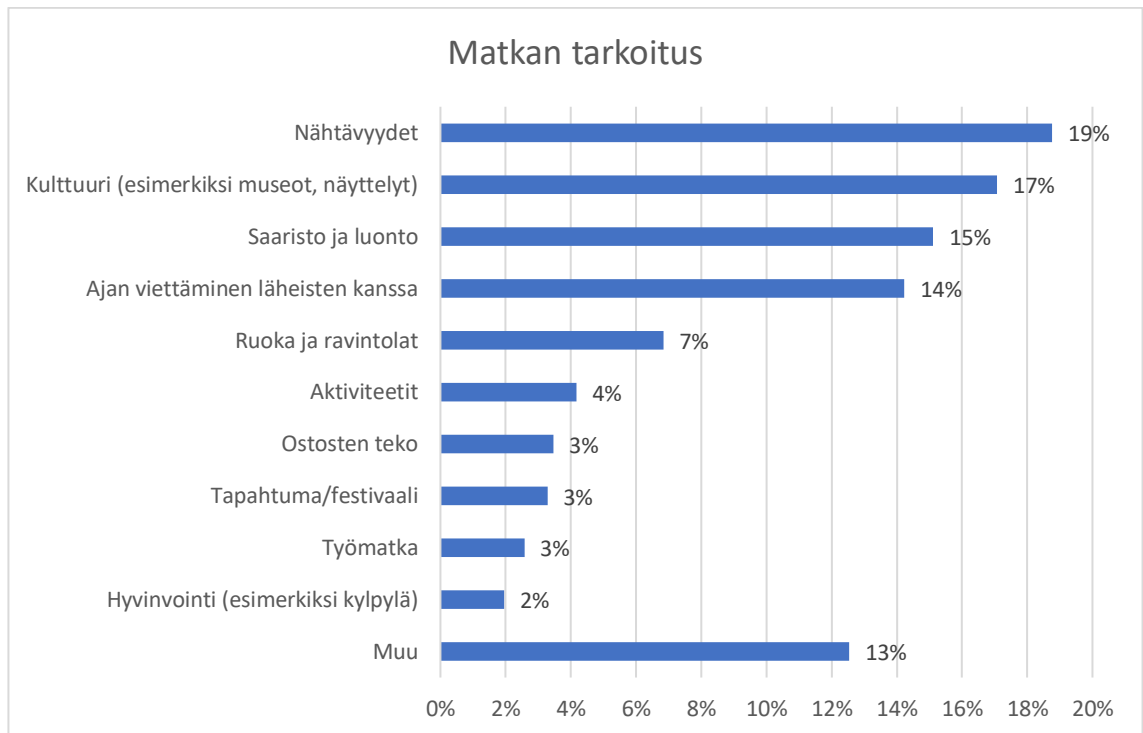
2.2 Työntö- ja vetovoimatekijät

Tässä kappaleessa käsitellään matkailijakyselyn kysymykset 9-10.

2.2.1 Matkan tarkoitus

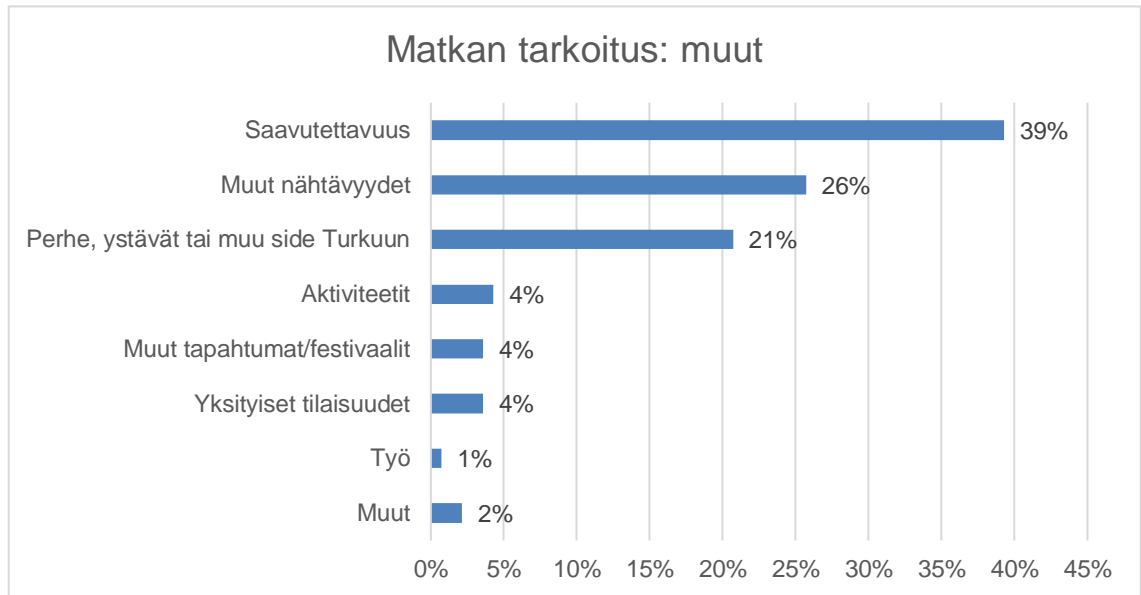
Tähän kysymykseen saimme yhteensä 618 vastausta (kuvio 17). Kyselyyn vastanneista suurin ryhmä eli 19 % matkusti Turun seudulle nähtävyyksien takia. Matkailijoista 17 % oli kiinnostunut kulttuurista (esimerkiksi museot, näyttelyt). Matkailijoista 15 % matkasi saariston ja luonnon takia, 14 % viettääkseen aikaa läheisten kanssa, 7 % ruuan ja ravintoloiden, 4 % aktiviteettien, 3 % ostosten, 3 % tapahtumien ja festivaalien, 3 % työmatkan ja 2 % hyvinvoinnin (esimerkiksi kylpylä) takia. Tapahtumiin ja festivaaleihin pyydettiin avoimena vastauksena nimeämään kohde, jona mainittiin festivaalit kuten Ruisrock ja DBTL, urheilutapahtumat kuten Inter Turku vs. Brøndby -jalkapallopelejä sekä tapahtumat kuten Turun musiikkijuhlat, Turun linnan turnajaiset, Women's Arbcamp ja The

European Society for Evolutionary Biology (ESEB) -kongressi. Lisäksi mainittiin yksityisiä tilaisuuksia kuten häät.



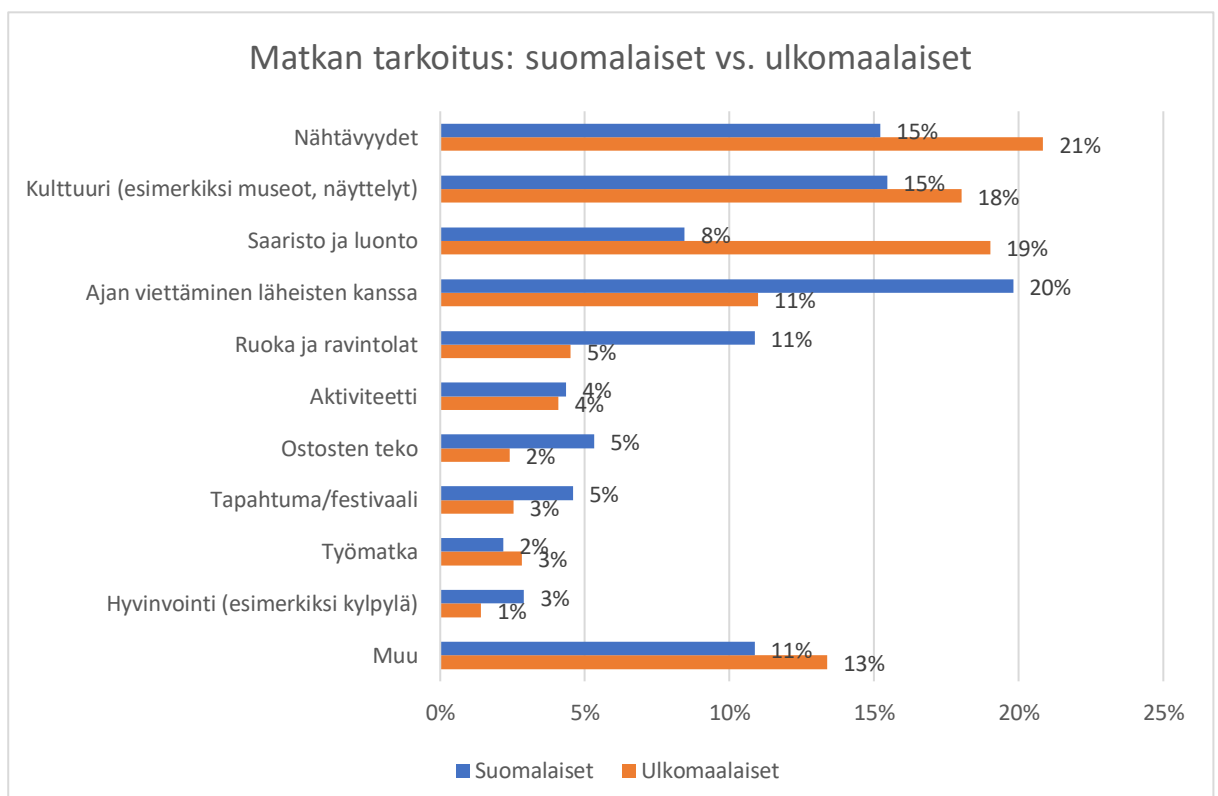
Kuvio 17. Matkan tarkoitus.

Matkan tarkoitus -kysymykseen kohdan *muu* vastanneita pyydettiin kirjaamaan, mikä tuo muu tarkoitus oli (kuvio 18). Näistä suurin osa eli 39 % käsitteli saavutettavuutta ja etenkin Turku -Tukholma laivayhteyttä. Lisäksi mainittiin lentoyhteys eri kohteisiin. Muut nähtävyydet (26 %) koostuivat suurimmilta osin Muumimaailmasta. Perheeseen, ystäviin tai muuhun siteeseen Turussa liittyvät vastaukset saivat 21 % *muu*-vastauksista. Tässä muu side Turkuun tarkoittaa esimerkiksi sitä, että vastaaja opiskelee, on syntynyt tai aikaisemmin asunut Turussa. Jostain syystä aika moni matkailija oli valinnut kohdan *muu*, vaikka sopiva vastausvaihtoehto oli annettujen joukossa.



Kuvio 18. Matkan tarkoitus: muut.

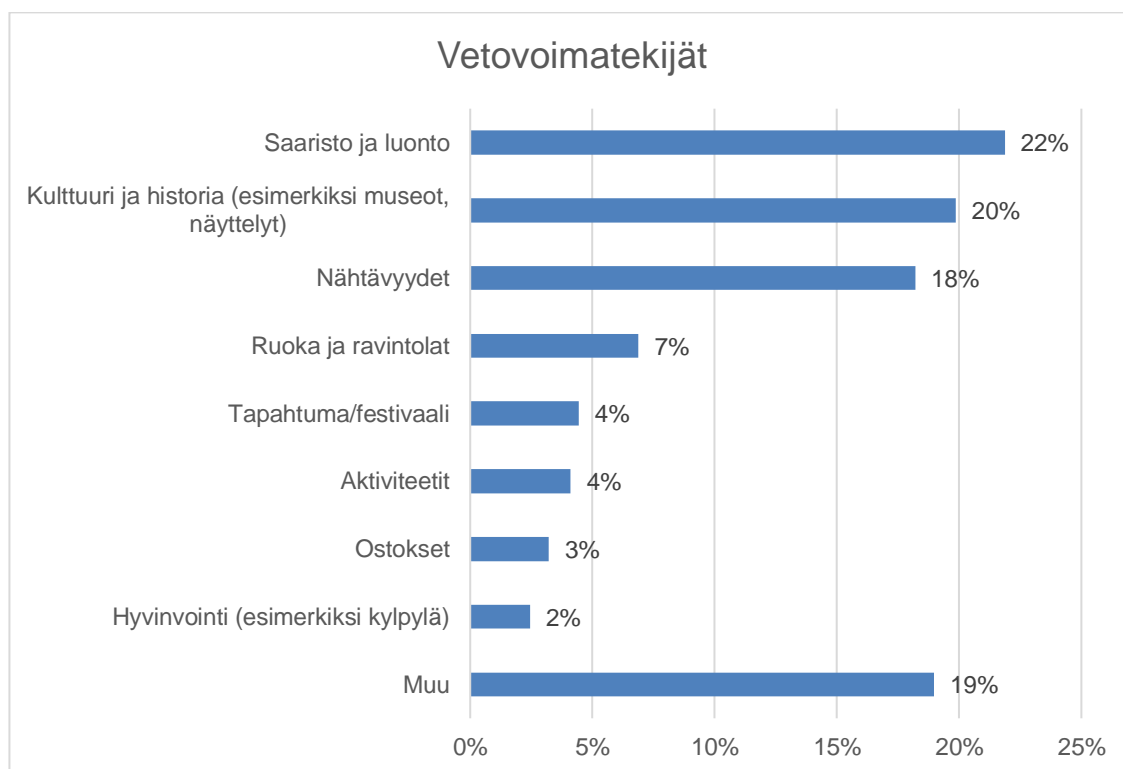
Suomalaisten ja ulkomaalaisten motiiveissa on havaittavissa eroavaisuuksia. Suomalaisille tärkein syy matkustaa Turun alueelle oli ajan viettäminen läheisten kanssa (20 %), kun taas ulkomaalaisille se oli nähtävyydet (21%). Myös saariston ja luonnon kohdalla voi havaita, että se on ollut ulkomaalaisille tärkeämpi syy matkustaa Turun seudulle kuin suomalaisille (kuvio 19).



Kuvio 19. Matkan tarkoitus: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

2.2.2 Vetovoimatekijät

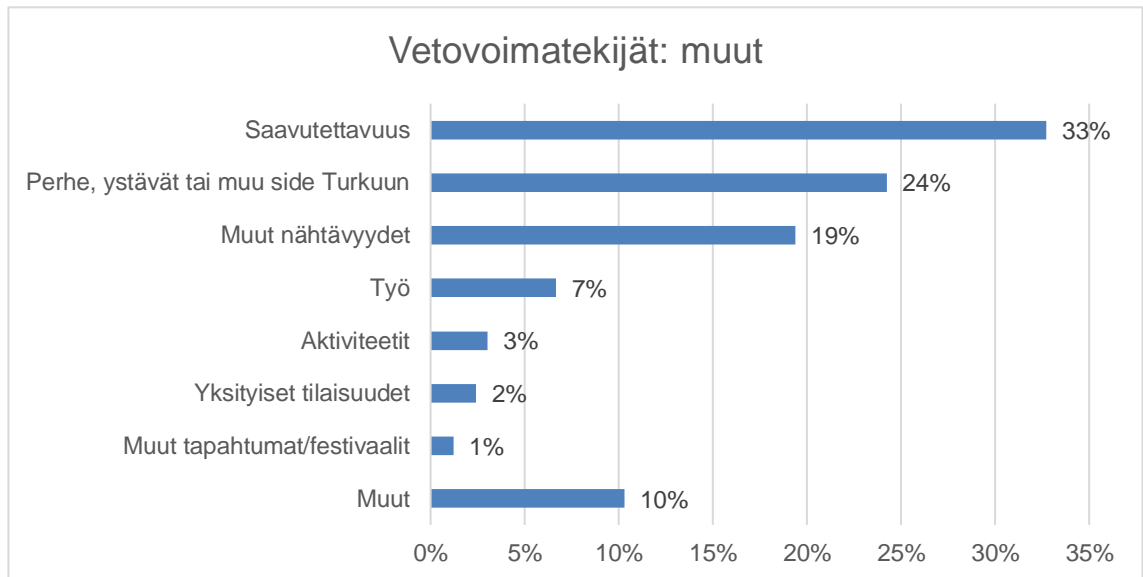
Tähän kysymykseen saimme yhteensä 612 vastausta (kuvio 20). Matkailijoista 22 % koki Turun seudun tärkeimpänä vetovoimatekijänä saariston ja luonnon. Toiseksi suurin vetovoimatekijä 19 %:lla oli kulttuuri ja historia (esimerkiksi museot ja näyttelyt). Matkailijoista 18 % koki tärkeimmäksi vetovoimatekijäksi nähtävyydet, 7 % ruuan ja ravintolat, 4 % tapahtumat ja festivaalit, 4 % aktiviteetit, 3 % ostokset sekä 2 % hyvinvoinnin (esimerkiksi kylpylä). Tapahtumiin ja festivaaleihin vastattiin avoimissa vastauksissa festivaalit kuten Ruisrock ja DBTL, urheilutapahtumat kuten Inter Turku vs. Brøndby -jalkapallopelejä sekä tapahtumat kuten Turun musiikkijuhlat, Turun linnan turnajaiset, Women's Arbcamp ja The European Society for Evolutionary Biology (ESEB) -kongressi. Lisäksi mainittuna oli yksityiset tilaisuudet kuten häät.



Kuvio 20. Vetovoimatekijät.

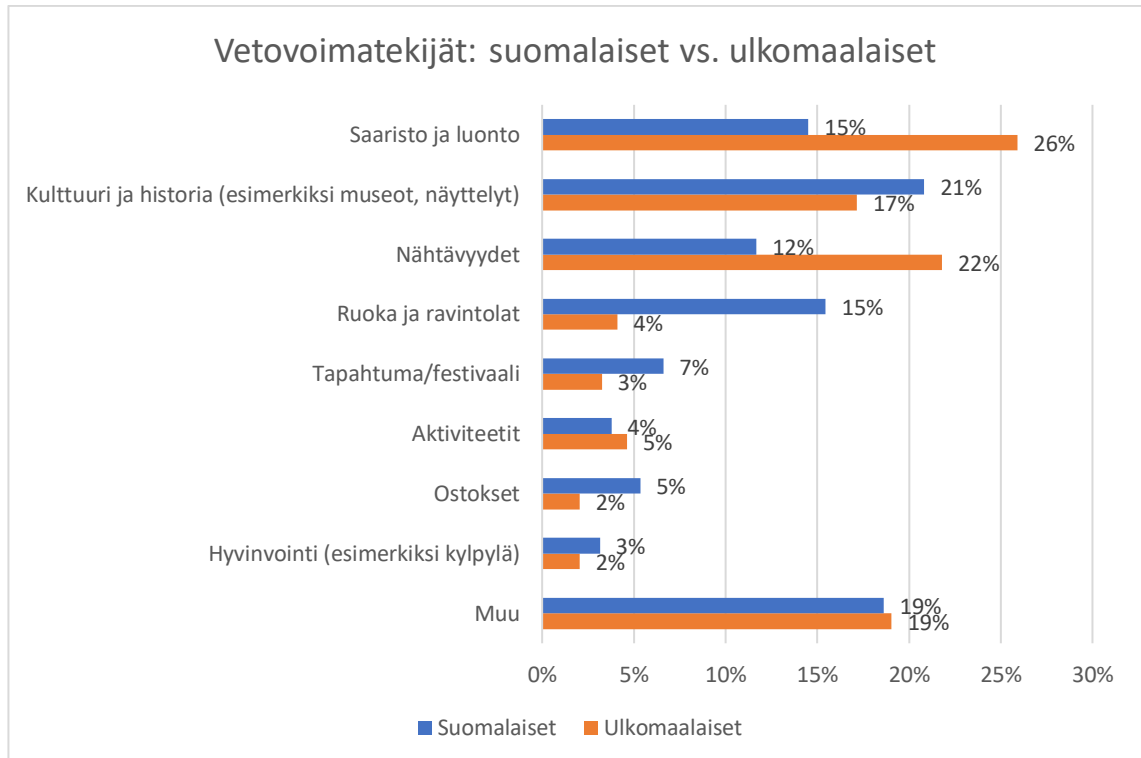
Vetovoimatekijät -kysymykseen kohdan *muu* vastanneita pyydettiin kirjaamaan, mikä tuo muu tekijä oli (kuvio 21). Näistä suurin osa eli 33 % käsitteli saavutettavuutta, kuten laivayhteys Turusta Ruotsin Tukholmaan sekä lyhyt etäisyys Helsinkiin. Toiseksi nousi teema perhe, ystävät tai muu side Turkuun (24 %). Tässä muu side Turkuun tarkoittaa

esimerkiksi sitä, että vastaaja on syntynyt tai aikaisemmin asunut Turussa. Muut nähtävyydet (19 %) kategoriassa ylivoimaisena oli Muumimaailma. Jostain syystä aika moni matkailija oli valinnut kohdan muu, vaikka sopiva vastausvaihtoehto olisi ollut lomakkeella annettujen vaihtoehtojen joukossa.



Kuvio 21. Vetovoimatekijät: muut.

Tässä kysymyksessä saaristo ja luonto 26 prosentilla oli ulkomaalaisille tärkein vetovoimatekijä verrattuna suomalaisiin, joille tärkein vetovoimatekijä oli kulttuuri ja historia 21 prosentilla (kuvio 22).



Kuvio 22. Vetovoimatekijät: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

2.3 Tiedonhakukanavat

Tässä kappaleessa käsitellään matkailijakyselyn kysymyksiä 11-12.

2.3.1 Tiedonhankinta ennakoon

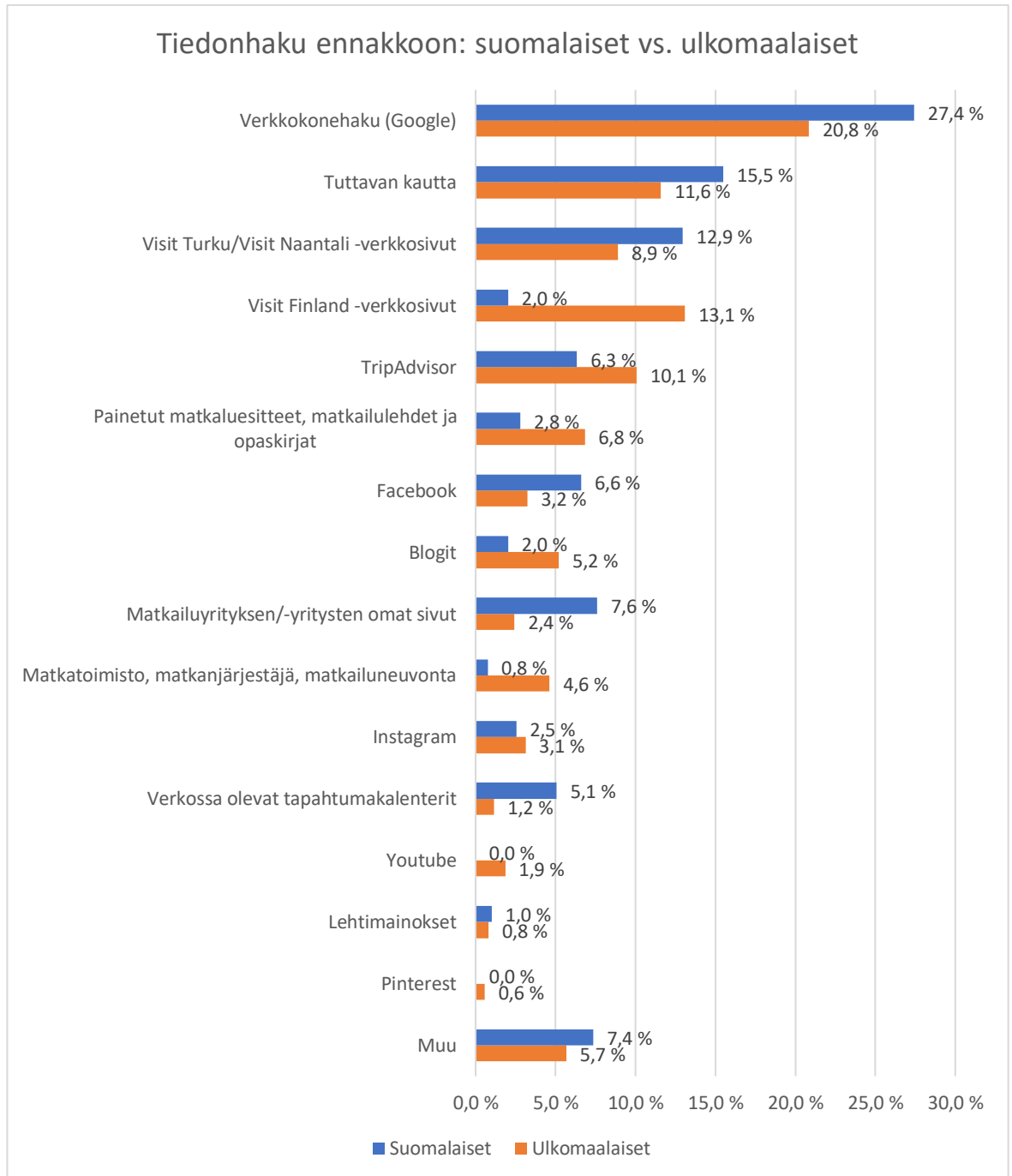
Tähän kysymykseen vastasi 614 vastaajaa. Koska kysymykseen saattoi vastata monta eri tiedonhankintakanavaa, saimme yhteensä 1256 vastausta liittyen tiedonhankintaan etukäteen (kuvio 23). Verkkokonehaku kuten Google oli vastaajien eniten suosima hakukanava 22,9 prosentilla. Tuttava tietolähteenä sai toiseksi eniten vastauksia 12,8 prosentilla.

Muut sähköiset tiedonhankintakanavat saivat melko tasaisesti vastauksia, Visit Turku/Visit Naantali -verkkosivut 10,2 prosenttia, Visit Finland -verkkosivut 9,6 prosenttia sekä TripAdvisor 8,9 prosenttia. *Muut* -vaihtoehdon avoimissa vastauksissa eniten mainintoja sai matkajaajan oma aiempi kokemus seudusta.



Kuvio 23. Tiedonhankinta ennakkoon.

Niin suomalaisilla 27,4 prosentilla kuin ulkomaalaisilla 20,8 prosentilla tärkein tiedonhankukeino oli verkkokonehaun käyttö. Tämän lisäksi suomalaisille tärkeitä tiedonhankukeinoja olivat tuttavat 15,5 prosentilla ja Visit Turku ja Visit Naantali-verkkosivut. Ulkomaalaisille muut tärkeät kanavat olivat Visit Finland-verkkosivut 13,1 prosentilla sekä tuttavat 11,6 prosentilla (kuvio 24).

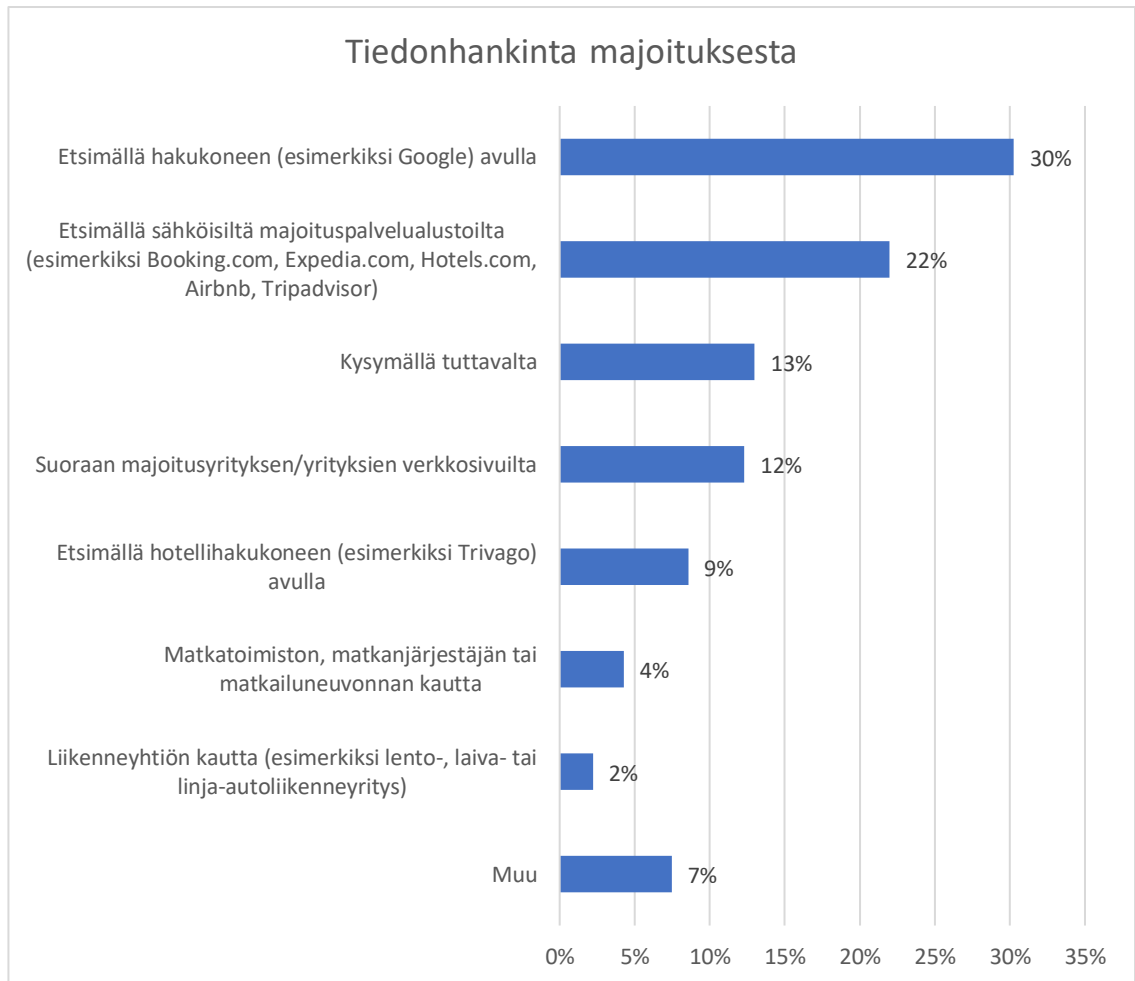


Kuvio 24. Tiedonhankinta ennakkoon: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

2.3.2 Tiedonhankinta majoituksesta

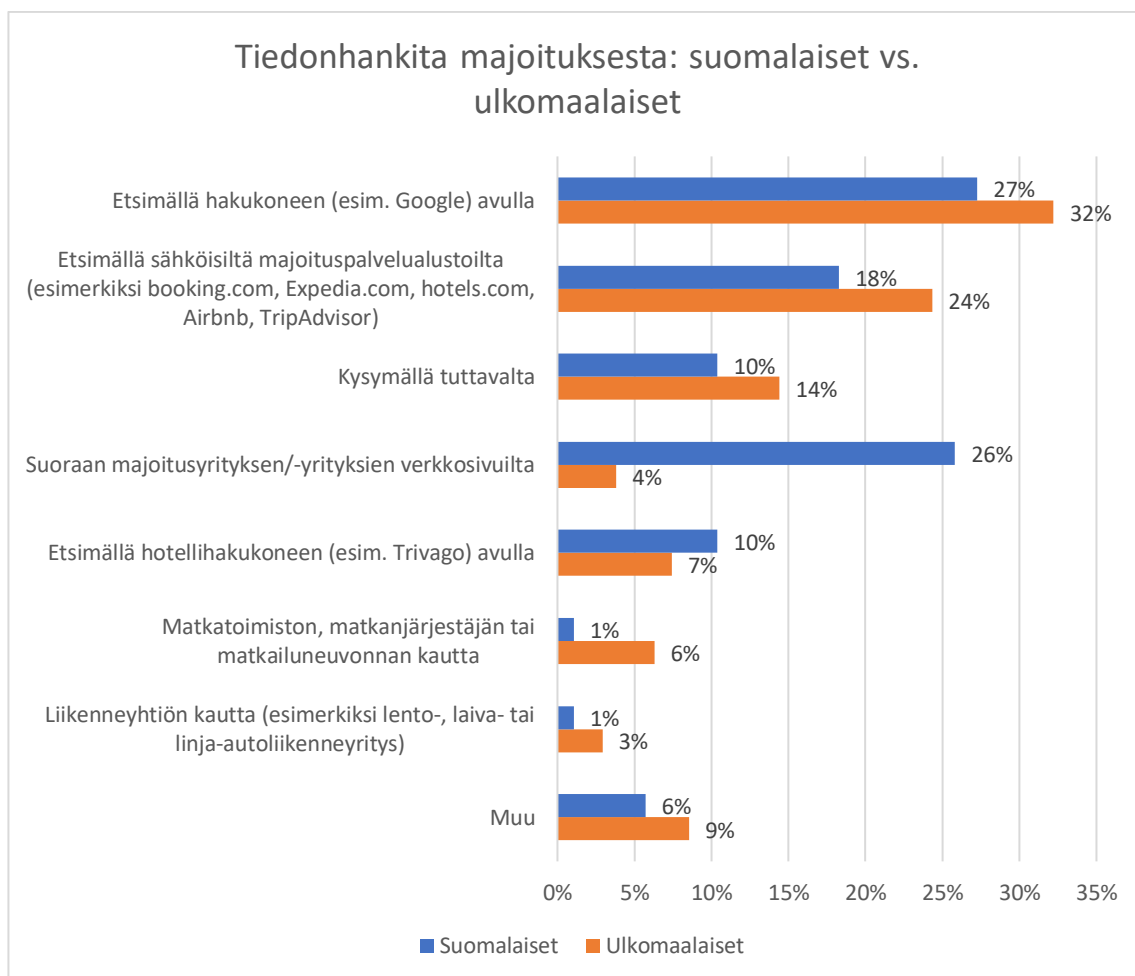
Tähän kysymykseen saimme yhteensä 560 vastaajalta vastauksen ja he vastasivat yhteensä 724 vastausta, koska vastaajilla oli mahdollisuus valita useampi vaihtoehto (kuvio 25). Tässä kysymyksessä hakukone, kuten Google oli käytetyin hakukanava (30 %).

Toiseksi suurimpana majoituksen tiedonhankintakanavana olivat erilaiset sähköiset majoituspalvelualustat 22 prosentilla. Tässäkin kysymyksessä tuttavalta kysyminen oli varsin tärkeässä asemassa. Myös kohdan *muu* vastanneiden avoimissa selityksissä aikaisempi kokemus toistui vastauksena.



Kuvio 25. Tiedonhankinta majoituksesta.

Verrattaessa suomalaisia ja ulkomaalaisia suurin ero oli vaihtoehdon *suoraan majoitusyrityksen verkkosivuilta* kohdalla; suomalaisista 26 % varasi suoraan majoitusyrityksestä, kun ulkomaalaisista näin toimi vain 4 % (kuvio 26).



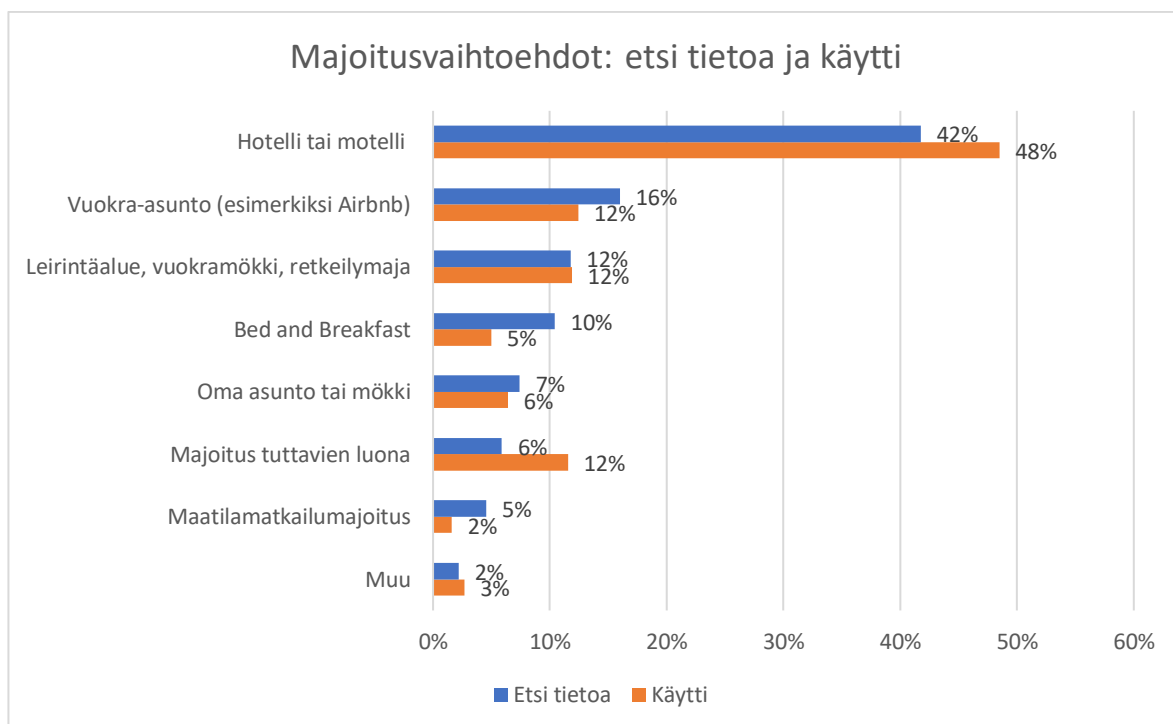
Kuvio 26. Tiedonhankinta majoituksesta: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

2.4 Majoituspalvelut

Tässä kappaleessa käsitellään matkailijakyselyn kysymykset 13-15.

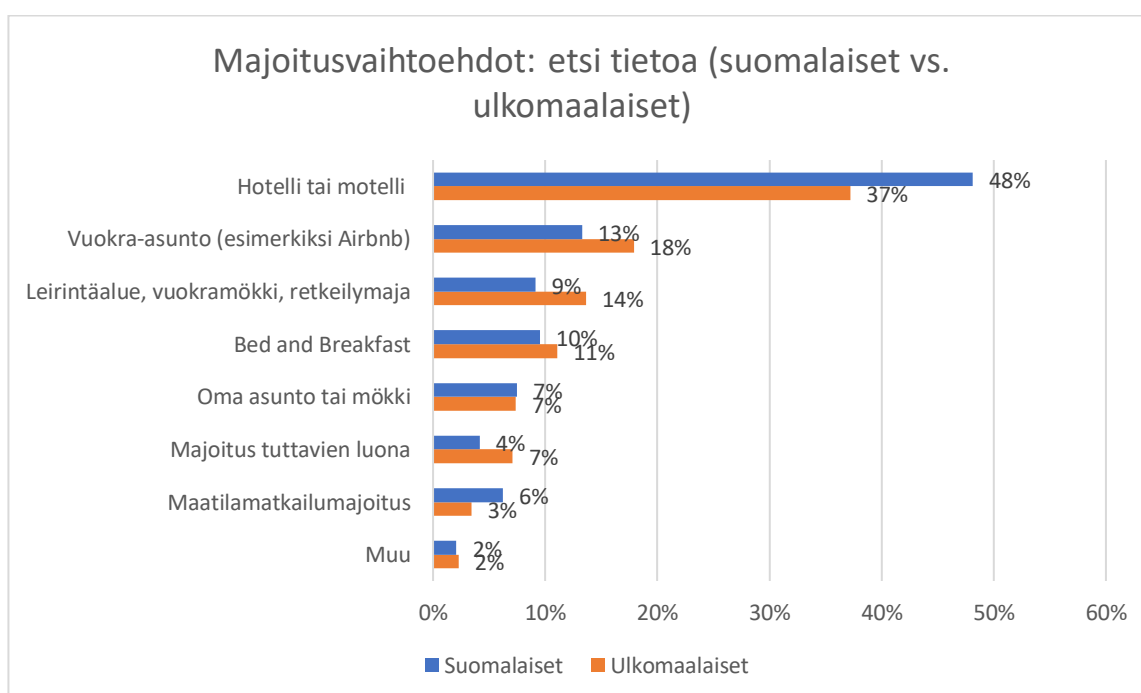
2.4.1 Majoitusvaihtoehtojen etsiminen ja käyttäminen

Tähän kysymykseen saimme yhteensä 529 vastausta (kuviot 27). Majoitusvaihtoehtoista hotelli tai motelli oli etsityin 42 %:lla ja käytetyin 48 %:lla. Vuokra-asunnot olivat toiseksi etsityimpiä (16 %) ja käytetyimpiä (12 %) majoitusmuotoja. Suhteellisesti merkittävin ero etsittyjen ja käytettyjen majoitusvaihtoehtojen välillä oli majoittumisessa tuttavien luona, sillä vain 6 prosenttia etsi tietoa tästä vaihtoehdosta, kun taas 12 prosenttia käytti sitä. Tämän vaihtoehdon osalta ei liene aina tarvetta tiedon etsintään etukäteen.



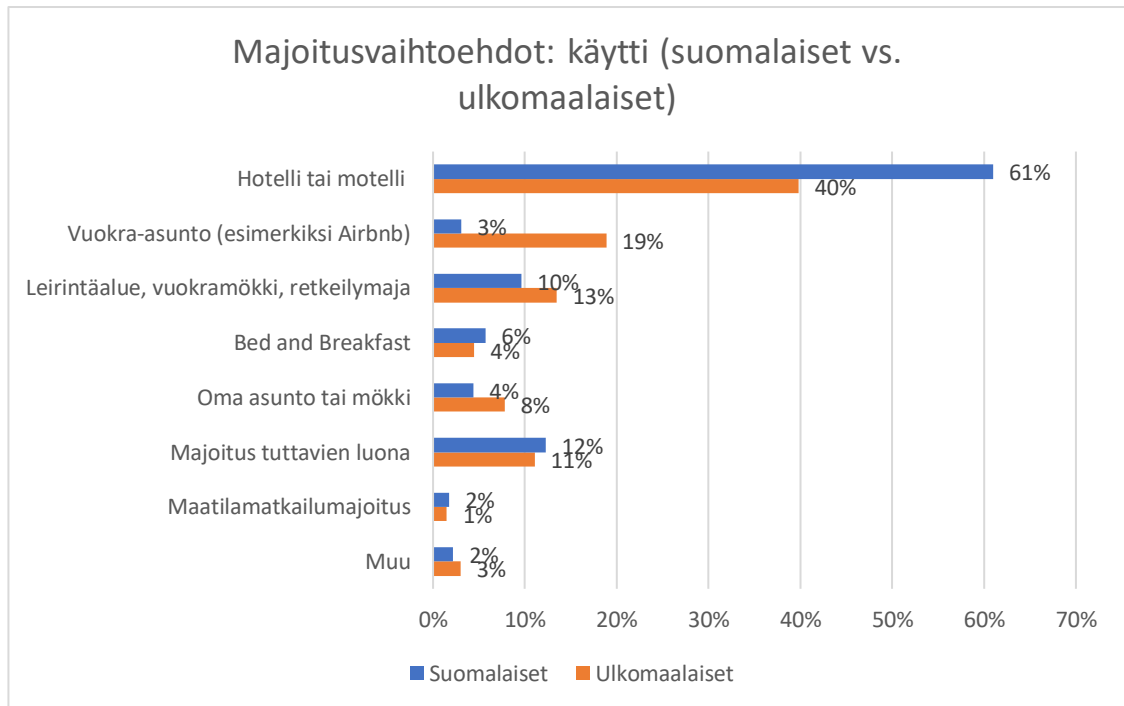
Kuvio 27. Majoitusvaihtoehdot: etsi tietoa ja käytti.

Verratessa suomalaisia ja ulkomaalaisia etsityin majoitusvaihtoehto oli hotelli tai motelli 48 prosentilla suomalaisista vastaajista ja 37 prosentilla ulkomaalaisista. Ulkomaalaiset etsivät myös hiukan suomalaisia enemmän tietoa vuokra-asunnoista, leirintäalueista, vuokramökeistä, hostelleista ja Bed and Breakfast-majoituksista (kuvio 28).



Kuvio 28. Majoitusvaihtoehdot: etsi tietoa (suomalaiset vs. ulkomaalaiset).

Majoitusvaihtoehtojen käytetyin majoitusmuoto oli suomalaisilla 61 prosentilla ja ulkomaalaisilla 40 prosentilla hotelli tai motelli. Ulkomaalaisista 19 prosenttia käytti vuokra-asuntoja, kun taas suomalaisilla toiseksi käytetyin majoitusvaihtoehto oli majoitus tuttavien luona 12 prosentilla (kuvio 29).



Kuvio 209. Majoitusvaihtoehdot: käytti (suomalaiset vs. ulkomaalaiset).

2.4.2 Nimetyt majoitusyritykset

Avoimessa kysymyksessä pyydettiin vastaamaan, missä yrityksissä matkailija yöpyy tai yöpyi. Tähän kysymykseen saimme matkailijoilta 388 vastausta, jotka jaoimme 391 vastaukseksi, sillä osa vastauksista sisälsi useamman majoituskohteen.

Matkailijoiden vastauksista 52 % liittyi hotellimajoitukseen. Eniten eli 85 vastaajaa käytti Scandic-hotelliketjun palveluita, mutta useimmiten nimeltä mainittu hotelli oli Solo Sokos Hotel Turun Seurahuone 33 vastauksella. Toiseksi käytetyin majoitusmuoto oli 16 prosentilla hostellit, joista S/S Bore sai 49 mainintaa ja näin oli tämän kyseisen kysymyksen useimmiten nimetty yksittäinen majoituspalvelun tarjoaja. Kolmanneksi käytetyin majoituspalvelu 12 prosentilla oli vuokra-asunnot, esimerkiksi Airbnb kautta.

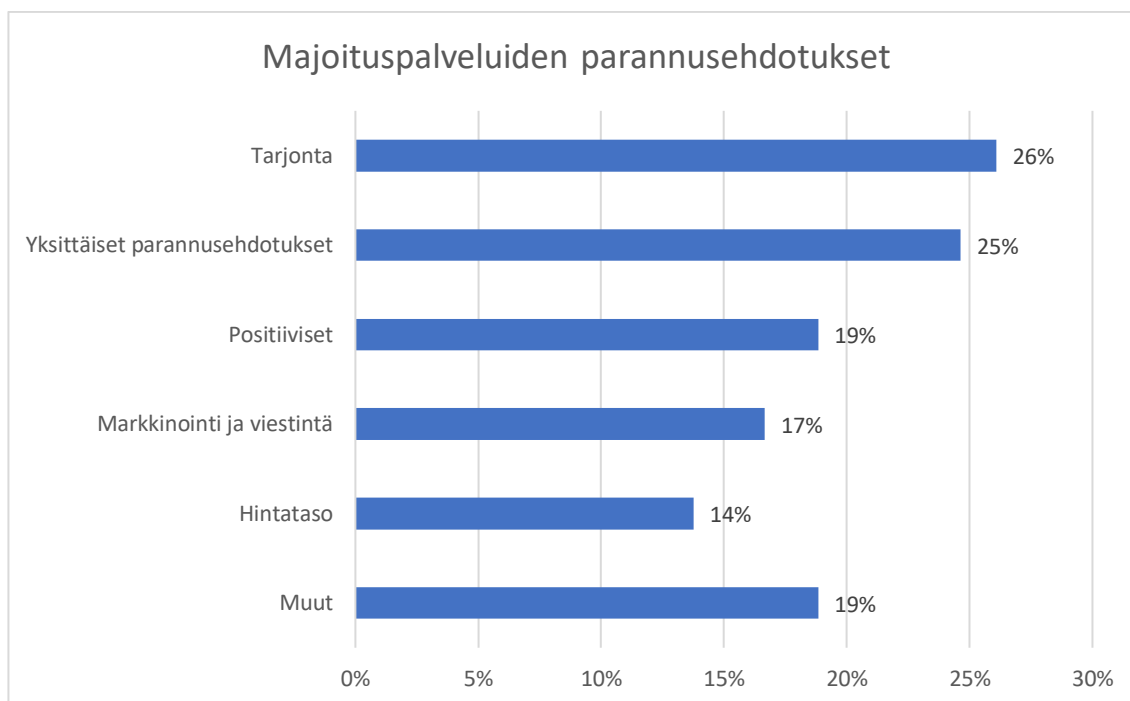
Osa vastauksista oli päivämatkaajilta, Turun alueen ulkopuolella majoittuneilta tai vastaajilta, jotka eivät muistaneet majoitusyrityksen nimeä. Tämän kaltaiset vastaukset olemme luokitelleet *muut*-vastauksen alle.

Tuloksiin vaikuttaa se, että osa vastauksissa mainituista majoituspaikoista oli yhteistyökumppaneitamme. Lisäksi osa matkailijoista, erityisesti englanninkieliseen kyselyyn vastanneista, käsitti kysymyksen eri tavalla kuin oli tarkoitettu. 'Accommodation service provider' ymmärrettiin varaussivustona, kuten Booking.com.

2.4.3 Majoituspalveluiden kehitysehdotukset

Tähän avoimeen kysymykseen saimme 153 vastausta, jotka jaoinme 164 vastaukseksi, sillä osa vastauksista sisälsi useamman majoituksen kehittämisenäkökulman.

Eniten (26 % vastanneista) halusi laajempaa tarjontaa Turun alueelle. Esimerkiksi matkailijat halusivat enemmän eritasoisia majoituspalveluita edullisista hostelleista aina taksokkaiseen usean tähden hotelleihin. Erityisesti kesäajalle toivottiin laajempaa majoitustarjontaa, sillä matkailijoiden omien kokemusten perusteella oli vaikea löytää majoitusta monen hotellin ollessa täynnä sesonkiaikana. Toiseksi eniten vastaajat antoivat yksittäisiä parannusehdotuksia (25 %), jotka liittyivät vastaajan käyttämään majoituspalveluun. Vastaukset käsittivät niin kokolattiamattojen poistamista hotellista kuin toimivan ilmastointilaitteen puuttumista. Kolmanneksi eniten vastauksia tuli positiivisiin kokemuksiin liittyen (19 %), vaikka kysymyksessä pyydettiin kehittämiskohteita. Nämä vastaajat kertoivat olevansa tyytyväisiä tämän hetkiseen majoituspalveluiden tasoon ja tarjontaan, eivätkä näin ollen kokeneet tarvetta parannuksille. Matkaajat, jotka antoivat palautetta markkinoinnista ja viestinnästä (17 %), toivoivat enemmän kieliversioita majoituspalveluiden sivuille ja että majoituspalvelut olisivat helpommin verrattavissa toisiinsa esimerkiksi samalla verkkosivulla. Osa matkailijoista vastasi, ettei keksi parannusehdotuksia tai että ovat vain päivämatkalla. Tämän kaltaiset vastaukset lajittelimme muihin vastauksiin (kuvio 30).



Kuvio 30. Majoituspalveluiden parannusehdotukset.

2.5 Muiden palveluiden etsiminen ja varaaminen

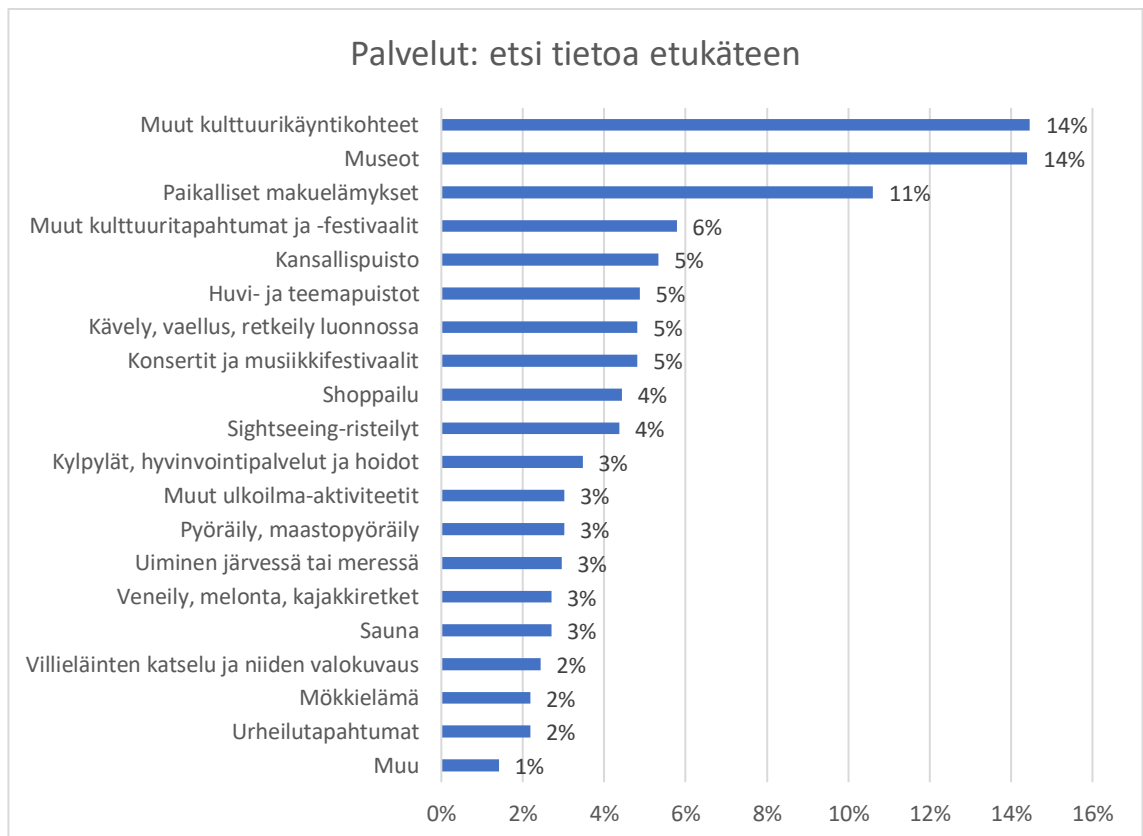
Tässä kappaleessa käsitellään matkailijakyselyn kysymystä 16.

Tähän kysymykseen vastasi yhteensä 576 matkailijaa. Kysymyksessä eri vastausvaihtoehtoisissa halusimme selvittää, mistä palveluista he etsivät tietoa etukäteen, mitä palveluita matkailijat varaavat etukäteen ja mitä he valitsevat paikan päällä. Vastaukset käsitellään erikseen kunkin mainitun kolmen näkökulman osalta.

Kysymyksen asettelu oli monelle vastaajalle ilmeisesti hankala hahmottaa, mikä on oletettavasti vaikuttanut tuloksiin ja siksi tämän alaluvun tuloksiin on suhtauduttava pienellä varauksella. Huomasimme seurattessamme kyselyn vastaajien reaktioista, että kysymystä 16 ei aina ymmärretty tarkoitetulla tavalla. Matkailijoiden vastaukset kyseiseen kysymykseen eivät myöskään vastanneet havaintojamme. Esimerkiksi matkailija, joka oli juuri astunut ulos museosta, ei aina ollut vastannut käyneensä museoissa matkansa aikana. Myöskään ilmaus 'valitsin paikan päällä' ei ollut kaikille ymmärrettävä, vaan vastaaja saattoi kysyä, mitä tuo 'paikan päällä' tarkoittaa. Mahdollisissa tulevilla matkailijatutkimuksissa kysymystä kannattaa selkeyttää.

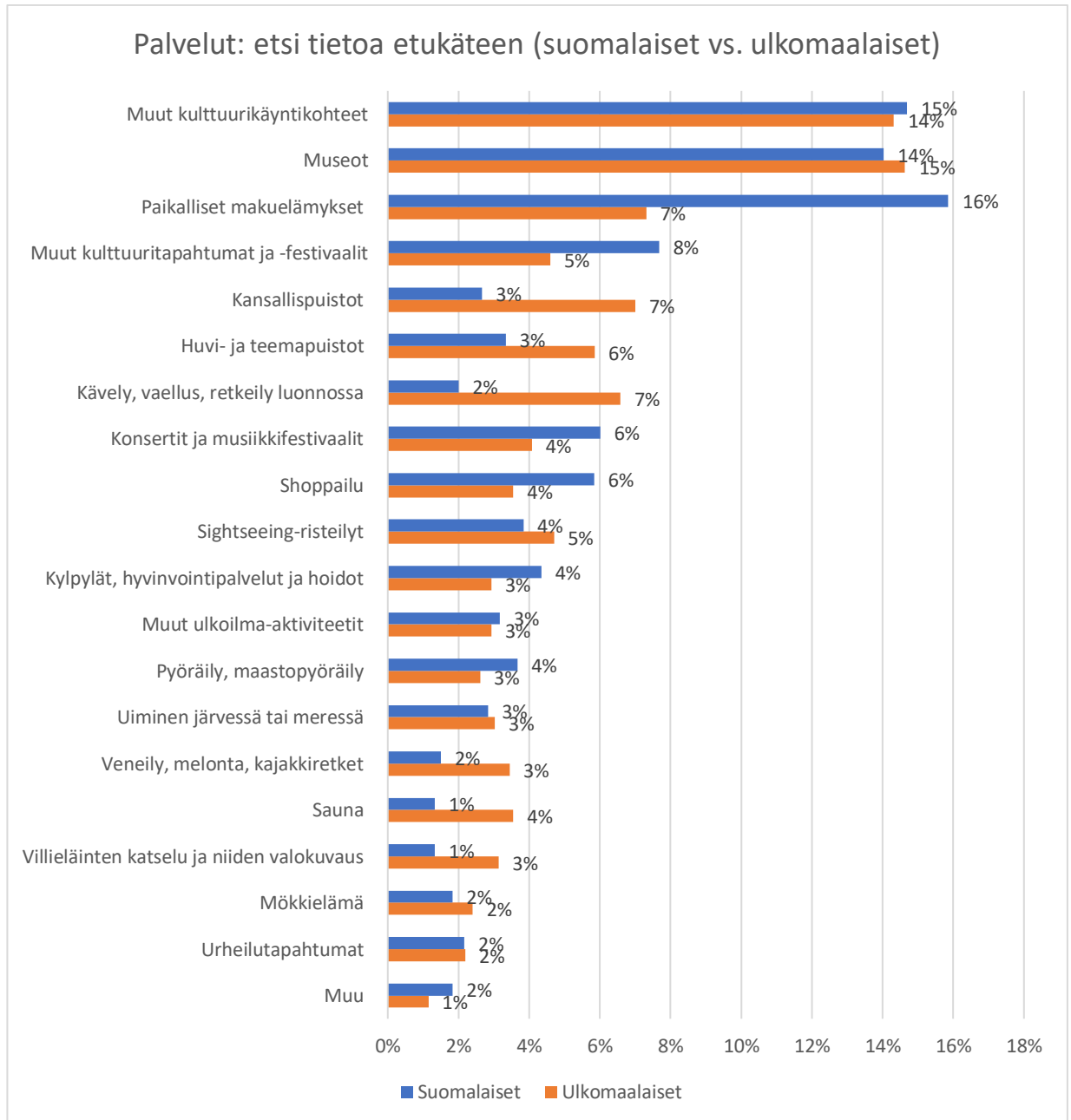
2.5.1 Tiedon etsiminen etukäteen

Muiden kuin majoituspalveluiden etukäteen tapahtuneeseen tiedon etsimiseen saimme 1556 vastausta (kuvio 31). Kyselymme mukaan matkailijat etsivät eniten tietoa muista kulttuurikäyntikohteista sekä museoista, molempia 14 prosentilla. Kolmanneksi eniten matkajaat etsivät tietoa paikallisista makuelämyksistä 11 prosentilla.



Kuvio 31. Palvelut: etsi tietoa etukäteen.

Vertailtaessa suomalaisten ja ulkomaalaisten vastauksia, erityisesti suomalaiset etsivät tietoa etukäteen paikallisista makuelämyksistä, kun taas ulkomaalaiset etsivät suomalaisia enemmän etukäteen tietoa kansallispuistoista ja reiteistä luonnossa (kuvio 32).



Kuvio 32. Palvelut: etsi tietoa etukäteen (suomalaiset vs. ulkomaalaiset).

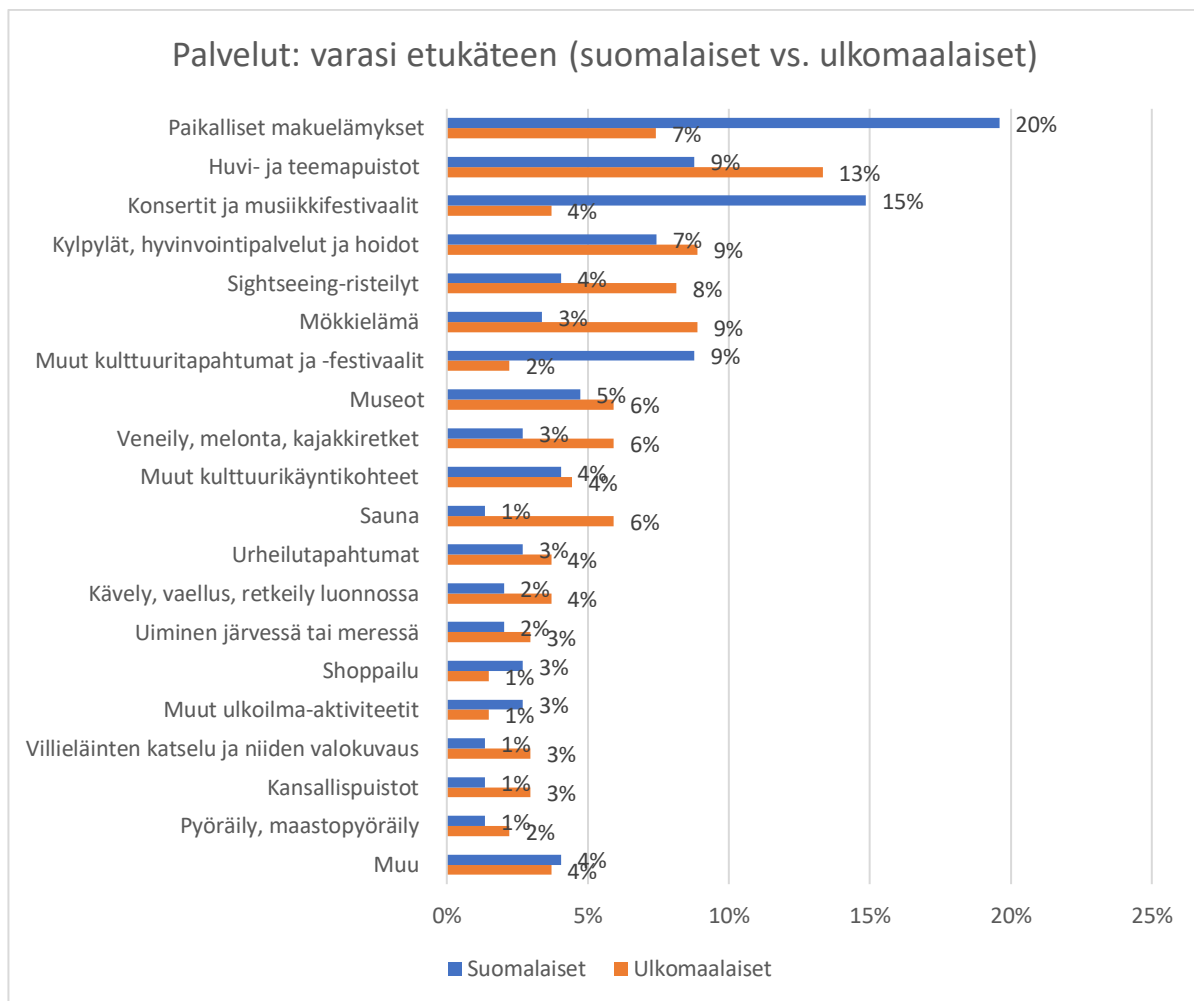
2.5.2 Varaus etukäteen

Etukäteen muiden palveluiden kuin majoituksen varaamiseen vastasi 283 matkaja (kuvio 33). Etukäteen varattiin listatuista vaihtoehdoista eniten paikallisia makuelämyksiä, 14 prosenttia. Toiseksi suurin etukäteen varattu palvelukategoria oli huvi- ja teemapuistot 11 prosentilla. Konsertteihin ja musiikkifestivaaleihin varauksen teki etukäteen 10 %.



Kuvio 33. Palvelut: varasi etukäteen.

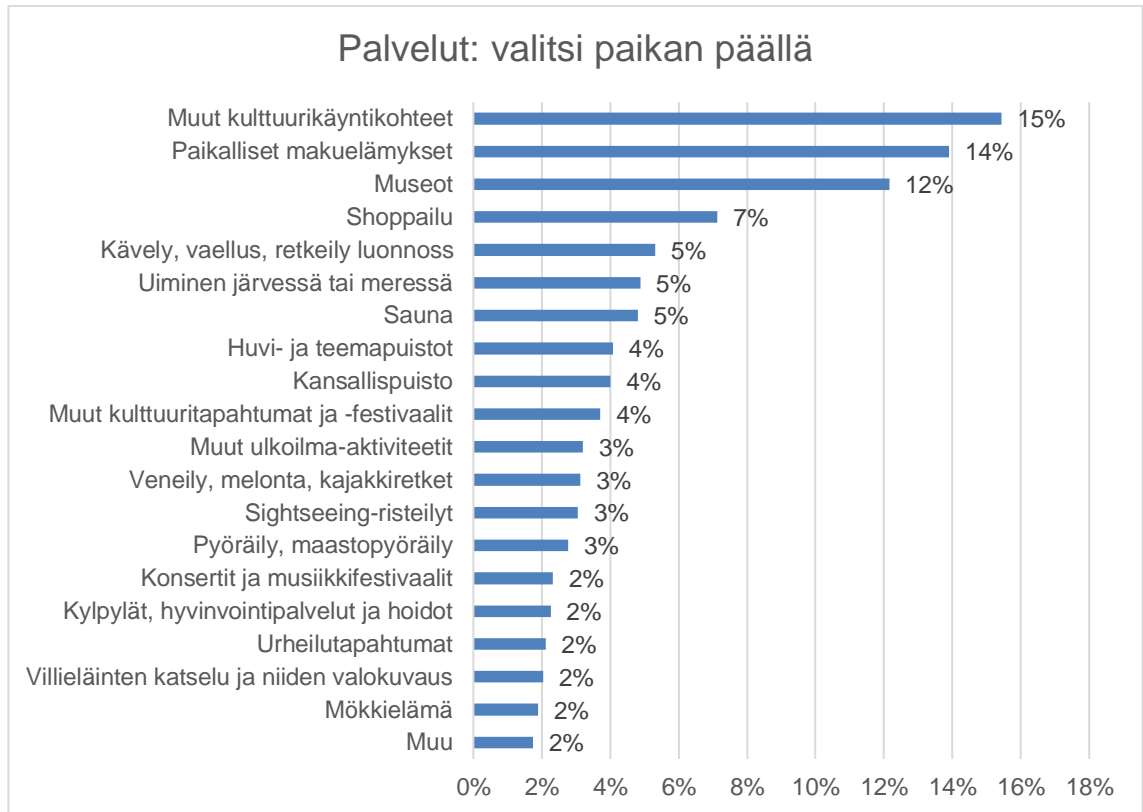
Verratessa suomalaisten ja ulkomaalaisten vastauksia voidaan huomata, että etenkin suomalaiset varaavat etukäteen paikallisia makuelämyksiä, konsertteja ja musiikkifestivaaleja sekä muita kulttuuritapahtumia ja -festivaaleja. Sen sijaan ulkomaalaiset varaavat etukäteen erityisesti huvi- ja teemapuistoja, sightseeing-risteilyjä sekä mökkeilyä (kuvio 34).



Kuvio 34. Palvelut: varasi etukäteen (suomalaiset vs. ulkomaalaiset).

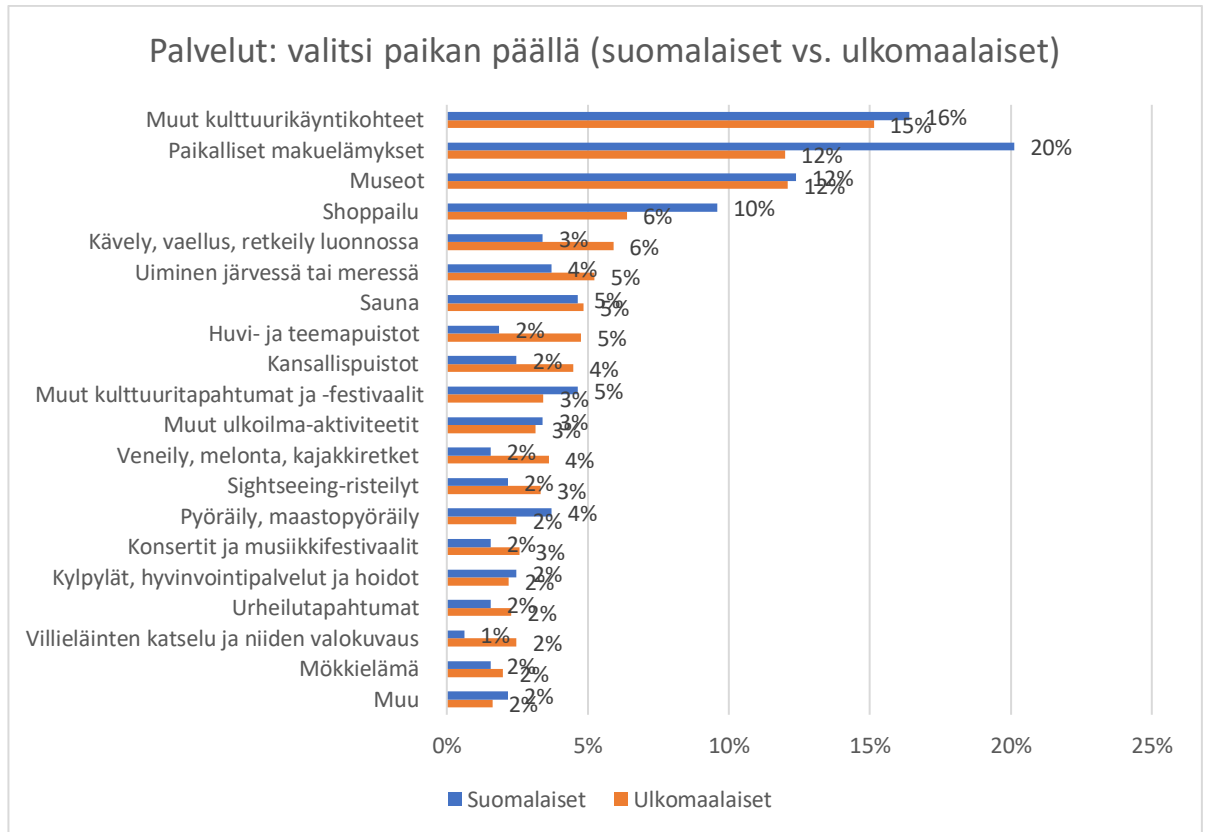
2.5.3 Valitseminen paikan päällä

Paikan päällä valittuja muita palveluja kuin majoitusta koskien saimme yhteensä 1373 vastausta (kuvio 35). Näistä palveluista nousivat muut kulttuurikäyntikohteet 15 prosentilla ykköseksi, ja seuraavina paikalliset makuelämykset 14 prosentilla ja museot 12 prosentilla. Tässä kysymyksessä kahteen aiempaan osioon verrattuna nousija oli shoppailu, 7 prosentilla.



Kuvio 35. Palvelut: valitsi paikan päällä.

Vertailtaessa suomalaisten ja ulkomaalaisten vastauksia suurin ero näkyy siinä, että suomalaiset valitsevat paikallisia makuelämyksiä ja shoppailukohteita paikan päällä huomattavasti enemmän kuin ulkomaalaiset (kuvio 36).



Kuvio 36. Palvelut: valitsi paikan päällä (suomalaiset vs. ulkomaalaiset).

2.6 Kokemukset

Tässä kappaleessa käsitellään matkailijakyselyn kysymykset 17-21, jotka kaikki olivat avoimia kysymyksiä. Avoimet vastaukset teemoiteltiin eri aihealueisiin. Osa vastaajien vastauksista sisälsi useamman kuin yhden aihealueen. Tämän vuoksi osa vastauksista on jaettu useammaksi vastaukseksi.

2.6.1 Odotukset ylittäneet kokemukset

Tähän kysymykseen saimme vastaajilta 399 avointa vastausta, jotka sisältäessään useamman kuin yhden aihealueen jaoimme 549 vastaukseksi (kuvio 37).

Matkaajista 26 % vastasi nähtävyyksien ylittäneen odotukset. Tässä suurin kategoria mainintoja koski Turun museoita 116 vastauksella. Erityisesti Turun linna oli matkaajille suurin odotuksien ylittäjä 69 vastauksella, sillä kävijät pitivät linnan laajoista ja hyvin

suunnitelluista näyttelyistä sekä suomen- ja englanninkielisistä opastuksista. Muita odotuksia ylittäneitä nähtävyystyyppejä olivat kirkot (16 kpl), Turun kauppahalli (5 kpl) ja *muut* (6 kpl).

Matkaajista 10 % vastasi ruuan ja ravintoloiden ylittäneen odotukset. Vastaukset olivat yksittäisiä positiivisia kokemuksia 23 eri ravintolasta ja 30 yleistä kommenttia Turun alueen ravintolapalveluista. Naantalia koski myös 10 % vastauksista, jotka jakautuivat Muumi-maailman (30 kpl) ja Naantalin kaupungin (23 kpl) välillä. Majoituksen 9 %:n vastauksissa oli yksittäisiä kommentteja eri majoituspalvelun tarjoajista ja yleisiä mielipiteitä alueen tarjonnasta. Positiivisia kommentteja kategorisoitiin seuraavaksi eniten teemoihin liikkuminen 8 %, saaristo 7 %, Aurajoen ranta 6 %, luonto 5 %, viihde ja tapahtumat 2 % sekä ostokset 1 %. *Muut* kategoriaan (21 %) lajittelimme yksittäiset kokemukset, joita olivat esimerkiksi puhdas kaupunki ja hyvä sää. Lisäksi 2 % vastauksista ei koskenut tutkittua aluetta, eli Turun seutua.



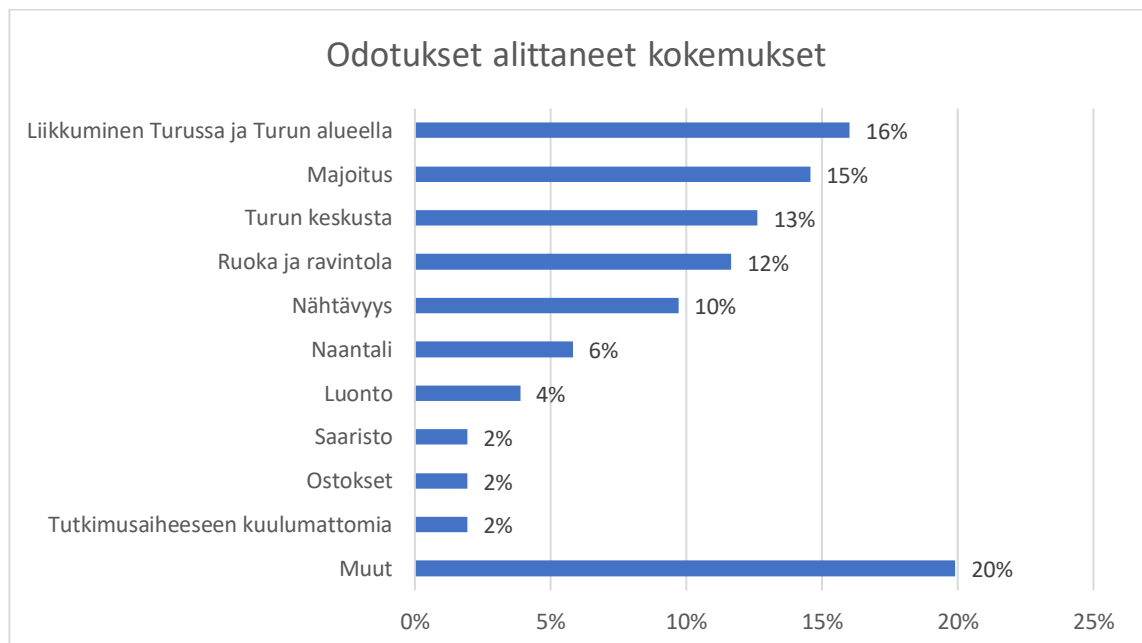
Kuvio 37. Odotukset ylittäneet kokemukset.

2.6.2 Odotukset alittaneet kokemukset

Tähän kysymykseen saimme vastaajilta 184 avointa vastausta, jotka jaoimme 206 vastaukseksi, koska osa vastauksista sisälsi useita eri aihealueita (kuvio 38).

Vastaajista 16 % vastasi liikkumisen Turussa ja Turun alueella alittaneen heidän odotuksensa. Kategorian sisällä ei noussut yksikään liikkumistapa, kuten kävely tai julkinen liikenne, erityisen ongelmalliseksi. Vastauksista oli kuitenkin havaittavissa, että liikkumistavasta riippumatta ongelmaksi koettiin sekavuus. Esimerkiksi matkailijat eivät ymmärtäneet, miten eri liikkumistapoja käytettiin aikataulujen tai lipun ostamisen suhteen tai he eivät ymmärtäneet tai löytäneet tarvitsemiaan opasteita/kylttejä liikkuessaan nähtävyyksille tai hakiessaan pysäköintipaikkoja.

Vastaajista 15 % vastasi majoituspalvelun alittaneen heidän odotuksensa. Vaikka muutama majoituspalvelun tarjoajista mainittiin nimeltä, useimmat vastaukset käsitelivät yksittäisiä puutteita. Turun keskustaa koski 13 % vastauksista; puolet käsitelti keskustaluonnon remontteja ja rakennustyömaita sekä niiden vaikutusta viihtyvyyteen, kun taas toinen puoli käsitelti yleistä viihtyvyyttä kuten harmaata miljööä ja julkisten vessojen puutetta. Muita odotukset alittaneita kokemuksia liittyi teemoihin ruoka ja ravintolat 12 %, nähtävyydet 10 %, Naantali 6 %, luonto 4 %, saaristo 2%, ostokset 2 % ja muut 20 %. Lisäksi 2 % vastauksista ei koskenut tutkittua aluetta, eli Turun seutua.



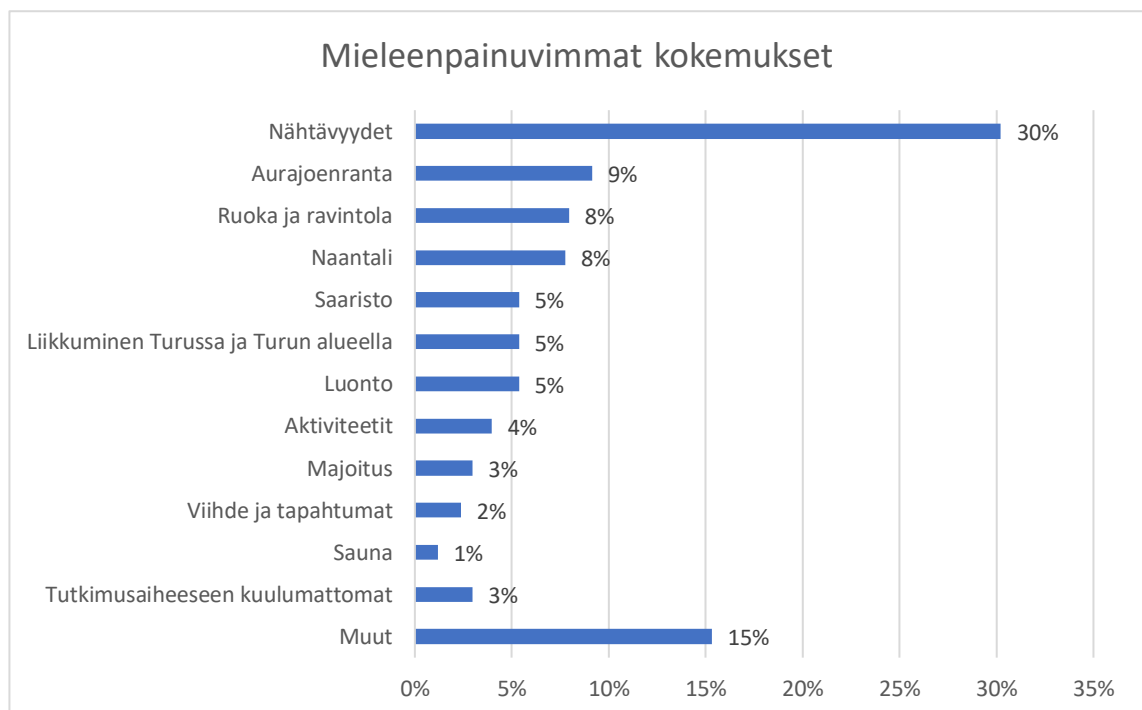
Kuvio 218. Odotukset alittaneet kokemukset.

2.6.3 Mieleenpainuvimmat kokemukset

Tähän kysymykseen saimme vastaajilta 369 avointa vastausta, jotka jaoin 503 vastaukseksi, koska osa vastauksista sisälsi useita eri aihealueita (kuvio 39).

Vastaajista 30 prosenttia koki nähtävyydet Turun alueella ikimuistoisimmaksi kokemukseksi ja tässäkin Turun linna nousi suurimmaksi kategoriaksi saadessaan yhteensä 114 nähtävyyksiä koskeneista maininnoista 74 kpl. Aurajoen ranta nousi tässä toiseksi suurimmaksi aiheeksi (9 %). Vastaajat mainitsivat jokirannan olevan viihtyisä ja kuvankaunis ja siksi mieleenpainuva. Myös alueen palvelut olivat matkailijoiden mieleen.

Ruoka ja ravintolat saivat 8 % vastauksista matkajien kertoessa yksittäisistä onnistuneista ravintolakokemuksista. Naantalia koskeneissa 8 %:ssa vastauksia nousi mieleenpainuvammaksi kokemukseksi Muumimaailma. Saariston (5 %), Turun alueella liikkumisen (5 %) ja luonnon (5 %) aihealueiden vastauksissa näkyivät matkailijoiden kokemukset kauniista luonnosta ja veden läheisyys esimerkiksi vesibussien ja höyrylaivaristeilyjen muodossa. Muut kategoriat liittyen mieleen painuneisiin kokemuksiin olivat aktiviteetit 4 %, majoitus 3 %, viihde ja tapahtumat 2 %, sauna 1 % ja muut 15 %. Lisäksi 3 % vastauksista ei koskenut tutkittua aluetta, eli Turun seutua.



Kuvio 39. Mieleenpainuvimmat kokemukset.

2.6.4 Matkailijoiden kehitysehdotukset

Tähän kysymykseen saimme vastaajilta 208 avointa vastausta, jotka jaoin 232 vastaukseksi, koska osa vastauksista sisälsi useita eri aihealueita (kuvio 40).

Vastaajista 24 prosenttia koki, että viestintää ja Turun alueen markkinointia voisi kehittää. Viestinnässä tärkeimmäksi kehittämiskohteeksi koettiin eri kieliversioiden ja käännösten saaminen esimerkiksi suomenkielisten kylttien rinnalle. Niin kotimaiset kuin kansainväliset matkajat kokivat, ettei Turun alue ole riittävän tunnettu ja siksi markkinointia pitäisi lisätä esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Myös tiedonsaannin helpottamista kootuilla ja yksinkertaisilla verkkosivuilla tai lisäämällä turistien infopisteitä ehdotettiin.

Vastauksista 16 prosenttia käsitteli palveluita Turun seudulla. Kehitysehdotukset koskivat nähtävyyksien, ravintoloiden ja kauppojen pidempiä aukioloaikoja sekä toivetta suuremmasta määrästä erikoisliikkeitä. Myös erilaiset kierrokset, kuten kävelykierrokset ja jokiristeilyt historiallisella näkökulmalla, olivat myös toivottuja palveluita.

Vastauksista 11 prosenttia käsitteli liikkumista Turussa ja Turun seudulla. Näissä oli erinäisiä ehdotuksia paremmista pyöräteistä ja vaihtoehtoisista liikkumistavoista Turun saaristossa. Muut aihealueet olivat ruoka ja ravintolat 6 %, nähtävyydet 5 %, viihde ja tapahtumat 5 %, majoitus 4 %, aktiviteetit 4 %, luonto 3 %, hintataso 3 %, ja muut 17 %. Lisäksi 1 % vastauksista ei koskenut tutkittua aluetta, eli Turun seutua.



Kuvio 4022. Matkailijoiden kehitysehdotukset.

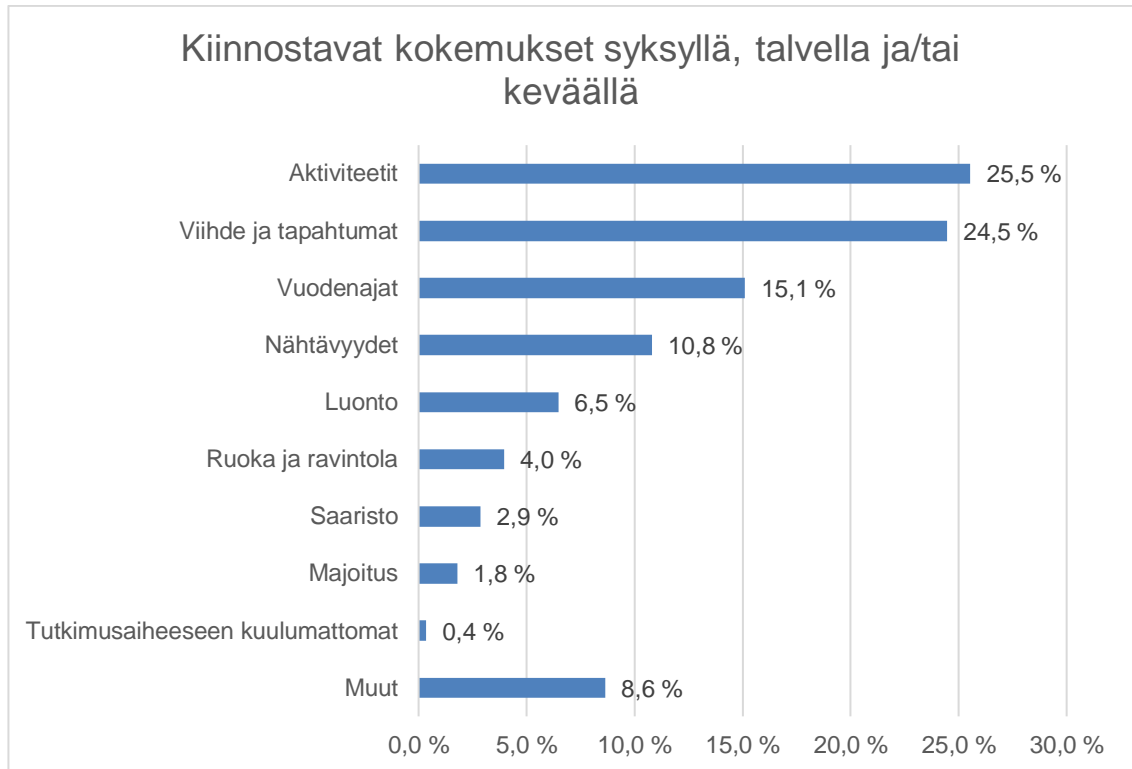
2.6.5 Kiinnostavat kokemukset syksyllä, talvella ja/tai keväällä

Tässä kysymyksessä kysimme, mitkä kokemukset kiinnostaisivat matkajia eri vuodenaikoina Turun seudulla. Tähän saimme vastaajilta 203 avointa vastausta, jotka jaoinme 278 vastaukseksi, koska osa vastauksista sisälsi useita eri aihealueita (kuvio 41).

Vuodenaajoista talvi kiinnosti eniten matkajia ja erityisesti ulkomaalaisia. Aktiviteetit nousivat suurimmaksi kiinnostuksen kohteeksi (25,5 %) ja sen alle kategorisoiduista vastauksista moni käsitteli talviurheilua ja -aktiviteetteja kuten hiihtämistä ja lumiukon rakentamista. Keväällä matkajia kiinnostivat luonto ja saaristo. Kesää suosivat kylmää karttavat matkajat ja syksyllä kiinnosti saariston luonto.

Vastaajista 24,5 % mainitsi viihteen ja tapahtumat, mikä osoitti, että suomalaiset matkajat olisivat kiinnostuneita matkustamaan Turun alueelle erilaisten konserttien ja teatteritapahtumien takia ympäri vuoden. Myös joulun- ja talvimarkkinat kiinnostivat niin kotimaisia kuin kansainvälisiä matkustajia.

Nähtävyydet-kategoriaan (10,8 %) laskettiin vastaukset koskien sisätilojen nähtävyyksiä, kuten museoita, joissa vierailu onnistuu vuodenajasta riippumatta. Muut vastausteemat olivat luonto 6,5 %, ruoka ja ravintola 4,0 %, saaristo 2,9 %, majoitus 1,8 % ja muut 8,6 %. Lisäksi 0,4 % vastauksista ei koskenut tutkittua aluetta, eli Turun seutua.



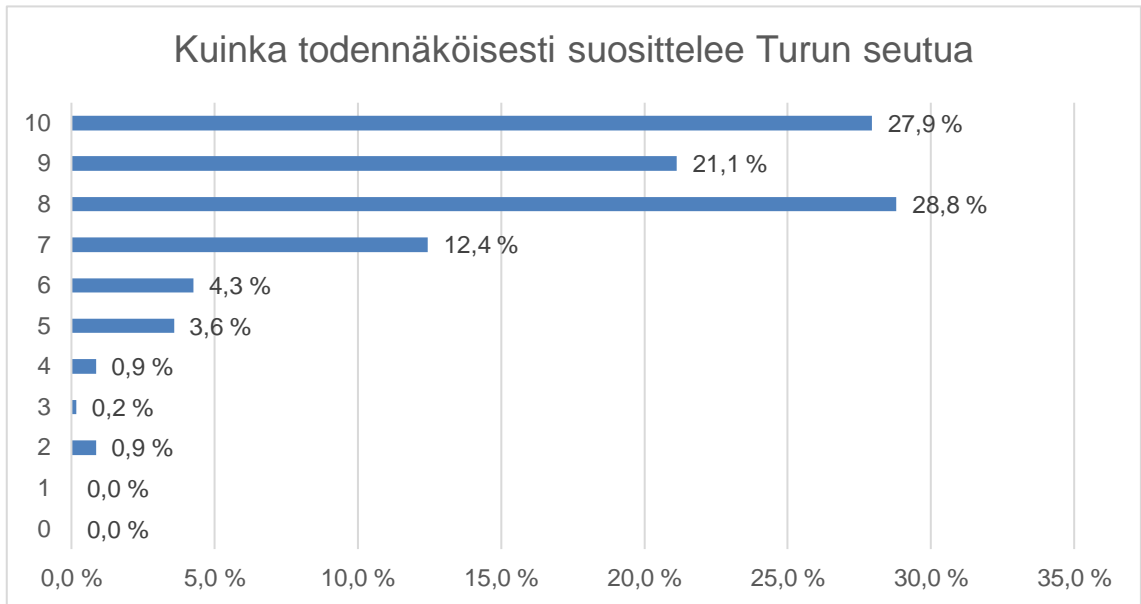
Kuvio 41. Kiinnostavat kokemukset syksyllä, talvella ja/tai keväällä.

2.7 Todennäköisyys matkailijan suositukselle

Viimeisenä kysymyksenä kysyimme, kuinka todennäköisesti matkaja suosittelisi Turun seutua matkailukohteena tuttavalleen. Arvoasteikko oli 0-10, jossa 0 = todennäköisesti ei suosittelisi ja 10 = suosittelisi hyvin todennäköisesti.

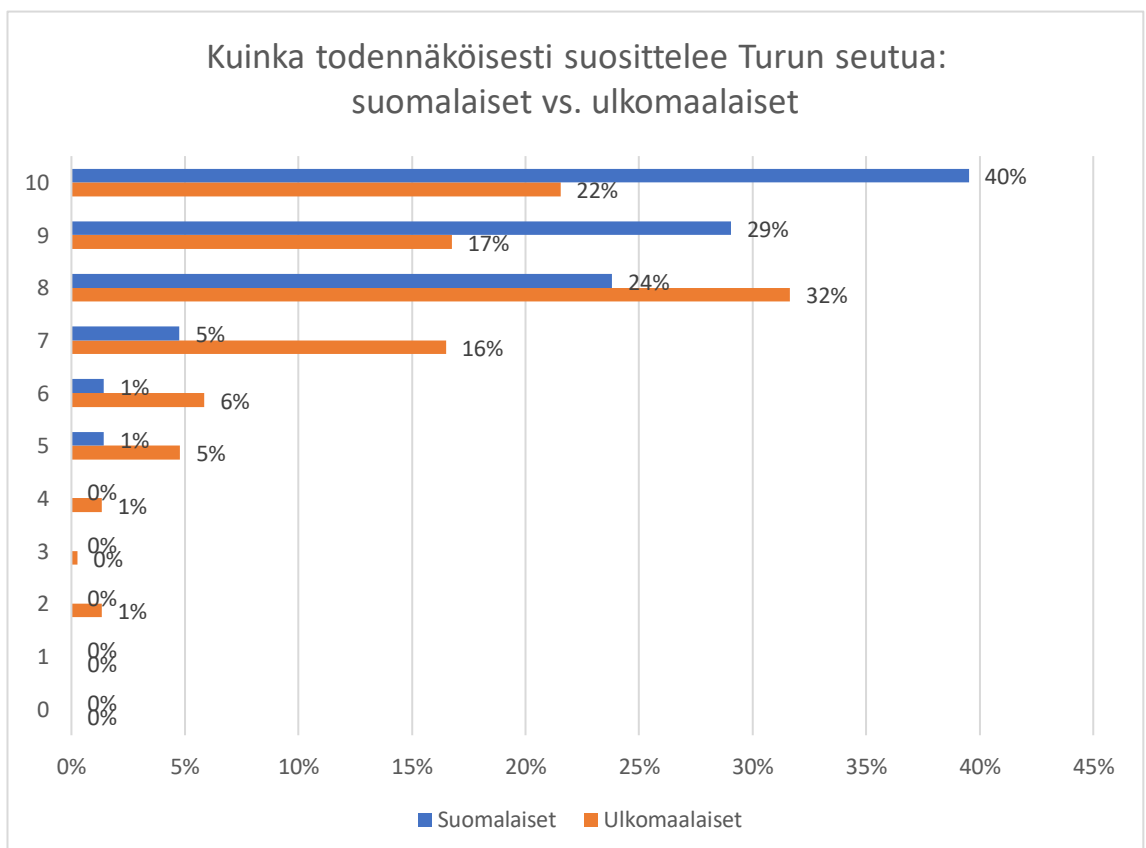
Tähän kysymykseen saimme 587 vastausta (kuvio 42). Suurin ryhmä eli 28,8 % matkailijoista vastasi 8, toiseksi eniten eli 27,9 % matkailijoista vastasi 10 eli suosittelisi hyvin todennäköisesti, kolmanneksi eniten eli 21,1 % vastanneista vastasi 9.

Suositteluindeksiksi saatiin luku 39, joka laskettiin NPS eli Net promoter score:n avulla. Kyselytutkimusohjelmisto SurveyMonkeyn mukaan NPS-järjestelmä pyrkii mittaamaan asiakkaiden tyytyväisyyden lisäksi myös sen, pitävätkö asiakkaat yrityksestäsi niin paljon, että he kertovat siitä ystävilleen. Toivosen mukaan pistemäärä vaihtelee välillä -100 (jokainen asiakas on arvostelija) ja 100 (jokainen asiakas on suosittelija). Yleisesti pistelukua 50 korkeammat tulokset määritellään erinomaisiksi. (Toivonen, 2016.)



Kuvio 23. Kuinka todennäköisesti suosittelee Turun seutua.

Vertaillen suomalaisien ja ulkomaalaisten yleisarvosanoja voidaan huomata, että suomalaiset ovat antaneet arvosanoja suopeammin Turun seudulle (kuvio 43). Suomalaisien NPS luku oli 66 ja ulkomaalaisten 25.



Kuvio 43. Kuinka todennäköisesti suosittelee Turun seutua: suomalaiset vs. ulkomaalaiset.

LÄHTEET

Toivonen, M. 2016. NPS eli Net Promoter Score – “Kuinka todennäköisesti suosittelisit tätä yritystä ystävällesi tai työtoverillesi?” Viitattu 20.12.2019. <https://finnchat.com/nps-eli-net-promoter-score-kuinka-todennakoisesti-suosittelet-tata-yritysta-ystavallesi-tai-tyotoverillesi/>

SurveyMonkey. Net Promoter® Score -mittarin vahvuudet ja heikkoudet: Miksi NPS:ää tulisi käyttää? Viitattu 20.12.2019. <https://fi.surveymonkey.com/mp/nps-pros-cons-why-use-nps/>

TUTKIMUS- JA ANALYSOINTIKESKUS TAK. 2018. Visit Finland matkailijatutkimus 2018. Viitattu 15.12.2019. <https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/travel/studies/visit-finland-matkailijatutkimus-2018.pdf>

Matkailijakysely 2019 – Turun Seutu

Turku Science Park sekä Turun ammattikorkeakoulu toteuttavat yhteistyössä tämän asiakaskyselyn. Kyselyn tarkoituksena on saada tietoa matkailijan matkansuunnittelusta Turun seudulle ja mielenkiinnon kohteet. Jotta tutkimus onnistuisi, on tärkeää, että vastaatte kyselyyn huolellisesti vierailunne aikana tai matkan jo päätyttyä. Kyselyssämme Turun seutu käsittää seuraavat alueet: Turku, Kaarina, Raisio, Naantali, Rusko, Sauvo, Nousiainen, Masku, Lieto, Mynämäki ja Paimio. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti.

Palauttakaa täytetty lomake suljetussa kirjekuoressa vastaanottoon.

Kiitos arvokkaasta palautteestanne!

1. Sukupuoli

- Nainen
- Mies
- Muu

2. Kansalaisuus

- Suomi
- Ruotsi
- Venäjä
- Kiina
- Japani
- Viro
- Saksa
- Iso-Britannia
- Ranska
- Muu, mikä? _____

3. Tämän hetkinen kotimaakunta

- | | | | |
|---------------------------------------|---|---------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Ahvenanmaa | <input type="radio"/> Etelä-Karjala | <input type="radio"/> Etelä-Pohjanmaa | <input type="radio"/> Etelä-Savo |
| <input type="radio"/> Kainuu | <input type="radio"/> Kanta-Häme | <input type="radio"/> Keski-Pohjanmaa | <input type="radio"/> Keski-Suomi |
| <input type="radio"/> Kymenlaakso | <input type="radio"/> Lappi | <input type="radio"/> Pirkanmaa | <input type="radio"/> Pohjanmaa |
| <input type="radio"/> Pohjois-Karjala | <input type="radio"/> Pohjois-Pohjanmaa | <input type="radio"/> Pohjois-Savo | <input type="radio"/> Päijät-Häme |
| <input type="radio"/> Satakunta | <input type="radio"/> Uusimaa | <input type="radio"/> Varsinais-Suomi | |

4. Ikä

- 15-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65-74
- 75-84
- 85+

5. Kuinka monta kertaa olet matkustanut Turun seudulle viimeisen vuoden aikana pois lukien työmatkat?

- Tämä on ensimmäinen kertani 2-3 kertaa 4 kertaa tai useammin

6. Montako päivää matkasi Turun seudulla kestää/kesti?

- 1-2 päivää 3-4 päivää 5-6 päivää 7+ päivää

7. Matkustan/matkustin viimeksi Turun seudulla

- yksin ystäväni kanssa perheeni kanssa kumppanini kanssa

muussa seurueessa, millaisessa? _____

8. Turun seutu on/oli

- matkani ainoa kohteeni ensisijainen kohteeni

toissijainen kohteeni, ensisijainen kohteeni on/oli:

yksi monesta kohteesta, muut matkani tärkeimmät kohteet ovat/olivat:

9. Suunnitellessani matkaa ensisijainen tarkoitus/kiinnostuksen kohde Turun seudulla oli

Saaristo ja luonto

Nähtävyydet

Ruoka ja ravintolat

Kulttuuri (esimerkiksi museot, näyttelyt)

Aktiviteetti (esimerkiksi pyöräily, veneily, kalastus vaellus)

Ostosten teko

Ajan viettäminen läheisten kanssa

Hyvinvointi (esimerkiksi kylpylä)

Työmatka

Tapahuma/festivaali, mikä? _____

Muu, mikä? _____

10. Minkä koit itsellesi Turun seudun tärkeimpänä vetovoimatekijänä matkan suunnitteluvaiheessa?

- Saaristo ja luonto
- Nähtävyydet
- Kulttuuri ja historia (esimerkiksi museot, näyttelyt)
- Aktiviteetit (esimerkiksi veneily, pyöräily kalastus, vaellus)
- Ruoka ja ravintolat
- Ostokset
- Hyvinvointi (esimerkiksi kylpylät)
- Tapahtuma/festivaali, mikä? _____
- Muu, mikä? _____

11. Mitä kautta sait tietoa ennakkoon sinua kiinnostavia palveluista, paikoista ja tapahtumista Turun seudulla?

- Blogit
- Visit Finland -verkkosivut
- Visit Turku/Naantali -verkkosivut
- TripAdvisor
- Verkkokonehaku (Google)
- Matkailuyrityksen/-yritysten omat sivut
- Verkossa olevat tapahtumakalenterit
- Matkatoimisto, matkanjärjestäjä, matkailuneuvonta
- Painetut matkailuesitteet, matkailulehdet ja opaskirjat
- Lehtimainokset
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Pinterest
- Tuttavan kautta
- Muuta kautta, mitä? _____

12. Mitä kautta etsit ensisijaisesti tietoa majoitusmahdollisuuksista Turun seudulla?

- Etsimällä hakukoneen (esimerkiksi Google) avulla
- Matkatoimiston, matkanjärjestäjän tai matkailuneuvonnan kautta
- Etsimällä hotellihakukoneen (esimerkiksi Trivago) avulla
- Suoraan majoitusyrityksen/-yrityksien verkkosivuilta
- Etsimällä sähköisiltä majoituspalvelualustoilta (esimerkiksi Booking.com, Expedia.com, Hotels.com, Airbnb, TripAdvisor)
- Liikenneyhtiön kautta (esimerkiksi lento-, laiva- tai linja-autoliikenneyritys)
- Kysymällä tuttavalta
- Muuta kautta, mistä? _____

13. Millaista majoitusvaihtoehtoista etsit tietoa matkallesi? Mitä majoitusvaihtoehtoja käytit?

| | Etsin tietoa | Käytin/käytän |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Hotelli tai motelli | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Leirintäalue, vuokramökki, retkeilymaja | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vuokra-asunto (esimerkiksi Airbnb) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Maatilamatkailumajoitus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Bed and Breakfast | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Oma asunto tai mökki | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Majoitus tuttavien luona | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muu, mikä? _____ | | |

14. Missä majoitusyrityksessä/-yrityksissä yövyt/yövyit? Nimeä yritys/yritykset?

15. Miten kehittäisit kokemuksesi perusteella Turun seudun majoituspalveluita?

16. Mistä käyntikohteista tai aktiviteeteista etsit tietoa etukäteen? Mitä varasit etukäteen? Mitä valitsit paikan päällä?

| | Etsin tietoa | Varasin etukäteen | Valitsin paikan päällä |
|---|-----------------------|-----------------------|------------------------|
| Museot | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muut kulttuurikäyntikohteet (rakennukset, linnat) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Urheilutapahtumat | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Konsertit ja musiikkifestivaalit | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muut kulttuuritapahtumat ja -festivaalit (taidenäyttelyt, teatteri, opastetut kierrokset yms.) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Paikalliset makuelämykset (ravintolat, kahvilat, ruokakävelyt, kurssit, marjojen ja sienten poiminta) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Huvi- ja teemapuistot | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kylpylät, hyvinvointipalvelut ja hoidot | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mökkielämä | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sauna | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Veneily, melonta, kajakkiretket | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sightseeing-risteilyt | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Uiminen järvessä tai meressä | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kansallispuistot | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Villieläinten katselu ja niiden valokuvaus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kävely, vaellus, retkeily luonnossa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Pyöräily, maastopyöräily | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muut ulkoilma-aktiviteetit | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Shoppailu | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Muu, mikä? _____ | | | |

17. Mitkä paikat, kokemukset ja/tai palvelut matkallasi ylittivät odotuksesi? Miten?

18. Mitkä paikat, kokemukset ja/tai palvelut eivät vastanneet odotuksiasi? Miksi?

19. Mitkä paikat, kokemukset tai palvelut olivat mieleenpainuvimmat matkallasi? Miksi?

20. Miten Turun seutua voisi mielestäsi kehittää matkailukohteena? Esimerkiksi, mitä palveluita jäit kaipaamaan?

21. Millaiset kokemukset kiinnostavat sinua Turun seudulla syksyllä, talvella ja/tai keväällä?

22. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Turun seutua matkailukohteena tuttavillesi? Asteikko 0-10, jossa 0 = Todennäköisesti en suosittelen, 10 = Suosittelen hyvin todennäköisesti.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Turistenkät 2019 – Åboregionen

Turku Science Park och Åbo yrkeshögskola genomför denna kundenkät tillsammans. Vi ber dig vänligen hjälpa oss att göra Åboregionen till ett ännu mer lockande resmål! Syftet med enkäten är att få information om hur resenärer planerar sin resa till Åboregionen samt om deras intressen, erfarenheter och utvecklingsförslag. För att undersökningen ska lyckas är det viktigt att du besvarar enkäten omsorgsfullt under besöket eller så fort resan är över. I vår enkät omfattar Åboregionen bl.a. Åbo, Nådendal, S:t Karins och Reso. Vänligen returnera den ifyllda blanketten till lådan som finns bredvid blanketterna eller fyll i enkäten på följande adress:

Tack för din värdefulla respons!

1. Kön

- Kvinna
- Man
- Annat

2. Medborgarskap

- Finland
- Sverige
- Ryssland
- Kina
- Japan
- Estland
- Tyskland
- Storbritannien
- Frankrike
- Nådot annat, vad? _____

4. Ålder

- 15–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54
- 55–64
- 65–74
- 75–84
- 85+

5. Hur många gånger har du rest till Åboregionen under det senaste året, med undantag av arbetsresor?

- Det här var första gången
- 2-3 gånger
- 4 eller fler gånger

6. Hur många dagar räcker/räckte din resa till Åboregionen?

- 1-2 dagar
- 3-4 dagar
- 5-6 dagar
- 7+ dagar

7. Jag reser/reste senast i Åboregionen

- ensam
- med vänner
- med min familj
- med min partner
- i annat sällskap, vilket? _____

8. Åboregionen är/var

- mitt enda resmål
- mitt huvudsakliga resmål
- mitt andrahandsresmål, mitt huvudsakliga resmål var:

- ett av flera resmål, de andra viktigaste resmålen under min resa var:

9. När jag planerade resan var det huvudsakliga syftet/mitt huvudsakliga intresse i Åboregionen:

- Skärgården och nature
- Sevärdheter
- Mat och restauranger
- Kultur (till exempel museer, utställningar)
- Aktiviteter (till exempel cycling, båtliv, fiske, fotvandring)
- Shopping
- Att tillbringa tid med mina närmaste
- Välbefinnande (till exempel spa)
- Arbetsresa
- Evenemang/festival, vilket/vilken? _____
- Något annat, vad? _____

10. Vad hade den största dragningskraften i Åboregionen för dig under resans planeringsskede?

- Skärgården och nature
- Sevärdheter
- Kultur och historia (till exempel museer, utställningar)
- Aktiviteter (till exempel båtliv, cycling, fiske, fotvandring)
- Mat och restauranger
- Shopping
- Välbefinnande (till exempel spa)
- Evenemang/festivaler, vilket/vilken? _____
- Något annat, vad? _____

11. Varifrån fick du information på förhand om tjänster, platser och evenemang som intresserade dig i Åboregionen? Du kan välja flera alternative.

- Bloggar
- Webbplatsen Visit Finland
- Webbplatsen Visit Turku/Naantali
- TripAdvisor
- Sökmotor (Google)
- Ett/flera turismföretags egen webbplats
- Evenemangskalendrar på webben
- Resebyrå, researrangör, turistinformation
- Tryckta resebroschyrer, resetidningar och guideböcker
- Tidningsannonser
- Facebook
- Instagram
- Youtube
- Pinterest
- Genom en bekant
- Någon annanstans, var? _____

12. Var sökte du i första hand information om övernattningsmöjligheter i Åboregionen?

- Genom att söka på en sökmotor (till exempel Google)
- Genom en resenbyrå, en researrangör eller turistinformation
- Genom att söka på en hotellsökmotor (till exempel Trivago)
- Direkt på ett/flera inkvarteringsföretags webbplats
- Genom att söka på elektroniska inkvarteringsplattformar (till exempel Booking.com, Expedia.com, Hotels.com, Airbnb, TripAdvisor)
- Genom ett trafikbolag (till exempel flyg-, fartygs- eller busstrafikbolag)
- Genom att fråga en bekant
- Någon annanstans, var? _____

13. Vilka övernattningsalternativ sökte du information om för din resa? Vilka övernattningsalternativ använde du?

| | Jag sökte information | Jag använde/ använder |
|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Hotell eller motell | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Campingplats, hyresstyga, vandrarhem | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Hyresbostad (till exempel Airbnb) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Gårdsbruksturism | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Bed and Breakfast | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Egen bostad eller stuga | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Övernattning hos bekanta | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Något annat, vad? | | |

14. I vilket/vilka inkvarteringsföretag övernattar/övernattade du? Ange företagets/företagens namn:

15. Hur skulle du utveckla övernattningstjänsterna i Åboregionen på basis av dina erfarenheter?

16. Vilka besöksmål eller aktiviteter sökte du information om på förhand? Vad bokade du på förhand? Vad valde du på plats?

| | Sökte information | Bokade på förhand | Valde på plats |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Museer | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Andra kulturbesöksmål (byggander, slot) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Idrottsevenemang | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Konserter och musikfestivaler | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Andra kulturevenemang och -festivaler (konstutställningar, teater, guidade rundturer o.s.v.) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Lokala smakupplevelser (restauranger, kaféer, matrundturer, kurser, bär- och svampplockning) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Nöjes- och temaparker | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Spa, behandlingar och tjänster för välbefinnande | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Stugliy | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Bastu | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Båtliv, paddling, kajakutfärder | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sightseeing-kryssningar | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Simma i en sjö eller i havet | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Nationalparker | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Se och fotografera vilda djur | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Promenader, fotvandring, utfärder i nature | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Cykling, terrängcykling | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Andra frilutftsaktiviteter | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Shopping | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

17. Vilka platser, upplevelser och/eller tjänster överträffade dina förväntningar under din resa? Hur?

18. Vilka platser, upplevelser och/eller tjänster motsvarade inte dina förväntningar? Varför?

19. Vilka platser, upplevelser och/eller tjänster var de mest oförlömliga under din resa? Varför?

20. Hur tycker du att man kunde utveckla Åboregionen som besöksmål? Till exempel vilka tjänster tycker du fattades?

21. Hurdana upplevelser intresserar dig i Åboregionen på hösten, vintern och/eller våren?

22. Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera Åboregionen som ett resmål till en bekant? Skala 0 – 10, där 0 = det är inte sannolikt att jag skulle rekommendera, 10 = det är mycket sannolikt att jag skulle rekommendera.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Visitor Survey 2019 – Turku Region

This customer survey is conducted by Turku Science Park and Turku University of Applied Sciences. Please help us make the Turku region into an even more attractive tourist destination! The purpose of the survey is to collect information on how visitors to the Turku region plan their trip, their interests, their experiences and their suggestions for improvements. In order to guarantee the success of the survey, it is important that you answer it carefully during your visit or soon after. Turku region, as it is referred to in our survey, covers Turku, Naantali, Kaarina and Raisio as well as the archipelago nearby. All answers are processed confidentially. Please fill the survey form, enclose it in the envelope and return it to the reception.

Thank you for your valuable feedback!

1. Gender

- Female
- Male
- Other

2. Nationality

- Finland
- Sweden
- Russia
- China
- Japan
- Estonia
- Germany
- Great Britain
- France
- Other, please specify _____

4. Age

- 15-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65-74
- 75-84
- 85+

5. How many times have you visited the Turku region in the past year, work trips excluded?

- This is my first time
- 2-3 times
- 4 times or more

6. What is the duration of your current/latest trip to the Turku region?

- 1-2 days 3-4 days 5-6 days 7+ days

7. I am visiting/I last visited the Turku region

- on my own with my friends with family with my partner
- in other company, please specify _____

8. The Turku region is/was

- my only destination my primary destination
- my secondary destination, my primary destination is/was:

- one of my many destinations, my other main destinations are/were:

9. When I was planning my trip, the main purpose of my visit/my main interest in the Turku region was

- The archipelago and nature
- Sights
- Food and restaurants
- Culture (e.g. museums, exhibitions)
- Activities (e.g. cycling, boating, fishing, hiking)
- Shopping
- Spending time with loved ones
- Well-being (e.g. spa)
- Work trip
- Event/festival, please specify _____
- Other, please specify _____

10. When you were planning your trip, what was the main pull factor of the Turku region for you?

- The archipelago and nature
- Sights
- Food and restaurants
- Culture (e.g. museums, exhibitions)
- Activities (e.g. cycling, boating, fishing, hiking)
- Shopping
- Well-being (e.g. spa)
- Event/festival, please specify _____
- Other, please specify _____

11. How did you learn about services, places and events of interest to you in the Turku region prior to your trip? – You may choose several options

- Blogs
- Visit Finland website
- Visit Turku/Naantali website
- TripAdvisor
- Online search engine (Google)
- Website of travel company/companies
- Online event calendars
- Travel agency, tour operator, tourist information
- Printed travel brochures, travel magazines and guidebooks
- Newspaper or magazine ads
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Pinterest
- From someone I know
- Other, please specify _____

12. Where did you primarily look for information on accommodation in the Turku region?

- Using an online search engine (e.g. Google)
- Through a travel agency, tour operator or tourist information point
- Using a hotel search engine (such as Trivago)
- Directly from the website of an accommodation provider/accommodation providers
- Using a hotel search engine or an accommodation platform (e.g. Booking.com, Expedia.com, Hotels.com, Airbnb, TripAdvisor)
- Through a transportation company (e.g. an airline, a ferry operator or a bus company)
- By asking someone you know
- Other, please specify _____

13. Which accommodation alternatives did you research for your trip? Which one did you choose?

| | I was looking for information | I chose a |
|--|----------------------------------|-----------------------|
| Hotel or motel | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Camping site, rental cabin, hostel | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Rental apartment (e.g. through Airbnb) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Farm accommodation | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Bed and Breakfast | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Own apartment or cabin | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Staying with someone I know | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Other, please specify | | |

14. Which accommodation service provider(s) are you staying at/did you stay at? Name the company/companies:

15. Based on your personal experience, how would you improve accommodation services in the Turku region?

16. Which sites of interest or activities did you research before travelling? Which one(s) did you book in advance? Which one(s) did you choose when you got here?

| | I looked information in advance | I booked in advance | I chose on the spot |
|--|------------------------------------|------------------------|------------------------|
| Museums | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Other cultural places of interest (buildings, castles) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sports events | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Concerts and music festivals | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Other cultural events and festivals (Art exhibitions, theatre, guided tours, etc.) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Local culinary experiences (restaurants, cafés, food walking tours, courses, berry and mushroom picking) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Amusement and theme parks | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Spas, well-being services and treatments | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Staying at a cottage | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sauna | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Boating, canoeing, kayaking | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sightseeing cruises | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Swimming in a lake or in the sea | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| National parks | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Wildlife watching and photography | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Walking, hiking, camping | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Biking, mountain biking | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Other outdoor activities | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Shopping | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Other, please specify _____ | | | |

17. Which places, experiences and/or services exceeded your expectations during your trip? How?

18. Which places, experiences and/or services failed to meet your expectations? Why?

19. Which places, experiences or services were the most memorable for you? Why?

20. How could the Turku region be developed as a tourist destination in your opinion? For example, what other services would you have liked to see?

21. Which experiences are you interested in having in the Turku region in the autumn, winter and/or spring time?

22. How likely are you to recommend the Turku region as a travel destination? Scale 0 – 10, where 0 = I am unlikely to recommend, 10 = I am very likely to recommend it.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10