

Utbildningsturism

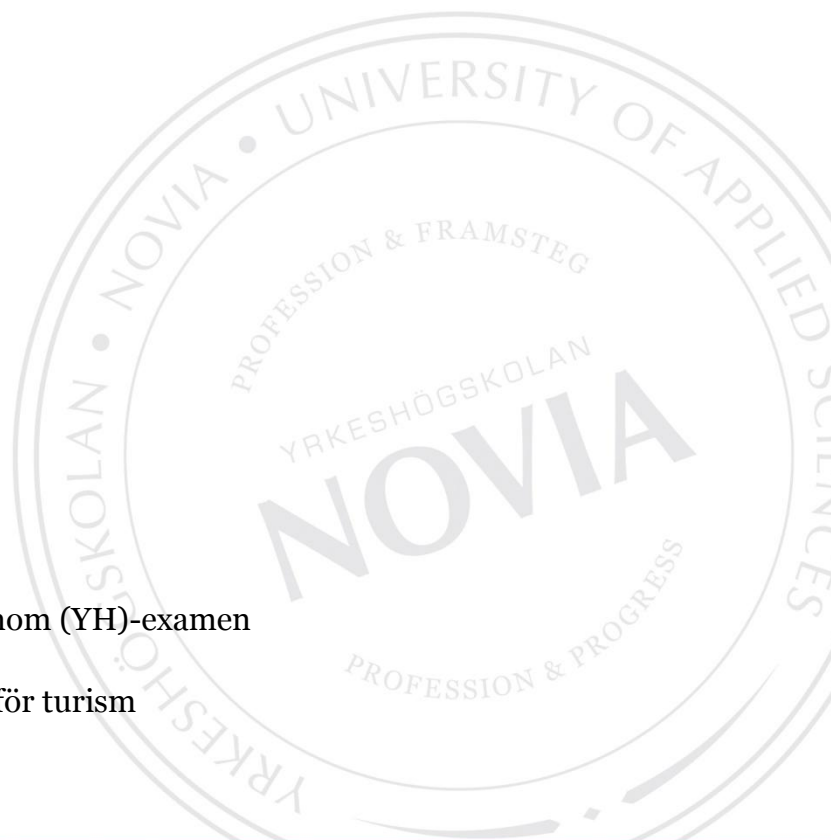
ERASMUS-studerande som turister i Åbo

Victor Eriksson och Lina Hagner

Examensarbete för restonom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för turism

Åbo 2013



EXAMENSARBETE

Författare: Eriksson, Victor och Hagner, Lina

Utbildningsprogram och ort: Turism, Åbo

Handledare: Engberg, Maria

Titel: Utbildningsturism – ERASMUS-studerande som turister i Åbo

Datum: 17.4.2013

Sidantal: 58

Abstrakt

Utbildningsturism är en ofta förbisedd växande gren inom turismen. Eftersom utbildningsturister ofta inte ses som turister har lite forskning ur turismperspektiv tidigare gjorts. Detta examensarbete undersöker ifall utbytesstuderande kunde vara en betydelsefull grupp för turismen i Åbo. Examensarbetet kartlägger ERASMUS-studerandes aktivitet som turister i Åbo; vad de gör och vad de spenderar pengar på. Även utbytesstuderandes potentiella gäster redogörs för. Examensarbetet, som utförts våren 2013, visar också vilken image Åbo har för utbytesstuderande och vad de tycker är bra samt vad de tycker kunde förbättras i staden. Teori som stöder undersökningen är främst tidigare forskning gällande utbildnings- och ungdomsturism. Undersökningsmetoden är en kvantitativ enkät med förkodade och öppna frågor där de öppna frågorna har behandlats som en kvalitativ del av undersökningen. Resultatet av undersökningen visar att utbytesstuderande kan fungera som en viktig del av turismen i Åbo genom att själv vara turister, locka besökare samt rekommendera staden till andra. Detta tyder på att utbytesstuderande är en förbisedd målgrupp som med fördel kunde beaktas mera.

Språk: svenska

Nyckelord: Ungdomsturism, Utbildningsturism, Åbo, ERASMUS, Utbytesstudier, Utbytesstuderande, ERASMUS-studerande

BACHELOR'S THESIS

Authors: Eriksson, Victor and Hagner, Lina

Degree programme: Tourism management

Supervisor: Engberg, Maria

Title: Utbildningsturism – ERASMUS-studerande som turister i Åbo

Date: 17.4.2013

Pages: 58

Abstract

Educational tourism is an often overlooked, growing branch of tourism. Due to the fact that educational tourists often are not regarded as tourists, little research has been conducted from a tourism point-of-view. This thesis researches if exchange students could be an important group regarding the tourism in Turku. The thesis maps the tourist activities of ERASMUS-exchange students in Turku; what they do and what they spend money on. The potential visitors the exchange students receive are also accounted for. The thesis, conducted in the spring of 2013, will also show what image the exchange students have of Turku, and what they think is good, as well as what they believe could be better, in the city. The research has been conducted on the basis of earlier research on youth and educational tourism and the method of research is a quantitative survey with pre-coded and open questions. The open questions have been treated as a qualitative part of the study. The results show that exchange students can function as an important part of the tourism in Turku by being tourists, attracting visitors and recommending the city to others. This implies that exchange students are an overlooked target group that should be taken into consideration.

Language: Swedish

Key words: Youth tourism, Educational tourism, Turku, ERASMUS, Exchange studies, Exchange student, ERASMUS-student

INNEHÅLL

1	Inledning	1
2	Syfte och avgränsning	2
3	Turism och utbildning	2
3.1	Ungdomsturism	3
3.2	Utbildningsturism som en gren inom turismen	5
3.2.1	Utbytesstuderande som segment inom utbildningsturismen	8
3.2.2	VFR och utbildningsturism	10
3.2.3	Utbytesstuderande i Finland	11
4	Åbo som turistdestination	12
4.1	Åbo och stadsturism	12
4.2	Turku Touring	14
5	Mobilitet	15
5.1	Spontan mobilitet	15
5.2	Organiserad mobilitet	16
5.2.1	Bologna-processen	16
5.2.2	ERASMUS-programmet	17
5.3	ERASMUS, ESN och högskolorna i Åbo	18
5.3.1	Universiteten	19
5.3.2	Yrkehögskolorna	19
6	Undersökningen	20
6.1	Val av metod	20
6.2	Val av målgrupp	22
6.3	Enkätens uppbyggnad	23
6.4	Tillvägagångssätt	25
7	Resultat	26

7.1	De kvantitativa frågorna.....	27
7.1.1	Utgifter och aktiviteter.....	28
7.1.2	Besökare.....	29
7.2	De kvalitativa frågorna.....	31
7.2.1	Uppfattningar om Åbo.....	31
7.2.2	Orsaker till utbyte och val av destinationsland.....	33
8	Analys av resultat.....	35
8.1	Orsaker till utbyte.....	35
8.2	Aktiviteter i Åbo.....	36
8.3	Utbytesstuderandes besökare.....	37
8.4	Utbytesstuderandes uppfattning om Åbo.....	38
9	Avslutande diskussion.....	39
	Källförteckning.....	41

Bilaga 1: Enkät

Bilaga 2: Brev till internationella enheter

Bilaga 3: Följebrev till enkät

Bilaga 4: Korrigeringsbrev till Åbo Akademis internationella enhet

1 Inledning

Ungdoms- och utbildningsturism är betydande och globalt växande segment inom turismindustrin (Richards 2011, s. 7). En stor del av den internationella utbildningsturismen utgörs av utbytesstuderande som utför hela, eller delar av, sin utbildning vid en högskola utanför deras hemland. Turismen utbytesstuderande tillför utbytesdestinationen begränsas inte till endast de studerande utan också deras potentiella besökare, s.k. VFR-turism (Visiting Friends and Relatives), räknas. Trots sin storlek och betydelse har utbildningsturismen, och utbytesstuderande som turistsegment, undersökts och skrivits om överraskande lite (Carr 2003, s. 183).

Detta examensarbete behandlar inkommande ERASMUS-studerande i Åbo, våren 2013, och deras beteende som turister i staden. Examensarbetet baseras på tidigare forskning och teori om ungdoms- och utbildningsturism samt en kvantitativ undersökning som utförs av författarna av examensarbetet. Undersökningens fokus ligger på att se ifall de cirka 600 årliga inkommande ERASMUS-studerande i Åbo, med potentiella gäster, kan vara viktig för turismen i staden och därför borde uppmärksammas mera.

Arbetet delas under arbetsprocessen jämlikt upp mellan Hagner och Eriksson. All text processeras i samtycke och bearbetas i samarbete mellan författarna.

Som uppdragsgivare för arbetet fungerar rese- och kongressbyrån Turku Touring vars intresse i ämnet är naturligt eftersom företaget jobbar för turismen i Åbo och är i konstant behov av ny information om marknaden. Intresset baserar sig även på avsaknaden av motsvarande undersökningar inom ämnet och på orten.

I arbetet behandlas följande ämnesområden vilka stöder syftet och undersökningen: ungdomsturism, utbildningsturism, VFR-turism, Åbo som turistdestination och studerandemobilitet. Efter att nödvändig teoretisk referensram byggts upp kommer undersökningen att redogöras för i form av motivering och beskrivning av metod samt en resultatredovisning. Resultaten kommer sedan att analyseras i förhållande till den teoretiska referensramen. Arbetet avslutas med en diskussion om gjorda misstag och förbättringsförslag för eventuella framtida undersökningar inom ämnet.

2 Syfte och avgränsning

Syftet med examensarbetet är att undersöka vilka, och i hur stor utsträckning, utvalda turismtjänster utnyttjas av utbytesstuderande i Åbo. Utbytesstuderandes uppfattning om Åbo som turistdestination och betydelsen av de besökare utbytesstuderande mottar under sin utbytesperiod i Åbo kommer att undersökas.

Resultatet av undersökningen skall visa huruvida utbytesstuderande överhuvudtaget kan anses vara ett betydande marknadssegment för turismnäringen i Åbo. Viss vikt läggs även på ifall utbytesstuderande bättre kunde utnyttjas som en marknadsföringskanal för Åbo.

Utbytesstuderande avgränsas till de utbytesstuderande som är på utbyte i Åbo vid Åbo Akademi, Yrkeshögskolan Novia, Turun Yliopisto, Turun Ammattikorkeakoulu, Humanistinen Ammattikorkeakoulu och Diakonia Ammattikorkeakoulu via ERASMUS-programmet under vårterminen 2013. Vi exkluderar andra stadets utbytesstuderande och begränsar oss till utbytesstuderande vid högskolor eftersom vi vill undersöka en grupp där alla respondenter är myndiga och kan placeras i samma ålders- och livssituationskategori.

För att uppnå vårt syfte har vi läst in oss på tidigare forskning och befintligt material som behandlar ungdoms- och utbildningsturism. Vi har också utfört en kvantitativ undersökning där insamlingsmetoden av data var en internetenkät som skickats till samtliga internationella enheter vid högskolorna i Åbo och därefter vidarebefordrats till vår målgrupp.

3 Turism och utbildning

För att kunna undersöka utbytesstuderande som turister måste de övergripande sektorerna som utbytesstuderande kan placeras i definieras. Enligt UNWTO:s (United Nations World Tourism Organisation) definition är en turist en person som ”reser till och övernattar på ställen utanför deras naturliga område för under ett år i fritids-, affärs- eller annat syfte” (UNWTO 1995). Enligt denna definition är ERASMUS-studerande

turister eftersom längden på ett utbyte i medeltal är sex månader (Europeiska Kommissionen 2012).

Utbytesstuderande faller också per definition och karaktär inom ramarna för så kallad ungdomsturism. Ungdomsturismen är en globalt växande industri och har fått mest uppmärksamhet och längst försprång i Australien där ungdomsturismen är en betydande del av landets turismnäring. En subsektor inom ungdomsturismen är utbildningsturism som långt definierats av Brent Richie, turismlektor vid University of Brighton (Williams 2010, s. 2-3). Nedan kommer att redogöras för dessa segmenteringar som omfattar utbytesstuderande som turister.

3.1 Ungdomsturism

Under de senaste tio åren har ungdomsturismen utvecklats väldigt snabbt. Det sociala, kulturella och ekonomiska värdet av ungdoms- och utbildningsturism har blivit och blir alltmer uppmärksammat av arbetsgivare, universitet, turismorganisationer och nationer över hela världen. Ungdoms- och utbildningsturister är, mer framträdande än något annat marknadssegment, ledande inom innovation och ansvarsfullt resande. Dagens generation av unga är bättre informerad, mer mobil och mer äventyrslysten än tidigare generationer (Richards 2011, s. 7-8).

Ungdomsturismen är en av de mest dynamiska och potentiella marknaderna inom den globala turismsektorn. UNWTO uppskattar att ungefär en fjärdedel, eller 29 %, av alla internationella turister som reste i världen 2010 var unga. Detta motsvarar cirka 165 miljarder US dollar för den globala turismindustrin, vilket bekräftar deras ekonomiska värde för såväl globala som lokala aktörer (Ortega 2011, s. 3).

Globalt uppskattas ungdomsturismindustrin representera nästan 190 miljoner internationella resor per år och den växande trenden inom ungdomsturismen är mycket brantare och mer framträdande än inom andra turismsektorer. Enligt UNWTOs förutsägelse kommer ungdomsresande att öka till nästan 300 miljoner resor per år fram till år 2020. Därför representerar ungdomsturismen en stor möjlighet för turismindustrins framtid och med effektiv utveckling och marknadsföring kan ungdomsmarknadens potential tas till vara (UNWTO 2011, s. 6).

WYSE Travel Confederation delar UNWTOs tro om att det på lång sikt finns en stor ekonomisk och social fördel för stater, officiella turismorganisationer och företag med att bli mera engagerade i ungdomsturism (UNWTO 2011, s. 4). Fastän en del nationer och aktörer redan har insett fördelen med ungdomsturismen kunde många göra mera för att inkludera ungdomsturismen i deras långsiktiga turismstrategi (Ortega 2011, s. 3). För att maximera fördelarna med ungdomsturism är det viktigt att statliga aktörer och officiella turismorganisationer börjar samarbeta med andra allmänna och privata organisationer för att stimulera och utveckla ungdomsturismen (UNWTO 2011, s. 6).

Ungdomsturismen som framtidsmarknad är viktig för både resenärernas och destinationernas utveckling. Det ekonomiska värdet i ungdomsturismen ligger i den unika karaktären av marknaden (Richards 2011, s. 7). WYSE Travel Confederations (2011) undersökning om unga resenärers resevanor visar att unga resenärer ofta spenderar mer pengar än andra turister (UNWTO 2011, s. 6). Eftersom unga människor inte ofta har mycket pengar att spendera, men istället är rika på tid, betyder det att de tillbringar en längre tid på destinationer än andra turister, vilket gör att de i slutändan ändå spenderar mera pengar på destinationen än traditionella turister (Richards 2011, s. 7 – 8).

Undersökningen visar också att det är högre sannolikhet att unga resenärer återvänder till tidigare rese mål än andra turister- till exempel i Australien har undersökningar visat att 54 % av unga resenärer återvänder till destinationer de besökt. Undersökningen poängterar också att unga resenärer ser det kulturella värdet av resandet och vill tillföra besöksdestinationen något. Andra påståenden som stöds av undersökningen är att unga resenärer är de som hittar nya destinationer och de som först anammar ny teknologi. Unga människor studerar, och även arbetar, ofta på destinationerna de besöker (Richards 2011, s. 7).

För turismorganisationer har ungdomsturismen direkta fördelar gällande turismutveckling och marknadsföring: den ökar den ekonomiska inverkan av turismen; den sprider turismen till nya områden; den är en stabil och uthållig turismmarknad; den bygger framtida turismmarknader och den stimulerar innovation (UNWTO 2011, s. 20). Många stater har redan börjat ta en mer aktiv roll i utvecklandet av

ungdomsturismprodukter och -marknadskampanjer, men det finns ännu mycket som kan göras (UNWTO 2011, s. 4).

Styrkan av ungdomsturismen är inte enbart ekonomisk, det finns också betydande kulturella och sociala fördelar både för den unga resenären och för värdsamhället (Ortega 2011, s. 3). Unga människor har, av FN, blivit erkända som en stor bidragande kraft i utveckling och social förändring (Rifai 2011, s. 2). Ungdomar vill ha kontakt med andra människor, vill lära känna destinationens kultur och vill utveckla sin egen kunskap. Eftersom unga människor ofta vill resa mer, för längre tidsperioder och se områden som inte besöks av traditionella turister kan de utnyttjas av turismdestinationer över hela världen (Richards 2011, s. 7).

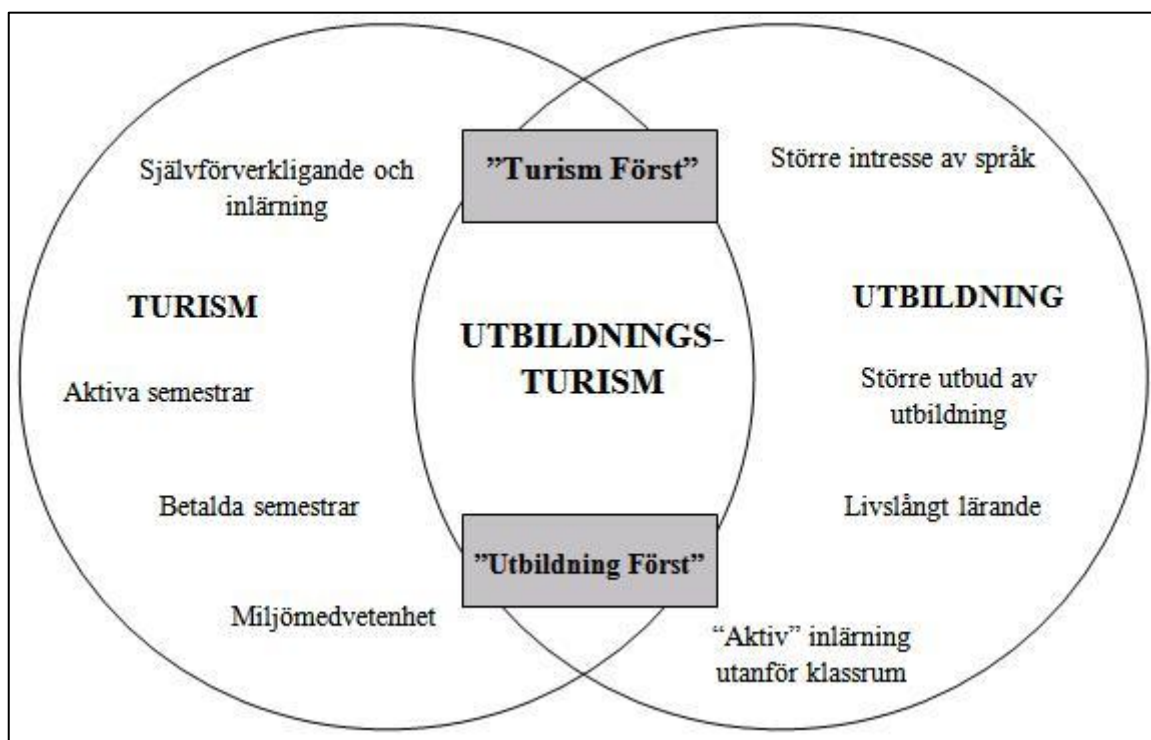
För unga personer är resor ett sätt att lära sig, ett sätt att träffa nya människor, ett sätt att lära känna andra kulturer, ett sätt att utveckla sin karriär och ett sätt att utveckla sig själv. Många unga resenärer anser att resor är en del av deras identitet – du är var du har varit (UNWTO 2011, s. 6). Ungdomar vill alltså utvinna lärdom ur sina resor. På ett filosofiskt plan kunde hävdas att allt resande är i utbildningssyfte och erbjuder lärdom, som det kinesiska ordspråket lyder: ”Att resa en mil ger större lärdom än att läsa en mil skriven text”. Men på ett mindre filosofiskt plan har turismvetare byggt upp en bas för vad som kallas utbildningsturism (Pawar 2013, s. 4-5).

3.2 Utbildningsturism som en gren inom turismen

Den fortsatta tillväxten inom turismen uppvisar behov av nya, alternativa turismmarknader som allt oftare inkluderar element av utbildning eller inläring (Williams 2010, s. 2-3). Denna marknad, eller utbildningsturismen, är en av de snabbast växande områdena inom turismen (Tourism & More 2010). Trots det har överraskande lite skrivits om utbildningsturism och dess skilda marknadssegment.

I definierandet av utbildningsturismen har Brent Richie med boken ”Managing Educational Tourism” spelat en stor roll. Richie (2003) utgår från en bipolär syn på utbildningsturismen: de som har ett generellt intresse att skaffa kunskap medan de reser och de som reser för att lära sig. Från detta härleds att det finns två segmenteringsmodeller för utbildningsturism; ”turism först”, där resan är viktigare än

lärandet, och ”utbildning först”, där lärandet är viktigare än resan; det senare segmentet omfattar alltså alla resor vars huvudsyfte är att utvinna lärdom (Novelli 2005, s. 135-136). Richie (2003) motiverar denna tudelning genom att redogöra för turismens och utbildningens särdrag (figur 1) och anser att utbildningsturismen kan närmast med antingen utbildning eller turism som utgångspunkt.



Figur 1 : Turismens och utbildningens särdrag inom utbildningsturismen enligt Richie (2003, s. 13), fritt översatt av författarna.

I figur 1 ses också vilka faktorer som påverkar och möjliggör utbildningsturismens framgång; till exempel möjliggör betalda semesterar resande medan större utbud av utbildning och ökat generellt intresse för språk bäddar för mera ingående och exotiska inlärningsmoment. Alla dessa faktorer kombinerat skapar förutsättningar för utbildningsturismen.

Richie (2003) har sammanfattat de olika segmenten av utbildningsturism till en övergripande definition; en utbildningsturist är en person som är borta från sin hemstad eller sitt hemland övernatt och där utbildning eller inläring är antingen huvudorsaken för eller där utbildning eller inläring är sett som en viktig del av resan. I figur 2 redogörs för de grundläggande skillnaderna mellan ”turism först”- och ”utbildning

först”-segmenteringarna av utbildningsturismen. ”Turism först”-segmentets inverkan på turismen är ofta lättidentifierbar och anses ofta som ”traditionella turister” medan det andra, ”utbildning först”, segmentets inverkan på ortens turism kan vara mera omärkbar. Trots det är de som hör till det senarenämnda segmentet (till exempel skolbarn på exkursion, språkresenärer och utbytesstuderande) turister (Williams 2010, s. 3-6). Skalan i figur 2 är naturligtvis extrem och en utbildningsturist kan platsa olika i olika frågor.

TURISM FÖRST	UTBILDNING FÖRST
Allmänt intresse av lärande under resan	- Målmedvetet lärande under resan
Motiveras av resande och turism	- Motiveras av utbildning och lärdom
Enskilda utbildningshändelser under resan	- Enskilda turismhändelser under resan
Lärdom genom nyfikenhet	- Lärdom genom organiserad aktivitet
Uppmärksammas av turismnäringen	- Saknar uppmärksamhet av turismnäringen
Ett primärt element i besökarstrategier	- Ett bi-element i besökarstrategier
Målgrupp för turismaktörer	- Målgrupp för läroverk
Synlig inverkan på turismen	- Osynlig inverkan på turismen

Figur 2 : Perspektiv över de grundläggande skillnaderna mellan ”turism först” och ”utbildning först”-segmenten. Bearbetad och översatt av författarna (Williams 2010, s. 4)

Utbildningsturismen är inte beroende av väder, utbytesorten behöver alltså inte ha en särskild natur eller klimat för att lyckas som utbildningsturismdestination. Utbildningsturismen ställer heller inga särskilda krav på infrastrukturen, utan den behövda nivån är oftast redan befintlig (Tourism & More 2010). Högskolor har utan tvekan en stor inverkan på deras verkningsort, såväl turistiskt som samhälleligt. Den sociala och kulturella rollen högskolor spelar för destinationer sträcker sig även till utökandet av utbud av turismresurser som fritids- och underhållsanläggningar, teatrar, konserthallar, museér, konstgallerier och bibliotek. Dessa resurser har inte enbart kulturell inverkan på destinationer utan de har också en betydande ekonomisk inverkan (Williams 2010, s. 8-11).

Till den ovannämnda ”utbildning först”-segmenteringen hör utan tvekan aktiviteter som skolexkursioner, språkskolor eller utbytesprogram. Med detta som basis kan konstateras att utbytesstuderande är en självskriven, och viktig, del av segmenteringen i fråga (Richie 2003).

3.2.1 Utbytesstuderande som segment inom utbildningsturismen

Utbildningsturismen, i detta examensarbete främst utbytesstuderande, har blivit igenkänt som en växande och viktig ekonomisk drivkraft. Eftersom utbildningsturismen är ett viktigt ekonomiskt undersegment inom turismindustrin borde alla högskolestuderande, även de lokala, anses, på grund av deras höga konsumtion av turismrelaterade tjänster, utgöra ett värdefullt bidrag till den lokala besöksekonomin. Utbildningsturismen är förbisedd av många medan Australien är ledande på denna marknad både gällande undersökningar om, marknadsföring till och turismtjänster för ungdomar. Som bekräftelse av utbildningsturismens potential bidrog utbytesstuderandeindustrin i Australien år 2008 med 15,5 miljarder AU dollar till den australienska ekonomin (Richards 2011, s. 8). Ungefär 2 av 10 studerande väljer att åka på någon form av utbyte under sin studietid (Davidson m.fl. 2010, s. 6).

Enligt Williams (2010) karaktäriseras detta potentiella marknadssegment, alltså utbytesstuderande, ofta av en hög tendens att resa och god tid att besöka destinationer och sevärdheter. Denna grupp är främst motiverad av utbildningen och lärandet och ser sällan sig själv som turister, men har trots det en stor inverkan på turismen och den lokala utvecklingen (Carr 2003, s. 183-188). För utbytesstuderande handlar resandet lika mycket om självutveckling som om avkoppling. Utbytesstuderande reser ofta inom utbytesorten och använder sig mycket av ortens eget turismutbud (Tourism & More 2010).

Beslutsprocessen en studerande går igenom när han slutligen väljer destinationen för sina utbytesstudier innefattar tre tydliga stadier. I det första stadiet måste den studerande välja att överhuvudtaget bege sig på utbyte, vilket ofta influeras av olika pushfaktorer. När detta val gjorts väljer den studerande ett värdland och i detta stadium spelar pullfaktorerna en viktig roll. Efter det väljer den studerande vilken institution i värdlandet som intresserar (Mazzarol & Soutar 2002, s.82 - 84).

Hur utbytesstuderande väljer studieort beskrivs med en kombination av push- och pullfaktorer som uppmuntrar studerande att studera utomlands. Pushfaktorer fungerar i den studerandes hemland och väcker den studerandes intresse för att studera utomlands medan pullfaktorer gör det eventuella värdlandet attraktivt för den studerande. Pushfaktorer är bland annat det ekonomiska välståndet i den studerandes hemland och dess nivå på involveringen i världsekonomin samt prioriteten som läggs på utbildning, samt tillgängligheten på utbildningsmöjligheter, i den studerandes hemland (Mazzarol T. & Soutar, G. 2002, s.82 - 84).

En betydande pullfaktor är kunskapsnivån och medvetenheten om värdlandet i den studerandes hemland. Detta påverkas av den allmänna tillgängligheten av information om det potentiella värdlandet och hur lätt det är för den studerande att få tag i informationen. Till denna faktor hör även den potentiella destinationens rykte i den studerandes hemland. En annan pullfaktor är de personliga rekommendationer den studerande får av släktingar, föräldrar, vänner och andra om studiedestinationen (Mazzarol & Soutar 2002, s.83 - 86).

Den tredje viktiga pullfaktorn relateras till kostnader såsom terminavgifter, boendeutgifter och reseutgifter samt sociala angelägenheter såsom brott, säkerhet och rasdiskriminering. Till denna faktor hör också förekomst av studerande från den studerandes hemland. Den fjärde faktorn är klimatet vid destinationen. Hit räknas studerandeklimatet likväl som det fysiska klimatet samt livsstilen. Femte faktorn är geografi; hur nära det är från hemlandet till den potentiella studieorten, både i fysiskt avstånd och i tidsskillnad (Mazzarol & Soutar 2002, s.85 - 90).

Den sista faktorn är sociala länkar, alltså den studerandes personliga kontakter såsom vänner eller släktingar som bor i destinationslandet och vänner eller släktingar som studerat där tidigare (Mazzarol & Soutar 2002, s. 86 - 90).

En viktig turistisk fördel med utbytesstuderande är att de ofta under sina utbyten får besök från hemlandet och på så vis lockar nya kunder som kanske inte på egen hand, utan en personlig motivator, skulle ha besökt destinationen.

3.2.2 VFR och utbildningsturism

VFR, "visiting friends and relatives" alltså "besökande vänner och släktingar", kan anses vara en väldigt viktig bidragande faktor inom utbildningsturismen eftersom, i genomsnitt, över 70 % av internationella studerande väntar besök av minst två eller flera vänner eller familjemedlemmar (Richards 2011, s. 8). VFR definieras som en resa som inkluderar ett eller flera besök. Besöket kan vara orsaken till resan eller så har boende hos vänner varit en praktisk lösning till boendet under resan. VFR-resande kan delas upp i tre olika grupper; den första är så kallade fullständiga VFR-resenärerna som både bor hos vänner eller släktingar samt säger att orsaken till resan är att besöka vänner eller släktingar; den andra gruppen av VFR-resenärer är de som bor hos vänner eller släktingar men har en annan orsak att besöka destinationen; och den sista gruppen är de VFR-resenärer som bor i en kommersiell anläggning men säger att orsaken till resan var att besöka vänner eller släktingar (Backer 2013).

Flera möjligheter inom utbildningsturismmarknaden har blivit identifierade, såsom att motivera internationella studerande att resa före, under och efter deras studier, att rekrytera internationella studerande som förespråkare för destinationen, att utbytesstuderande återvänder till utbyteslandet efter hemfärden och att utbytesstuderande attraherar vänner och bekanta från deras hemland till landet de studerar i (Davidson m.fl. 2010, s. 8-11).

I en undersökning gjord 2009-2010 av Sustainable Tourism Cooperative Research Centre (STCRC) hade över hälften av de tillfrågade internationella studerande haft vänner och/eller släktingar på besök medan de studerade (Davidson m.fl. 2010 s. 8-11). I Australien uppskattas att varje ung besökare som avlägger studier i landet i medeltal mottog 1,3 besökare under sin vistelse, vilket uppskattningsvis hämtar 1,2 miljarder AUD till Australien årligen (Richards 2011, s. 8).

Studerandes värde betonas också i deras roll som framtida opinionsbildare (Williams 2010, s. 8-11). Davidson m.fl. (2010) skriver också att majoriteten av utbytesstuderande (93%) uppmuntrar sina vänner och släktingar att besöka landet de studerar i. Nästan 70% anser att de berättelser de berättar om sitt utbyte och landet de studerar i får deras vänner och släktingar att vilja besöka landet.

För att göra utbytesstuderande som turister och målgrupp mera påtaglig kommer nedan utbytesstuderande och utbildningsturismen i Finland att redogöras för.

3.2.3 Utbytesstuderande i Finland

I Finland grundades 1991 en expert- och serviceorganisation för att främja internationaliseringen av det finländska samhället inom utbildning, arbetsliv, kultur och ungdomsaktiviteter. Organisationen, Centret för internationell mobilitet och internationellt samarbete (CIMO) fungerar inom Undervisnings- och kulturministeriets förvaltningsområde som ett självständigt ämbetsverk underställt ministeriet. CIMOs grundläggande uppgift är att administrera utbytes-, praktik- och stipendieprogram och ansvara för nationellt genomförande av Europeiska unionens utbildnings- och ungdomsprogram. CIMO främjar även undervisning i finska språket och finländsk kultur vid utländska universitet (CIMO 2013).

CIMO samarbetar nationellt med bland annat högskolor, yrkesläroinrättningar, arbets- och utrikesförvaltningen, myndigheter inom ungdomssektorn, aktörer inom kultursektorn, kommuner och samkommuner samt andra organisationer. Internationellt samarbetar CIMO med bland annat högskolor och studerande-, praktikant- och ungdomsutbytesorganisationer. En viktig samarbetspart är Europeiska kommissionen, CIMOs nordiska systerorganisationer och motsvarande organisationer i övriga länder (CIMO 2013).

Utbildningsturismens framväxt ses även i Finland. Mellan åren 2000 och 2011 har mängden inkommande långvariga utbytesstuderande till Finland nästan fördubblats, från 4 805 utbytesstuderande år 2000 till 9 172 utbytesstuderande år 2011 medan utgående, alltså sända, utbytesstuderande från Finland under motsvarande period stigit från 6 880 utbytesstuderande år 2000 till 9 931 utbytesstuderande år 2011. År 2011 mottog alltså Finland 9 172 långvariga (minst 3 månaders utbyte) utbytesstuderande och hela 11 653 utbytesstuderande om kortvariga (1 vecka till 3 månaders utbyte) utbytesstuderande inkluderas (CIMO 2012b, s. 14 - 38).

Åbo, som är en betydande studiestad med över 30 000 studerande vid något av de två universiteten eller de fyra yrkeshögskolorna som fungerar i staden, är en av Finlands aktivaste utbytesstäder (CIMO 2011, s.3-18).

4 Åbo som turistdestination

Åbo, med sina 178 000 invånare, brukar kallas konstens, historians och kulturens stad. Åbo fick stor internationell uppmärksamhet år 2011 då Åbo, tillsammans med Tallinn, fungerade som Europas Kulturhuvudstad (Turku Touring 2013). Härefter följer en presentation av Åbos turismutbud, i förhållande med stadsturism, samt av en viktig turismaktör i staden, Turku Touring.

4.1 Åbo och stadsturism

Turismen spelar en strategisk roll för stadsplaneringen, som både förväntas erbjuda ett konkurrenskraftigt utbud motsvarande turisternas förväntningar samt bidra positivt till stadens utveckling och de egna invånarnas välbefinnande. Sedan början av åttiotalet uppvisar stadsturismen en betydande ökning i Europa, detta beror på en kombination av olika faktorer: den nyfunna värderingen och upprustningen av historiska stadskärnor, konsumenternas ökade intresse för kulturarv och städer, det större och bredare kulturutbudet och förbättrade shoppingmöjligheter (Europeiska Kommissionen 2000).

Det är svårt att säga vad som gör en stad populär som turistdestination. Beroende på i vilken riktning en stad har utvecklats, eller i vilken riktning efterfrågan styr, turismmarknaden finns det ett högt antal faktorer som måste vägas. Det finns dock några viktiga faktorer som är nödvändiga för en stads popularitet inom turismen oberoende av stadens niche eller inriktning. Storleken och karaktären av den lokala befolkningen är ytterst viktig, eftersom många turismresurser främst utvecklas för lokalbefolkningen: såsom museer och restauranger. Dessutom lockar lokalbefolkningen besökare genom vänner och släktingar (Law 2002, s. 194-195). Åbo har Finlands högsta restaurangmängd i förhållande till befolkningens mängd. Den stora mängden restauranger i staden håller konkurrensen på en hög nivå vilket resulterar i att restaurangerna dessutom är av god kvalitet (Ranne 2011).

För unga har Åbo mycket att erbjuda i underhållningsväg; i Åbo finns barer som till exempel Old Bank, som exakt som namnet tyder på tidigare var en bank, eller Panimoravintola Koulu som nuförtiden fungerar som bryggeri, restaurang och bar men tidigare fungerade som en skola. Åbos studerandevänlighet ses i den stora mångfald

studerande-erbjudanden som erbjuds av restaurangerna och barerna (Lyyra 2013). I Aura å ligger också flera åbåtar som fungerar som barer och/eller restauranger (Turku Touring 2013). För intresserade av live musik erbjuds Turun Klubi, Monk Jazzklubi, Rento och många fler och ifall en modernare nattklubb intresserar kan till exempel Monkey, Forte, Börs Night Club eller Night Club Marilyn besökas. Kaféer är också väldigt populära i Åbo, vilket resulterar i att det finns kaféer överallt i centrum. Café Art är ett nämnvärt kafé med utbildad barista samt ett ställe för lokala artister att visa sin konst och rankas på Trip Advisor tredje högst bland alla restauranger i Åbo (Trip Advisor 2013). Bland restaurangerna i Åbo, vilka är många, rankades Mami och Tintå år 2012 bland de tio bästa restaurangerna i hela Finland (Eat and Joy 2012).

Faktorer som kulturarv, landskap, unikheter och image spelar en väldigt betydande roll för en stads framgång inom turismen (Law 2002, s. 194-195). Åbo har, på finländsk nivå, väldigt stort kulturarv vilket gör staden attraktiv för turister. Åbo är förutom Finlands äldsta stad också den första huvudstaden i landet vilket ökar Åbos historiska intressevärde (Turku Touring 2013). Utbudet av turismrelaterade tjänster och besöksmål breddas i takt med turisternas önskemål om evenemang och fritidsaktiviteter, men också efterhand i och med att städernas beslutsfattare blir alltmer medvetna om att turismen bidrar till välstånd, ekonomisk utveckling och sysselsättning och därför nu har börjat satsa mera på den (Law 2002, s. 194-195).

Gällande sevärdheter märks det bra att Åbo är en medeltidsstad; här finns gamla byggnader såsom Åbo domkyrka och Åbo slott. I Åbo finns även museer som ger en inblick i forna tider, såsom Aboa Vetus och Ars Nova, Hantverkarmuseet klosterbacken, Qwenselska gården och Ett Hem. Andra viktiga sevärdheter som kan nämnas är Åbo konstmuseum, Sibeliusmuseet, Forum Marinum och Wäinö Aaltonens museum. Det ordnas årligen festivaler och evenemang som lockar både inhemska och utländska turister till Åbo. Nämnvärda evenemang är bland andra festivalerna Down By The Laituri och Ruisrock och andra evenemang såsom medeltidsdagarna, Åbo musikfestspel och strömmingsmarknaden. Skärgården som omringar Åbo är förstås också en viktig turistdestination (Turku Touring 2012).

Åbo skärgård omfattar över 20 000 öar och skär och är den största skärgården i Östersjön, vilket ger Åbo både en unikheter och ett vackert landskap (Väståbolands Stad

2013). Landskap är inte alltid något som räknas som viktigt gällande stadsturism, men speciellt städer nära vatten eller berg har visat sig vara väldigt attraktiva som turistdestinationer eftersom ett vackert landskap inte bara ger turisten en bra upplevelse, utan också en minnesvärd bild, av resan. (Law 2002, s. 195) Skärgården är dessutom väl utformad för turister med många restauranger, hotell, stugbyar och andra företag (Västabolands Stad 2013).

Under sitt kulturhuvudstadsår 2011 hade Åbo knappt 806 000 övernattningar varav drygt 161 000 var av utländska gäster. I förhållande till 2010 ökade övernattningarna i Åbo, 2011, totalt med 6,2 % och de utländska övernattningarna ökade med 1,1 %. På nationell nivå kom Åbo på tredje plats i totala övernattningar, efter Helsingfors och Tammerfors, medan Åbo i jämförelsen med utländska övernattningar kom på femte plats då även Rovaniemi och Vanda passerade Åbo. Dessa uppgifter kommer från en årlig redogörelse av Turku Touring (2012) som är en viktig aktör inom Åbo turismnäring.

4.2 Turku Touring

Rese- och kongressbyrån Turku Touring, som också fungerar som intressent för detta examensarbete, är en landskapsomfattande regional turistorganisation för marknadsföring och försäljning inom Egentliga Finland. Till Turku Tourings aktiva uppgifter hör att skapa mervärde för turismnäringen, invånarna och besökarna i Egentliga Finland. Turku Touring Oy ansvarar även för Åbo stads turistbyrås försäljning (Turku Touring 2011).

Turku Touring grundades år 2000, efter att principbeslutet om att ett samarbete gällande turismen i Egentliga Finland skulle påbörjas. Organisationen byggdes upp på grunderna av Åbo stads turistinformation eftersom det även beslutats att Åbo var en naturlig centralort för samarbetet. Samarbetet baserar sig på prissatta tjänster, såsom kampanjer, broschyrer och internetportaler, som erbjuds av Turku Touring för kommuner och organisationer (Turku Touring 2011).

Turku Tourings intresse för detta arbete baserar sig på Åbos betydelse som utbytesstad i Finland och avsaknaden av tidigare undersökningar inom utbildningsturism.

Eftersom utbytesstuderande är ett betydande och växande marknadssegment inom turismen måste det finnas förutsättningar för dessa utbyten. En av dessa förutsättningar är att det finns sätt att kommunicera och praktiskt möjliggöra utbyten. Denna kommunikation och konkreta förflyttning brukar refereras till som mobilitet.

5 Mobilitet

Med mobilitet menas här främst akademisk rörlighet; alltså hur studerande, lärare, forskare och annan högskolepersonal kontaktar, rör sig mellan och kommunicerar med andra högskolor antingen i eller utanför deras hemland. En studerande som åker på utbyte kan röra sig antingen med spontan eller organiserad mobilitet. Med spontan mobilitet avses att den studerande reser på eget initiativ utan hjälp av organisationer medan organiserad mobilitet avser att den studerande utför sitt utbyte via en organisation (Carr 2003, s. 195).

5.1 Spontan mobilitet

Alltmer studerande som vill utomlands har börjat använda sig av så kallad spontan eller självständig mobilitet när de reser till ett universitet för antingen en del av eller hela utbildningens tid. Den vanligaste orsaken för studerande att använda sig av spontan mobilitet är att de vill förbigå begränsande villkor, såsom en låg antagningsgrad på utbildningen, som ställts av universiteten i deras hemland; detta gäller främst i fall där den studerande avlägger hela sin examen vid en högskola utomlands (Carr 2003, s. 195-197).

Enligt Carr (2003) har den internationella spontana mobiliteten högskolestuderande använder sig av resulterat i att vissa länder förlorar studerande medan andra länder vinner dem. I Australien har en undersökning gjorts som visar att studerande på högre utbildningar genererar en, på nationell nivå, påfallande ekonomisk fördel för värdlandet. I Finland erbjuds det i nästan alla högskolor ett s.k. Free Mover-stipendium till finländska studerande som väljer att åka på utbyte utan hjälp av organisationer (Studentum 2012).

5.2 Organiserad mobilitet

Samtidigt som spontan mobilitet bland studerande har ökat och förbättrats har flera olika statliga och allmänna grupper koncentrerat sig på att underlätta organiserad mobilitet. Till dessa gruppers mål hör att öka interkulturell förståelse och samtidigt ge studerande en internationell nivå på sin utbildning. Skapandet av olika system som underlättar bytestudier, såsom ERASMUS-programmet och Bolognadeklarationen av Europiska Unionen (EU), har gett studerande alternativet att utföra en del av sin examen utomlands. Andra nämnvärda mobilitetsprogram och -organisationer som studerande kan utnyttja i Finland är Nordplus, North-South-South, FIRST och ISEP- International Student Exchange Program (Maailmalle 2013). Till skillnad från situationen spontan mobilitet skapar, möjliggör organiserade mobilitetssystem att ett lands export/importförhållande gällande studerande är jämnt; alltså att landet varken vinner eller förlorar studerande (Carr 2003, s. 203).

5.2.1 Bologna-processen

För att utveckla ett enhetligt europeiskt område för högre utbildning har den s.k. Bolognadeklarationen undertecknats år 1999 (Undervisnings- och kulturministeriet 2012a); deklarationen ledde till en systematisk förändring i studieförhållanden på högre nivå inom EU, den s.k. Bolognaprocessen. Avsikten med processen är att öka konkurrens- och attraktionskraften av högre utbildning i Europa jämfört med andra världsdelar. Efter att processen fortskridit, enligt nedan beskrivna delmål, i över tio år har internationell mobilitet ökat markant, även i Finland (Undervisnings- och kulturministeriet 2012b).

Delmål i processen har lagts upp enligt följande: tydliga och enhetliga examensstrukturer, ett gemensamt system för dimensionering av studierna, ökad rörlighet och en europeisk dimension i såväl kvalitetsevalueringen som i den högre utbildningen. Med tydliga och enhetliga examensstrukturer menas att alla examina på likvärdig nivå skall anses vara likvärdiga i alla länder som omfattas av deklarationen och att examina skall vara baserade på en tvåstegsmodell där första steget utgörs av en kandidatnivå och det andra steget av en magistersnivå. Dessa två steg borde alltså ha relevans även på den europeiska arbetsmarknaden. Det gemensamma systemet för

dimensionering av studierna omfattar ECTS (European Credit Transfer System) som skall enhetligt dimensionera studierna i studiepoäng snarare än år eller terminer som tidigare gjorts i många medlemsländer. Rörligheten för studerande, lärare, forskare och annan personal i högskolorna skall förbättras väsentligt och hinder skall avlägsnas.

För att försäkra enhetligheten inom EU och garantera att alla 49 Bologna-medlemsländer nått delmålen har Bolognaprocessen förlängts tills alla är på samma nivå (Benelux Bologna Secretariat 2009). Förutom de gamla delmålen har fokus också lagts på frågor som sysselsättning och studerandecentrerad inläring. Målet med Bolognaprocessen var och är att förbereda Europa för grundandet av European Higher Education Area (EHEA), ett gemensamt jämförbart, logiskt och överensstämmande system på högre utbildning i Europa, som de facto grundades 2010 under Budapest/Wien-konferensen (EHEA 2009). EHEA utvecklas i takt med att Bologna-processen framskrider. Bologna-deklarationen är en förutsättning för att utbytesstudier och därmed utbildningsturismen i Europa ytterligare skall kunna växa och utvecklas.

5.2.2 ERASMUS-programmet

För att underlätta och förenkla utbytesprocessen för utbytesstudier inom EU har det sedan 1987 funnits ett mobilitetsprogram för detta syfte: ERASMUS-programmet (Europeiska kommissionen 2013a). ERASMUS (European Community Action Scheme for Mobility of University Students) fungerar i praktiken som Europeiska kommissionens operativa organ för frågor inom högre utbildning. Programmets mest konkreta uppgift är att koordinera informationsflödet och utbytet medlemshögskolor och –studerande emellan. ERASMUS erbjuder även stipendier och understöd för utbyten. ERASMUS-programmet har över 4000 medlemshögskolor, alltså är över 90 % av hela Europas högskolor medlemmar i programmet (CIMO 2011, s.3-18).

Enligt ERASMUS (Europeiska Kommissionen 2013b) rör sig cirka 230 000 studerande per år under ERASMUS-programmet och målet är att under 2013 nå totalt 3 miljoner studerande under programmets 25-åriga verksamhetstid. Sedan 2007 har ERASMUS hört till Europeiska Unionens Program för Livslångt Lärande. I samtycke med ERASMUS fungerar den obundna icke-kommersiella studerandeorganisationen ESN

(European Student Network) vars främsta uppgift är utbytesstuderandes intressebevakning (ESN 2012)

ERASMUS-programmet har fungerat i Finland sedan 1992 och Finland har sedan dess blivit ett av de aktivaste ERASMUS-länderna. Under programmets 17 första funktionsår i Finland har landet, via ERASMUS, sänt ut cirka 52 000 utbytesstuderande och mottagit cirka 59 000 utbytesstuderande. I Finland handhar CIMO de övergripande ERASMUS-mobilitetsfunktionerna fastän praktiska ärenden om utbyte sköts via högskolan (CIMO 2011, s.3-18). Under tidsperioden mellan läsåren 2007/2008 och 2009/2010 tog Finland emot över 18 000 inkommande ERASMUS-studerande, alltså drygt 6 000 per läsår (CIMO 2012a, s. 18-20). År 2011 bestod 72,6 % av inkommande utbytesstuderande som studerade tre månader eller längre i Finland av Erasmus-studerande (CIMO 2012b, s. 12).

5.3 ERASMUS, ESN och högskolorna i Åbo

Åbo har över 30 000 högskolestuderande i totalt sex olika högskolor. I förhållande är Åbo en väldigt aktiv utbytesstudiestad med aktiva kårer och föreningar. Bland dessa finns också ESN:s tre Åbo-avdelningar.

Statistiskt är Åbo en betydande ERASMUS-utbytesstad i Finland. Inkommande utbytesstuderande via ERASMUS-programmet mellan läsåren 2007/2008 och 2009/2010 nådde totalt över 1600 studerande, det vill säga cirka 540 utbytesstuderande per läsår vilket utgör ungefär 9 % av hela Finlands inkommande ERASMUS-studerande. Under samma tidsperiod ökade inkommande ERASMUS-studerande i Åbo med drygt 7 %, vilket är en markant ökning jämfört med den nationella ökningen som endast låg på 0,3 % (CIMO 2011, s.3-18).

Betydelsen av ERASMUS för Åbos studerande märks också genom de tre väldigt aktiva ESN sektionerna i Åbo. De olika sektionerna, belägna i olika högskolor, samarbetar i såväl intressebevakningsfrågor som i rese- och evenemangsplanering. I organiseringen av resor för utbytesstuderande samarbetar ESN Åbo ofta med resebyrå Aikamatkat Oy. Tillsammans ordnar de resor för utbytesstuderande till exempelvis Sankt Petersburg och

Lappland. ESN Åbo erbjuder ändå mest program inom stadens gränser. Åbo kallas även lekfullt för världens ESN-huvudstad (ESN Uni Turku 2013).

I Åbo verkar sex olika högskolor: Universiteten Åbo Akademi och Turun Yliopisto, samt yrkeshögskolorna Turun Ammattikorkeakoulu, Yrkeshögskolan Novia, Humanistinen Ammattikorkeakoulu och Diakonia Ammattikorkeakoulu. Totalt utgör de cirka 30 000 studerande ungefär 17 % av hela Åbos befolkningsmängd.

5.3.1 Universiteten

Åbo Akademi är Finlands enda svenskspråkiga universitet med fakulteter i Vasa och Åbo. Åbo Akademi har totalt cirka 7 200 studerande av vilka cirka 5 900 studerande är inskrivna vid Åbo Akademi i Åbo. Vårterminen 2013 var 97 ERASMUS-studerande inskrivna vid Åbo Akademi i Åbo.

Turun Yliopisto (Åbo Universitet) är Finlands andra största universitet och världens äldsta finskspråkiga universitet. Universitetet har verksamhet Åbo, Raumo, Björneborg och Salo. Turun Yliopisto har cirka 20 000 studerande varav cirka 15 000 studerar vid enheten i Åbo. Under vårterminen 2013 mottog Turun Yliopisto cirka 240 ERASMUS-studerande till enheten i Åbo.

5.3.2 Yrkeshögskolorna

Yrkeshögskolan Novia är den största svenskspråkiga yrkeshögskolan i Finland. Yrkeshögskolan har cirka 4000 studerande utspridda över fem utbildningsenheter i Åbo, Vasa, Raseborg och Jakobstad. Novias enhet i Åbo har cirka 1 300 studerande och vårterminen 2013 var cirka 25 ERASMUS-studerande inskrivna i Novia.

Turun ammattikorkeakoulu (Åbo Yrkeshögskola) är en yrkeshögskola som har huvudcampus i Åbo och verksamhet i Salo och Loimaa. Högskolan har cirka 9500 studerande utav vilka en stor del studerar i Åbo. Uppgifter om ERASMUS-studerande vid högskolans enhet i Åbo under vårterminen 2013 saknas, enligt senaste uppgifter från 2011 mottog skolan cirka 90 ERASMUS-studerande på vårterminen.

Diakonia Ammattikorkeakoulu – Diak är en yrkeshögskola i Finland med totalt sju enheter; i Helsingfors, Träskända, Grankulla, Uleåborg, Björneborg, Pieksämäki och

Åbo. Yrkeshögskolan har allt som allt omkring 3 000 studerande. Läsåret 12/13 studerade inga utbytesstuderande via ERASMUS-programmet vid Diaks enhet i Åbo.

Humanistinen Ammattikorkeakoulu - HUMAK är en yrkeshögskola med 9 campus runtom i Finland. Campusen befinner sig i Helsingfors, Joensuu, Jyväskylä, Grankulla, Kuopio, Nurmijärvi, Torneå och Åbo. Yrkeshögskolan har totalt cirka 1 500 studerande varav cirka 150 studerar vid enheten i Åbo. Uppgifter om ERASMUS-studerande vid HUMAKs enhet i Åbo under vårterminen 2013 saknas, enligt senaste uppgifter från 2011 mottog skolan cirka 15 ERASMUS-studerande på vårterminen.

6 Undersökningen

I metoddelen presenteras våra val av undersökningsmetod, tillvägagångssätt och målgrupp. Utöver detta beskrivs, för att försäkra undersökningens reliabilitet, den valda undersökningsmetodens, i detta arbete enkätens, uppbyggnad och distribution samt hur data behandlats, presenterats och analyserats.

Enkäten gjordes i nära samarbete mellan båda skribenterna, medan analysens och resultatredovisningens startfas delades upp; Hagner analyserade de öppna, kvalitativa, frågorna och Eriksson analyserade de strukturerade, kvantitativa, frågorna. All slutlig analys har bearbetats, granskats och godkänts av båda skribenterna.

Undersökningen utfördes mellan 18 och 29 mars vilket gav respondenterna nio vardagar tid att besvara enkäten.

6.1 Val av metod

I metodteori skiljs mellan kvantitativ och kvalitativ metod. Den förstnämnda innehåller ofta insamling av en mängd fakta och sedan analys med statistiska metoder, medan den senare ofta innebär till exempel djupintervjuer eller deltagande observation. Kvantitativa metoder har sin styrka främst i att de kan förklara olika företeelser och kännetecknas av att de går på bredden. I kvalitativa undersökningar är graden av strukturering mycket lägre. Utifrån frågeställningen har forskaren ställt upp vissa riktlinjer och hållpunkter, men är inte bundna av dem. Detta sätt att lägga upp en

undersökning på präglas också av att undersökningen går på djupet snarare än på bredden (Bryman 1997, s. 58-59).

Eftersom vi ville utföra en strukturerad undersökning med många respondenter och mycket fakta som kan analyseras statistiskt är en kvantitativ undersökning, med enkät som datainsamlingsmetod, bättre lämpad för ändamålet. Vår undersökning har i vårt tycke inte någon markant nytta av att gå på djupet i frågorna, eftersom vi ville undersöka respondenterna som en grupp istället för individer. Vi valde dock att använda några öppna frågor i kvalitativt syfte eftersom vi i dessa frågor ville ha mångsidiga svar med personliga åsikter och motiveringar. De frågor vi valt att ställa som öppna frågor är till ämnet svåra att förkoda.

Enkäten är en så kallad webbenkät som skickats per e-post till alla internationella enheter vid högskolorna i Åbo med undantag av Turun Ammattikorkeakoulu som tagit principbeslut att inte vidarebefordra undersökningar som inte utförs för eller i intresse av Turun Ammattikorkeakoulu till utbytesstuderande. För att nå utbytesstuderande i Turun Ammattikorkeakoulu skickades enkäten även till alla tre ESN-sektioner i Åbo. De internationella enheterna och ESN vidarebefordrade den sedan till vår målgrupp; ERASMUS-studerande vid högskolor i Åbo under vårterminen 2013.

En webbenkät ger oss möjligheten att snabbt både få tag i vår målgrupp och samla ihop resultat. Eftersom undersökningen utförs via internet automatiseras dessutom själva inmatningsprocessen vilket är klart snabbare i jämförelse med att manuellt mata in data från ett tryckt formulär. En annan betydande fördel med att utföra undersökningar via internet är att den mänskliga faktorn elimineras. Med avancerad teknik kan det säkerställas att alla delar av enkäten besvaras vilket resulterar i mer exakt data (Denscombe 2009, s. 225-227).

Enkätens slutliga virtuella version gjordes i Google Drive/Forms. Valet var lätt eftersom Google Forms visade sig vara överlägset bland de andra kostnadsfria alternativen. Många internetenkät-verktyg ställer en stor mängd begränsningar i de kostnadsfria versionerna av programmen och omöjliggjorde på så sätt genomförandet av denna undersökning; en begränsad mängd frågor (ofta tio) eller begränsad mängd respondenter (ofta femtio) hör till de vanligaste begränsningarna. Vissa program

begränsar även mängden funktioner som kan användas i bildandet av enkäten, till exempel kan överhoppandet av irrelevanta frågor baserade på tidigare svar inte programmeras i gratisversionerna av många program. Google Forms ställer inga begränsningar på användningen, även om det är gratis. Därför var Google Forms ett ypperligt alternativ för en undersökning av denna skala.

En annan viktig fördel är att enkäter uppmuntrar till s.k. förkodade svar. Förkodade svar betyder att respondenten erbjuds färdigformulerade svarsalternativ att välja mellan vilket positivt påverkar validiteten av undersökningen. Värde med att respondenterna svarar enligt de alternativ som vi ger ligger i att detta möjliggör snabb insamling och analys av data. Dessutom är det lättare för själva respondenten eftersom denne inte behöver fundera ut egna svar utan endast väljer mellan de färdigt formulerade svarsalternativen (Denscombe 2009, s. 225-227). I vår undersökning har vi valt att använda en enkät med både förkodade och ostrukturerade svar eftersom vår undersökning kräver svar av olika karaktär.

Nackdelar med kvantitativa metoder är för det första att respondenten till exempel anser att de förkodade svaren helt enkelt inte överensstämmer med dennes önskade svar på den ställda frågan och således kan frågan förbli obesvarad. Svarsalternativen kan med andra ord kännas begränsade och frustrerande för respondenten. Förkodade svar kan även styra resultaten enligt forskarens uppfattningar. Svaren kan ha en tendens att forma svaren på ett sätt som mera reflekterar forskarens än respondentens sätt att tänka (Denscombe 2009, s. 225-227). Detta är en risk som vi försökt minimera genom att utföra många pilottestningar av enkäten innan den skickats ut till målgruppen.

6.2 Val av målgrupp

Eftersom vårt examensarbete behandlar inkommande utbytesstuderande i Åbo så utgick vi i vårt val av målgrupp/respondenter från vilka typer av utbytesstuderande det finns i Åbo. Det två olika huvudtyper av utbytesstuderande i högskolor; spontana och organiserade (se kap. 5). Vi valde att begränsa oss till den största organiserade gruppen av utbytesstuderande i Åbo; studerande som studerar via ERASMUS-programmet. Undersökningen begränsades alltså till ERASMUS-studerande som studerar vid någon av högskolorna i Åbo under vårterminen 2013.

Dessa begränsningar gjorde vi eftersom ERASMUS-studerande representerar en stor del av utbytesstuderande i Åbo och eftersom ERASMUS-programmet är ett långt utvecklat program i Finland och det var därför lätt för oss att hitta information samt relevant statistik för vår undersökning. Dessutom ansåg vi det som en fördel att vi kan kontakta ERASMUS-studerande både via högskolornas internationella enheter och via ERASMUS egen intressebevakningsorganisation ESN, vilket vi uppskattade kunde minska bortfallet. Under vårterminen 2013 studerade cirka 450 ERASMUS-studerande i Åbo, alltså var det den maximala mängden respondenter.

6.3 Enkätens uppbyggnad

Enkäten som är på engelska består av 15 frågor med tillhörande tillägsfrågor. Av dessa frågor är fem öppna och de övriga tio förkodade. Frågorna bildades temavis och frågades i en logisk ordning. I bilaga 1 kan ses hur pappersversionen av enkäten såg ut. Pappersversionen är till frågor och uppbyggnad identisk med den digitala versionen.

Enkäten inleds av en kort introduktion, synlig i bilaga 1, där behövliga instruktioner för ifyllandet av enkäten ges. I introduktionen uppmanas respondenterna även att kontakta oss gällande eventuella problem och frågor som kan uppstå under ifyllandet.

De två första frågorna i enkäten är främst till för att jämföra svarsgruppen med den totala gruppen av respondenter. Ifall könsfördelningen och spridningen av svar mellan utbytesstuderande i de olika högskolorna överensstämmer med fördelningen och spridningen i den totala möjliga mängden respondenter kan de svar vi fått bättre tillämpas på hela gruppen. Könsfördelningen kan även i vissa frågor visa på skillnader i beteende och uppfattningar av utbytet mellan de olika könen.

I fråga tre bad vi respondenterna värdera vikten av fyra alternativ på orsaker för att åka på utbyte. Fråga fyra är en ostrukturerad fråga där respondenterna, med egna ord, fick berätta om varför de valt just Finland som destination. Dessa två frågor är anknutna till teorin om vilka slags turister respondenterna är och vilka faktorer motiverar dem att åka på utbyte. Vidare kan frågan kartlägga Finlands pullfaktorer för utbytesstuderande (se kap. 3.2.1).

Frågorna fem till sju samt fråga tolv är till för att kartlägga respondenternas aktiviteter, uppskatta deras ekonomiska inverkan lokalt och hur frekvent utbytesstuderande utnyttjar Åbos turismutbud. Turistattraktionerna som ges som alternativ i fråga sju är valda från Trip Advisors top 10-lista på turistattraktioner i Åbo. Fråga tolv baserar sig inte på vår teori utan ska förhoppningsvis visa att utbytesstuderande använder sig av Turku Tourings (vår intressents) tjänster, alltså turisminformationen i Åbo.

Frågorna åtta och nio baserar sig på teorin om VFR (se kap.3.2.2) och med dessa frågor vill vi få fram hur många turister våra respondenter genererar till Åbo vilket kan visa att utbildningsturismen i Åbo inte begränsar sig till de utbytesstuderande som studerar i staden utan kan möjligtvis också omfatta en betydande mängd besökare och kan därför ha en större inverkan på turismen i staden än vad endast ERASMUS-studerande har. Vi valde att dela upp frågorna till har du haft/kommer du att ha gäster eftersom vi ansåg att det blev tydligare för respondenterna att svara samt för oss att analysera svaren. Dessutom var den elektroniska enkäten programmerad så att vid nekande svar på endera fråga 8a eller 9a gjorde att de resterande delfrågorna hoppades över, vilket i sin tur gjorde att ingen var tvungen att svara på för respondenterna irrelevanta frågor.

Fråga tio hör till teorin att ungdomsturister oftare väljer att komma tillbaka till tidigare resmål än vad andra turister gör (se kap. 3.1). Vi ville se i vilken grad utbytesstuderande anser att de vill återvända. Här kan också respondenternas trivsel i samt intresse av Åbo speglas i svaren.

I fråga elva ville vi få fram huruvida respondenterna kan tänka sig rekommendera Åbo och ifall de därmed kan anses vara en marknadsföringskanal för Åbo; alltså ifall word-of-mouth marknadsförning via utbytesstuderande är något som större uppmärksamhet kunde fästas vid. Fråga tretton och fjorton kan ge insyn i hur respondenterna tänker. Med dessa frågor ville vi se hur unga internationella personer upplever staden Åbo. Vi valde att använda öppna frågor eftersom vi ville få fram respondenternas personliga åsikt.

Fråga femton är en öppen fråga där vi bad respondenterna att med egna ord beskriva Åbo som turistdestination. Denna fråga kan ge en inblick i hurdan image Åbo har för

utbutesstuderande och ifall respondenternas intryck sammanfaller med stadsturismteorin (se kap. 4).

6.4 Tillvägagångssätt

I genomförandet av vår kvantitativa undersökning utgick vi från att ha en enkel och snabbt ifylld nätbaserad enkät. I utformandet av enkäten jobbade vi trots det främst med enkäten i pappersformat. Den fysiska enkäten pilottestades bland några bekanta som på många sätt representerar vår valda målgrupp. Med hjälp av dessa pilottestningar ville vi minimera risken för missuppfattningar gällande frågeställningarna och språkbruket i enkäten. I pilottestningsskedet hittades enstaka problematiska frågeställningar och klumpiga formuleringar som tack vare testningen kunde åtgärdas. För att locka mera respondenter till enkäten gav vi möjligheten för respondenterna att delta i en utlottning av totalt fyra biobiljetter.

Inför distribueringen av enkäten hade vi kontakt med samtliga internationella enheter vid högskolorna i Åbo, samt ESN, där vi förklarade vem vi var, att vi ville kontakta deras ERASMUS-studerande samt vad vår undersökning handlar om, brevet kan läsas i bilaga 2. Alla internationella enheter, förutom den vid Turun Ammattikorkeakoulu, var samarbetsvilliga och lovade vidarebefordra vårt följebrev med tillhörande länk till internetenkäten. Vi fick tag i ERASMUS-studerande vid Turun AMK via ESN.

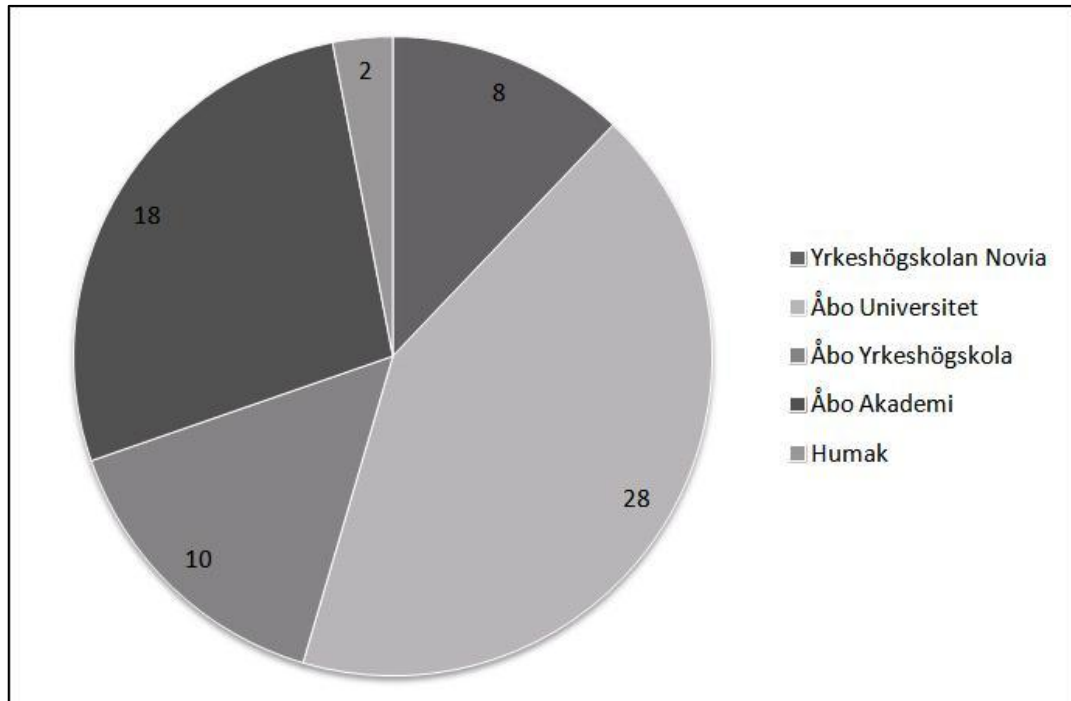
I samband med en nätlänk till enkäten skickades ett följebrev (bilaga 3) ut som presenterade oss, vår intressent Turku Touring, Yrkeshögskolan Novia och vår undersökning. Stor vikt i följebrevet lades på att beskriva användningen av insamlade data och, trots att undersökningen inte behandlar känsliga frågor, bevarandet av respondenternas anonymitet. Vi var också noga med att förklara att enkäten inte var tidskrävande. I följebrevet nämde vi naturligtvis också utlottningen av totalt fyra fribiljetter till biografen Finnkino i Åbo.

Korrespondensen med de internationella enheterna vid högskolorna i Åbo och ESN gick mycket smidigt och de vidarebefordrade snabbt vårt följebrev med tillhörande länk till internetenkäten. Eftersom vi endast pilottestat enkäten i pappersformat och inte i internetformat, förutom att vi bad några vänner se ifall länken fungerade som den ska,

mötte vi några komplikationer. En komplikation var att vi ifyllt en fråga fel i enkäten vilket gjorde att respondenterna inte kunde klicka i flera svarsalternativ även om frågan var en flervalsfråga. Som tur hade vi lämnat våra kontaktuppgifter både i internetenkäten samt i följebrevet och en respondent informerade oss om felet i god tid vilket gjorde att felet blev löst innan vi fått in många svar. En annan komplikation var att länken i vårt följebrev brutits vid vidarebefordringen till ERASMUS-studerande vid Åbo Akademi, även här informerades detta via en respondent och felet löstes genom att be den internationella enheten vid Åbo Akademi att vidarebefordra länken igen. Korrigeringsbrevet kan ses i bilaga 4.

7 Resultat

Den införskaffade informationen och datan har behandlats och analyserats med hjälp av Google Forms sammanfattningsfunktion samt Microsoft Excel. Eftersom Google Forms har en funktion med hjälp av vilken all data direkt kan exporteras till Excel var det lätt att analysera informationen djupare. Alla figurer i resultatdelen har uteslutande skapats med Microsoft Excel. Totalt besvarade 67 personer enkäten. Av respondenterna var 47 kvinnor och 20 män. Förhållandet, som kan ses i figur 3, av svarsfördelningen högskolor emellan motsvarar långt fördelningen av utbytesstuderande i de olika högskolorna. Den totala möjliga svarsmängden var cirka 450, vilket betyder att vi fick ett deltagande på cirka 15%.



Figur 3: Svarsfördelningen högskolor emellan

Som tidigare nämnt bestod enkäten av två typers frågor: öppna och förkodade frågor. Vi har valt att analysera dessa skilt eftersom de förkodade frågorna är av kvantitativ karaktär medan de öppna frågorna kan anses vara mer kvalitativa. Ett undantag är dock den förkodade frågan gällande utbytesstuderandes orsaker till utbytet som redogörs för i samband med den öppna frågan gällande respondenternas val av utbytesdestination.

7.1 De kvantitativa frågorna

Enkätens förkodade frågor bestod av såväl ranknings- som flervalfrågor. Resultaten från dessa kommer nedan att redogöras för temavis; utgifter och aktiviteter samt utbytesstuderandes besökare. Frågorna om besökare var i den slutliga enkäten programmerade så att de som svarat nekande på ifall de haft eller förväntar sig ha besökare inte behövde svara på följdfrågorna. Märk även att fråga sju var en flervalfråga där respondenterna skulle kryssa i alla alternativ som passade in på dem och att totala mängden svar därför överskrider totala mängden respondenter.

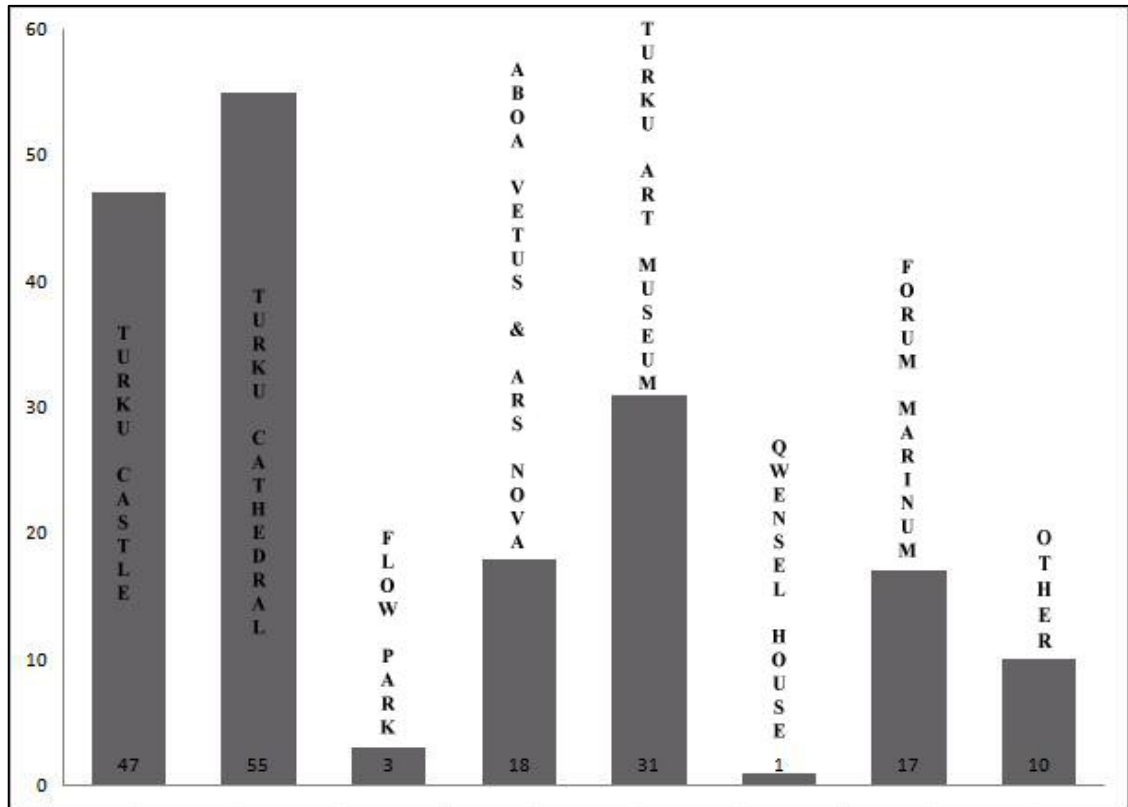
7.1.1 Utgifter och aktiviteter

Frågorna fem, sex, sju och tolv kartlägger respondenternas beteende och utgifter under deras utbytesperiod i Åbo. Alla respondenter svarade på alla dessa frågor. Fråga fem gav respondenterna möjligheten att uppskatta hur mycket pengar (i sex givna intervall) de veckoligt spenderar på fem givna kategorier (dagligvaror, kaféer, shopping, festligheter och turistattraktioner). Utbytesstuderande i Åbo använder under en vecka i genomsnitt mellan 25 och 34 euro på dagligvaror; mellan 4 och 13 euro på kaféer; mellan 6 och 15 euro på shopping; mellan 12 och 22 euro på festligheter samt mellan 7 och 16 euro på turistattraktioner.

I fråga sex fick respondenterna uppskatta hur många gånger de månatligen besöker restauranger, kaféer, nattklubbar/pubar, konserter och turistattraktioner. Utbytesstuderande besöker, i genomsnitt, restauranger och kaféer 3-5 gånger i månaden. Dessa vanor är väldigt olika bland olika individer eftersom 49 % uppgav att de överhuvudtaget inte besöker restauranger. Nattklubbar och pubar besöks däremot flitigare; i genomsnitt besöker en utbytesstuderande nattklubbar och pubar 4-5 gånger per månad. Endast två respondenter uppgav att de överhuvudtaget inte besöker nattklubbar och pubar.

Utbytesstuderande i Åbo besöker turistattraktioner och konserter 2-4 gånger i månaden. Totalt 49% uppgav att de aldrig besöker konserter i Åbo. De 27 respondenter som uppgett att de besökt Åbo turistinformation (som frågat i fråga 12) besöker överlag turistattraktioner en gång oftare per månad än de som inte besökt den.

I fråga sju skulle respondenterna kryssa för vilka av de sju givna turistattraktionerna de besökt. Svaren, som är visualiserade i figur 4, tyder på att Åbo slott och Åbo domkyrka hör till de populäraste attraktionerna. Frågan gav också respondenterna möjligheten att ge ett svar som inte fanns som förkodat alternativ ("other"-kolumnen i figur 4). Totalt besvarade tio respondenter med other-alternativet och gav som exempel på attraktioner bland andra hantverksmuséet, Sibeliusmuséet och Ekumeniska konstkapellet.



Figur 4 : Hur många av respondenterna besökt de populäraste turistmålen i Åbo.

7.1.2 Besökare

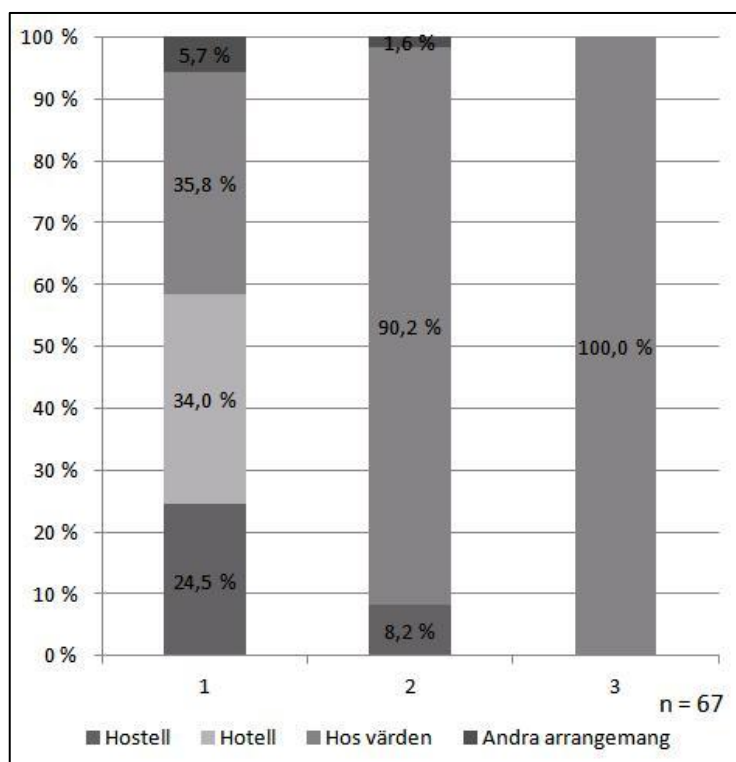
Frågorna åtta och nio, med tillhörande tilläggsfrågor, behandlar respondenternas besökare från hemlandet. Om respondenterna inte haft eller inte förväntade sig besök kunde dessa frågor förbigås. På grund av en teknisk miss blev en tilläggsfråga borta. Den bortblivna frågan behandlade hur många besökare respondenterna ännu förväntade sig att få. Frågan om hur många besökare de redan haft fanns med i enkäten och från den framkommer att de respondenter som redan mottagit besökare i medeltal mottagit 3,6 besökare per man. I förhållande till alla respondenter, även de som inte redan haft besök, hade respondenterna i medeltal 2,4 besökare per man.

Från svaren framkommer att av 67 respondenter uppgav endast 10 att de inte mottagit och inte heller förväntar sig besök från sitt hemland under sitt utbyte, alltså har hela 85% eller 57 av respondenterna haft eller kommer ännu att ha besök under sin vistelse. I svarande stund hade 47 respondenter haft besökare och 42 skulle ännu få besökare under sin utbytesperiod.

Vi frågade hur länge besöken varat och gav respondenterna förkodade alternativ med intervaller mellan 0-2 dagar och längre än 14 dagar. Vi frågade även hur boendet ordnats för besökarna, alternativen som gavs var hotell, vandrarhem, hos respondenten eller andra arrangemang.

I enkäten hade vi delat in besökarna i kategorierna familj, vänner och flick- eller pojkvän. Totalt stannar en utbytesstuderandes besökare i allmänhet mellan 5 och 7 nätter i Åbo oberoende av kategori. Av alla besökare bor 74% hos den utbytesstuderande medan cirka 24% bor på hotell och vandrarhem och den resterande 3% bor på andra sätt.

Av alla besökare stannar familjemedlemmar den kortaste tiden (4-6 nätter) och pojk- och flickvänner den längsta tiden (6-8 nätter). I figur 5 framkommer att pojk- och flickvänner undantagslöst bor hos värden medan familjemedlemmar i nästan 60% av fallen bor på hotell eller vandrarhem. Vänner bor i de flesta fall hos värden (cirka 90%) eller på vandrarhem (cirka 8%).



Figur 5 : Hur boende ordnats för respondenternas besökare (1 = familj, 2 = vänner, 3 = flick-/pojkvän)

Längden på besöket verkar också variera enligt boendeformen; genomsnittslängden på besöket för en besökare som bor på hotell är endast 3-5 nätter medan längden på besöket för en besökare som bor hos värderna i genomsnitt är hela 6-8 nätter. De som bor på vandrarhem stannar i allmänhet en natt längre än de som bor på hotell.

7.2 De kvalitativa frågorna

I enkäten fanns fem öppna frågor: ifall respondenten kan tänka sig rekommendera Åbo; ifall respondenten kan tänka sig återvända till Åbo; hur respondenten skulle beskriva Åbo som turiststad; vad respondenten anser kunde vara bättre och vad som är speciellt bra i Åbo samt varför respondenten valde Finland som utbytesdestination. Svaren på dessa öppna frågor kommer nedan redogöras för med hjälp av utvalda citat från respondenternas svar.

7.2.1 Uppfattningar om Åbo

Totalt 57, eller 85 %, av respondenterna svarade jakande på frågan om de kunde rekommendera Åbo som turistdestination. De mest nämnda orsakerna för att respondenten kan tänka sig rekommendera Åbo var: själva Åbo, landskapet och/eller omgivningen som nämns i 21 respondenters svar; Åbos människor, som nämns i 17 respondenters svar samt stadens läge och att det är enkelt att resa vidare från staden vilket nämns i 11 respondenters svar. Följande respondent har listat alla de mest förekommande orsakerna till att de kan tänka sig rekommendera Åbo;

”Turku is a comfortable city to live in since it is quite small, so not too busy. Then, the percentage of students within the whole population is quite high, so the city is really dynamic and there is a lot of things happening for exchange students. Besides, Turku’s localisation makes it easier to travel around in neighbors countries (sic)”.

Av de tio respondenter som svarat nekande på frågan var hälften av den åsikten att det är för dyrt i Åbo. Andra orsaker som nämns är till exempel att Åbo är för litet, att Åbo inte har tillräcklig historisk eller kulturell bakgrund eller att det inte finns tillräckligt många attraktioner i Åbo; ”too expensive, too small, not enough culture, not enough alternative clubs (sic)”.

På frågan om de kan tänka sig återvända till Åbo ansåg 24 av de 53 respondenter som svarade jakande att staden eller deras trivsel i staden under utbytet var den största dragningskraften till att återvända.

“Turku was my home for nearly 8 month so I will miss it a lot and want to come back some time to see how it has changed. Also I want to visit the finnish friends I have met. Furthermore I had not real chance to visit the archipelago and that is still facinating me (sic)”.

Totalt 16 respondenter skulle vilja komma tillbaka för att hälsa på vänner och nio respondenter skulle vilja komma tillbaka för att fortsätta sina studier och/eller arbeta; ”I really enjoyed my stay in Turku. I would very much like to apply for phd here. The university is good, the people are nice and help you when you ask for it (sic)”.

Av de 15 nekande svaren på frågan var den största gemensamma faktorn till att inte återvända till Åbo att respondenten anser sig sett allt Åbo har att erbjuda. Sex respondenter var av denna åsikt. Andra svar på denna fråga visar att Åbo uppfattas som en liten stad och att respondenterna hellre upptäcker nya ställen.

När vi bad respondenterna beskriva Åbo som en turismdestination var det tretton respondenter som valde att skriva något om naturen i eller runt Åbo; ”nice finish town at the sea with great forests and lakes around it (sic)”. Tolv av respondenterna nämner att turister borde vistas under en vecka i Åbo; ”As a tourist destination I think that maybe few days will be enough, and you can easily reach Helsinki”.

Liksom tidigare respondent nämnt var det fem andra respondenter som ansåg att andra destinationer är lättillgängliga från Åbo. Tio respondenter nämner något om Åbos historia eller kultur i sina beskrivningar: ”Turku is perfect mix between historic and nature. You'll be impressed with the landscapes, with all the facilities and the several activities to do (sic)”. Däremot anser tio respondenter att Åbo inte är en bra destination för turister: “It's not a tourist destination. Nothing is done for tourists. But it's a good place to stay between different travels”. Denna fråga lämnade tolv respondenter obesvarad.

Det populäraste svaret på frågan ”Vad kunde vara bättre i Åbo?” var att det borde vara billigare här. Många anser att det borde finnas mer studerandevänliga priser, också på turistattraktioner;

“More free of charges days in museums, because I am student and I don't have enough money for everything where I would like to go. As I know, only Art museum has free of charge visiting day on fridays. Other museums could do the same (sic)”.

Följande respondent nämner, förutom mera erbjudanden för studerande, dessutom att transportsystemet i staden borde förbättras vilket även tolv andra respondenter ansåg; ”Public transportation, for the size of the city it would help if there was a metro or tram system. Maybe more better offers for students who visit tourist attractions (sic)”. Tio respondenter ansåg att det borde finnas mera att göra i Åbo för besökare: ”More things to do for visitors. More information in that way (sic)”. Denna respondent nämner även att det borde finnas mer information tillgängligt vilket även fem andra respondenter nämnt i sitt svar.

Vid frågan “Vad tycker du är speciellt bra i Åbo?” var det 23 respondenter som i sitt svar nämnde antingen något om naturen runtomkring, om att det finns en å i Åbo, eller om själva atmosfären i staden. Följande respondent nämner till exempel att den tycker om att titta på Aura å och att de känner sig som en familj i studentbyn vilket kan räknas som en familjär atmosfär;

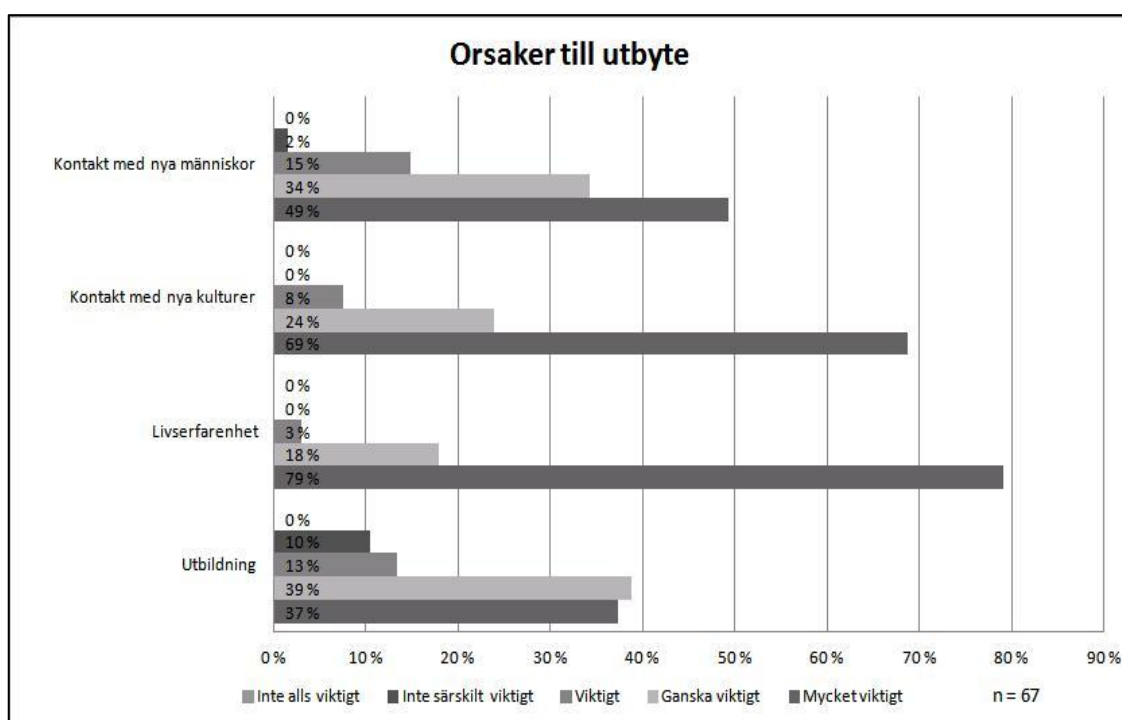
“I walk to city center and to my school, i have really nice friends in turku now we are like a family in our student village, every day we have something to do, there is no time to get bored. i like watching aura river, i like that view. furthermore, the city is not so crowded (sic)”.

Denna respondent hade också många andra populära ämnen i sitt svar, förutom natur/atmosfär. Först nämner respondenten att det är möjligt att gå till centrum och till skolan, något vi valt att räkna som ”tillgänglighet inom staden” vilket 11 respondenter svarat att var speciellt bra i Åbo. Respondenter nämner också studentbyn vilket vi räknar till ämnet ”studerandestad”, som även 23 andra respondenter nämnt i sin beskrivning av vad som är bra i Åbo.

7.2.2 Orsaker till utbyte och val av destinationsland

Orsakerna till respondenternas utbyte och val av Finland som utbytesland kartlades genom både förkodade och öppna frågor. De förkodade frågorna behandlade mera respondenternas motivation att överhuvudtaget åka på utbyte, medan den öppna frågan mera specifikt behandlade respondenternas val av Finland. Från de förkodade push-

faktororienterade frågorna framkom att livserfarenhet definitivt är den tyngsta orsaken för utbyte; hela 78 %, eller 53 respondenter, ansåg livserfarenhet som en ”mycket viktig” bidragande orsak till utbyte. I figur 6 kan ses att även de andra orsakerna vi bad respondenterna värdera; utbildning, livserfarenhet, kännedom av nya kulturer och kontakt med nya människor; ansågs viktiga: totalt 76% av respondenterna anser att utbildning är mycket eller ganska viktigt, 97% anser att livserfarenhet är mycket eller ganska viktigt och 94% anser att kännedom av nya kulturer var en mycket eller ganska viktig bidragande orsak till att de for på utbyte. Kontakt med nya människor ansågs vara en mycket eller ganska viktig orsak till utbytet av 84% av respondenterna. Endast en respondent ansåg att kontakt med nya människor inte var viktigt och märkvärdt är att ingen av respondenterna ansåg att någon av de givna orsakerna totalt saknar betydelse som bidragande orsak för deras utbyte.



Figur 6: Respondenternas värdering av de givna orsakerna för utbyte.

På den öppna frågan om varför de valt Finland som destination innehöll 26 respondenters svar något om utbildningen i Finland, såsom ”Because of the good schoolsystem. Its famous and interesting if you study teaching (sic)”. Totalt 14 respondenter sade att en av orsakerna till att de valt Finland eftersom de ville ha något som skiljer sig från sitt hemland; ”Because I am Spanish and I wanted something very

different from my country and also because people speak good English here”. Som tidigare respondent nämnt var det även andra (11 st) som valde Finland som utbytesdestination eftersom det här finns kurser på engelska, utbildningar på engelska eller för att de hört att en stor procent av invånarna förstår samt pratar engelska; ”language of education is english + communicating in english is really good amongst finish people (sic)”. Totalt 16 respondenter nämnde att de var intresserade av antingen finsk eller nordisk kultur och 11 respondenter svarade att de valde Finland antingen pga. samarbete mellan deras hemuniversitet och ett universitet i Finland eller för att ett universitet i Finland erbjöd kurser de intresserade sig av. Som exempel ”partnership btw AA [Åbo Akademi] and my own university (sic)” eller “TU [Turun Yliopisto] was offering courses I am interested in (sic)”.

Av de kvantitativa och kvalitativa resultat vi redogjort för ovan, kommer de för examensarbetet väsentliga delarna av resultaten att analyseras. Från resultatanalysen kan sedan slutsatser om utbytesstuderandes vikt som turister i Åbo dras.

8 Analys av resultat

Resultaten av undersökningen kommer i denna del att kopplas med tidigare forskning och teori i ämnet utbildningsturism, som behandlats i kapitel 3-5, och analyseras därefter. Syftet med analysen är att se ifall respondenternas svar överensstämmer med tidigare teori och analysen kan även visa hur stor inverkan utbytesstuderande och deras potentiella gäster i Åbo har på turismen i staden.

8.1 Orsaker till utbyte

Enligt Rifai (2011) vill unga resenärer, vilket alltså inkluderar utbytesstuderande, under sina resor ha kontakt med nya människor, lära känna destinationers kultur och utveckla sin egen kunskap. Detta stöds även av resultaten av vår undersökning: ingen av respondenterna ansåg att någon av de givna orsakerna (utbildning, livserfarenhet, kännedom av nya kulturer och kontakt med nya människor) saknar betydelse som bidragande orsak för deras utbyte (se även figur 6).

Även språk, språkkunskaper och språkklimat anses som en betydande pullfaktor inom utbildningsturismen. I undersökningen framkommer att finländares kunskaper i engelska och det höga utbudet av kurser på engelska i viss mån påverkat flera respondenters val av Finland som sin utbytesdestination.

Mazzarol och Soutar (2002) skriver att en betydande pullfaktor till en utbildningsdestination är kunskapsnivån och medvetenheten om värdlandet vilket tydligt kan ses i fråga fyra i vilken många (16) av respondenterna nämner att de valt Finland för att de är intresserade av Finland och/eller nordisk kultur. Det fysiska klimatet vid destinationen fungerar ofta som en pullfaktor, och i vår undersökning framkom att flera respondenter valt Finland delvis för att de ville uppleva liv i ett kallt klimat. Även studieklimatet spelar en roll i valet av destination enligt Mazzarol och Soutar. Detta kan ses i 26 respondenters svar där Finlands utbildning nämns som en av orsakerna. Vi kom, i vår undersökning, fram till att Finlands pullfaktorer kan liknas vid de pullfaktorer som kopplats ihop med utbildningsturism i tidigare forskning.

Trots att klimatet påverkar valet av destination för utbyte bör det också påpekas att utbildningsturism inte är väderberoende, vilket kan ses i att utbytesstuderande kommer till Åbo utanför den största säsongen, sommaren.

8.2 Aktiviteter i Åbo

Enligt den teori vi har läst in oss på använder utbytesstuderande ofta ortens eget turismutbud. I vår undersökning framkom att utbytesstuderande i Åbo till viss mån använder sig av turismutbudet, förutsatt att turismutbudet betyder turismattraktioner. Endast 3 av våra 67 respondenter hade inte besökt någon turistattraktion under deras utbytesperiod, alltså hade hela 96% av respondenterna besökt minst en turistattraktion under sin vistelse. Från undersökningen framkommer att de populäraste turistattraktionerna i Åbo är Åbo slott och Åbo domkyrka, vilka även båda finns i top tre på Trip Advisors lista över attraktioner i Åbo. Om ”ortens turismutbud” inte begränsas till endast rena turistattraktioner så kan ur undersökningen läsas att en utbytesstuderande i Åbo besöker restauranger, kaféer, nattklubbar, pubar, konserter och turismattraktioner 9-14 gånger i månaden.

Enligt våra resultat i undersökningen spenderar en genomsnittsutbytesstuderande i Åbo mellan 55 och 100 euro per vecka på dagligvaror, kaféer, shopping, krogar och turistattraktioner. På en tremånadersperiod, vilket är minimitiden för ett ERASMUS-utbyte, blir genomsnittsförbrukningen mellan 660 och 1200 euro, exklusive utgifter som hyra och resor. Enligt senaste säkrade siffror (2009) mottog Åbo cirka 540 utbytesstuderande via ERASMUS-programmet, som stannade i minst tre månader, det året. Räknat med dessa tal och det extrapolerade resultatet av vår undersökning rör sig utbytesstuderandes totala ekonomiska inverkan på daglighandeln i Åbo upptill 648 000 euro årligen. Om turismindustrin igen begränsas till endast rena turistattraktioner kan med motsvarande extrapolering räknas ut att utbytesstuderande i Åbo årligen spenderar upptill 100 000 euro på turistattraktioner.

Dessa ovannämnda siffror är naturligtvis extrapolerade från medeltal, men det bör även märkas att talen som återgivits utgår från ERASMUS-utbytesstudiernas minimilängd och exkluderar även alla deras potentiella besökare. Naturligtvis speglar siffrorna inte heller hela utbildningsturismindustrin i Åbo eftersom antalen baserar sig på inkommande ERASMUS-studerande och exkluderar därmed alla inkommande spontana utbytesstuderande samt utbytesstuderande via andra program.

8.3 Utbytesstuderandes besökare

Enligt Richards (2011) har över 70 % av utbytesstuderande besök av minst två vänner eller familjemedlemmar under sin utbytesperiod och mottar i medeltal 1,3 besökare under sin utbytesperiod. I vår undersökning framkom att utbytesstuderande i Åbo är något aktivare med att locka vänner och familjemedlemmar på besök: de 85% av respondenterna som mottagit besökare mottog i medeltal 3,6 besökare per man. I förhållande till alla respondenter, även de som inte haft besök, hade respondenterna i medeltal 2,4 besökare per man. Från detta kan räknas ut att ERASMUS-studerande årligen lockar cirka 1 300 besökare till Åbo. Anmärkningsvärt är att dessa 1 300 extraturister besöker Åbo under lågsäsong; höst, vinter och vår.

Längden på besöket låg i genomsnitt mellan fem och sju nätter. Med 1 300 besökare årligen betyder detta mellan 6 500 och 9 100 övernattningar. En stor majoritet (cirka 74%) av dessa bor, som tidigare nämnts, hos den studerande och de som övernattar på

hotell eller hotell stannar i allmänhet en något kortare period. Trots att majoriteten av besökarna inte använder sig av kommersiella inkvarteringstjänster i Åbo handlar det ändå om i medeltal nästan 25 turister dagligen som är i staden endast på grund av ERASMUS-studerande.

8.4 Utbytesstuderandes uppfattning om Åbo

Enligt tidigare forskning skall utbytesstuderande och ungdomsturister ha större benägenhet att återvända till destinationer de besökt. Upp till 54 % av ungdomsturister i Australien återvänder efter första besöket. I vår undersökning svarade 79% av respondenterna att de kunde tänka sig återvända till Åbo. Dessa siffror är inte direkt jämförbara sinsemellan eftersom den tidigare forskningen uppger verkliga återvändsresor medan vår undersökning endast kartlagt viljan av att återvända.

Eftersom 79% av utbytesstuderande i Åbo kunde tänka sig att återvända till Åbo så kan man även anta att ordet om Åbo sprids i hemlandet efter utbytet. Enligt tidigare forskning uppmuntrar hela 93% av utbytesstuderande sina vänner och släktingar att besöka landet de studerar i. Vår undersökning visar att 85% av utbytesstuderande i Åbo skulle rekommendera Åbo som turistdestination. Av de cirka 540 ERASMUS-utbytestuderande i Åbo per år utgör 85% årligen cirka 430 nya privata word-of-mouth ambassadörer för Åbo utspridda över hela Europa.

I undersökningen efterlystes respondenternas beskrivningar av och åsikter om Åbo som turismdestination. I tidigare forskning om stadsturism (Law 2002) framkommer att storleken av en stad spelar stor roll för uppfattningen om staden. Detta ses både på gott och ont i resultaten eftersom många respondenter antingen ansett att Åbos storlek ger ett positivt intryck medan andra respondenter ansett att staden är för liten för att erbjuda upplevelser för en längre tid. Law poängterar också betydelsen av den lokala befolkningens karaktär vilket likaså speglas i både positiv och negativ bemärkelse i respondenternas svar. Befolkningens karaktär nämndes i positivt sammanhang av 25% av respondenterna i den öppna frågan om Åbo som turistdestination. Några enstaka respondenter ansåg att finländare och åbobor är för tysta och på dåligt humör.

Law nämner även att naturens och vattnets närvaro i stadsbilden i många fall höjer resenärens upplevelse av resan. I de öppna frågorna om Åbo framkom att många respondenter uppskattade naturen, ån och skärgården i Åbo och ansåg att dessa hörde till vad som är speciellt bra i Åbo.

Ett ofta förekommande ämne i frågorna om vad som är bra och vad som är dåligt i Åbo var infrastrukturen och särskilt lokaltrafiken. De 11 respondenter som nämnde infrastrukturen i positiv bemärkelse poängterade att allt är nära beläget och tillgängligt till fots, i vissa fall berömdes lokaltrafiken och även Åbos parallella gatunätverk nämndes. Lokaltrafiken nämndes dock oftare (av 13 respondenter) i frågan om vad som kunde förbättras och i dessa fall efterfrågades främst mer frekvent kvälls- och nattrafik.

I allmänhet kan ändå konstateras att utbildningsturismen är en potentiell marknad som, enligt våra resultat, spenderar en hel del pengar och lockar en betydande mängd extra turister till Åbo. Slutsatsen att Åbo, bland utbytesstuderande, anses utgöra en relativt fungerande helhet kan dras både på basen av svaren som direkt behandlar Åbo och på basen av besökarmängden som ligger något ovanför medelvärdet (se kap. 8.3). Denna målgrupp kunde bemötas på flera plan för att ytterligare kunna utnyttjas.

Härefter kommer undersökningen och dess utförande att diskuteras kritiskt. Bristerna och misstagen kommer att redogöras för liksom även det som lyckats bra.

9 Avslutande diskussion

Eftersom vår undersökning var en kartläggning av situationen i Åbo bestod enkäten av ett brett urval ytliga frågor. I eventuella framtida undersökningar kan frågorna i enkäten utformas med tanke på en mera djupgående undersökning, alltså att frågorna lättare kan analyseras, åskådliggöras och jämföras. En större mångfald av frågor bland de olika intresseområdena i enkäten kunde bidra till mångsidigare och mer lättolkade resultat. Ett sätt att garantera detta vore att ytterligare pilottesta enkäten på flera, för undersökningen relevanta, försöksrespondenter. Även en testanalys av de erhållna svaren kan visa eventuella brister och behov av följdfrågor.

Att utföra undersökningen som en internetenkät var rätt val i denna undersökning eftersom vi snabbt kom åt vår målgrupp och snabbt kunde samla in svar. Internätenkät är också till fördel då målgruppen, liksom i vårt fall, är fysiskt utspridd och kan ha väldigt varierande scheman. Det vore dock nödvändigt att pilottesta även den virtuella versionen av enkäten, eftersom små fel kan uppstå i kodandet av frågorna. Även mänskliga misstag kan förekomma i överföringsskedet vilket i vårt fall ledde till bortfallet av en essentiell fråga. Vid vidarebefodring bör i följebrevet förklaras hur respondenten skall bära sig åt ifall länken inte fungerar eftersom länken vid vidarebefodring kan brytas. En enkel instruktion över hur länken kan kopieras och klistras in i adressfältet kunde ha hjälpt oss få ett större deltagande i undersökningen.

Undersökningens reliabilitet har säkrats genom att konsekvent och detaljerat redogöra för alla olika steg i genomförandet i arbetet. Förutom att vi redogjort för tillvägagångssättet under undersökningens gång har vi även redogjort för hur vi byggt upp enkäten, bildat frågorna och därmed hur vi tolkat dem. Med tanke på detta borde undersökningen kunna upprepas under liknande omständigheter.

Validiteten har säkrats genom att utföra en kvantitativ undersökning med förkodade svar vilka ger rum för respondenternas egna åsikter men ändå tillåter en generalisering av svaren. Vi har dessutom redogjort för bortfall vilket gör statistiken mer valid. En del av vår enkät är kvalitativ men eftersom dessa frågor ställts skriftligt och alla respondenter därmed fått exakt samma frågor kan validitet även i dessa frågor i viss mån uppnås.

Syftet med detta examensarbete var att undersöka vilka, och i hur stor utsträckning, utvalda turismtjänster utnyttjas av utbytesstuderande i Åbo. Vi undersökte även utbytesstuderandes uppfattning om Åbo och de besökare utbytesstuderande mottar under sin utbytesperiod. För att uppnå syftet utfördes en enkätundersökning som jämfördes med tidigare forskning i ämnet. Resultaten tyder på att utbytesstuderande i Åbo kunde vara en viktig grupp för turismen i staden eftersom de utnyttjar den existerande turismtjänsterna i staden, lockar till sig gäster samt rekommenderar staden i sitt hemland.

Källförteckning

- Backer, Elisa. 2013. ”VFR travel definition”.
http://www.academia.edu/225792/VFR_travel_definition_VFR_tourism_definition
 (hämtat 28.02.2013)
- Benelux Bologna Secretariat. 2009. “Bologna beyond 2010”.
<http://www.ehea.info/Uploads/Irina/Bologna%20beyond%202010.pdf> (hämtat
 21.01.2013)
- Bryman, A. 1997. ”Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning”. Lund:
 Studentlitteratur.
- Carr, Neil. 2003. ”Managing Educational Tourism”. se Ritchie, Brent 2003
- CIMO. 2011. "ERASMUS - Euroopan unionin vaihto- ja yhteistyöohjelma korkeakouluille".
http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/22404_Erasmus_esite_web.pdf (hämtat 21.01.2013)
- CIMO. 2012a. ”Erasmus Suomessa: Tilastoja suomalaisten korkeakoulujen osallistumisesta Erasmus-ohjelmaan 2007-2010”
http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/23805_Erasmus_tilastojulkaisu_web.pdf (hämtat 21.01.2013)
- CIMO. 2012b. ”Kansainvälinen liikkuvuus yliopistoissa ja ammattikorkeakouluissa 2011”. Tietoa ja tilastoja raportit 4/2012.
http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/26864_Kansainvalinen_liikkuvuus_yliopistoissa_ja_ammattikorkeakouluissa_2011_korja.pdf (hämtat: 05.03.2012)
- CIMO. 2013. “Mikä on CIMO?”. http://www.cimo.fi/mika_on_cimo (hämtat 05.03.2013)
- Davidson, Michael; Wilkins, Hugh; King, Brian; Hobson, Perry; Craig-Smith, Stephen & Gardiner, Sarah. 2010. “International Education Visitation— Tourism Opportunities”. CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.
<http://www.crctourism.com.au/WMS/Upload/Resources/120013%20Davidson%20IntEdVis%20WEB.pdf> (hämtat: 28.02.2013)
- Denscombe, M. 2009. ”Forskningshandboken - för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna”. Lund: Studentlitteratur. Upplaga 2:1.
- Eat and Joy. 2012. “50 Suomen Parasta Ravintolaa 2012”
<http://www.eatandjoy.fi/50parasta> (hämtat 08.03.2013)

EHEA. 2009. "Budapest-Vienna Declaration on the European Higher Education Area". http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/Budapest-Vienna_Declaration.pdf (hämtat 21.01.2013)

ESN Uni Turku. 2013. "ESN Turku". <http://www.esnuniturku.fi/content/esn-turku> (hämtat 28.02.2013)

ESN. 2012. "What is ESN?". <http://www.esn.org/content/what-esn> (hämtat 21.01.2013)

Europeiska Kommissionen, 2000, "För en stadsturism av hög kvalitet", http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=528

Europeiska Kommissionen. 2012. "Erasmus – Facts, Figures & Trends" http://ec.europa.eu/education/pub/pdf/higher/erasmus1011_en.pdf (hämtat 08.03.2013)

Europeiska Kommissionen. 2013a "History of the ERASMUS Programme". http://ec.europa.eu/education/ERASMUS/history_en.htm (hämtat 21.01.2013)

Europeiska Kommissionen. 2013b. "Lifelong Learning Programme – ERASMUS". http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-programme/ERASMUS_en.htm (hämtat 21.01.2013)

Law, Christopher. 2002. "Urban Tourism – the visitor economy and the growth of large cities". Upplaga 2. Continuum, London.

Lyyra. 2013. "Student benefits in Turku" https://www.lyyra.fi/browse_lyyrabenefits.php (hämtat 08.03.2013)

Maailmalle. 2013. "Vaihtoon oman korkeakoulun kautta". http://www.maailmalle.net/opiskelu/vaihto-opiskelu/korkeakouluopiskelijoiden_opiskelijavaihto/vaihtoon_oman_korkeakoulun_kautta (hämtat: 05.03.2013)

Mazzarol, Tim; Soutar, Geoffrey N. 2002. "Push-pull factors influencing international student destination choice". *The International Journal of Educational Management*: 2002; 16, 2/3; ProQuest, s. 82

Novelli, M. 2005. "Niche Tourism". University of Brighton. Butterworth Heinemann.

Ortega, Ulises. 2011. "The Power of Youth Travel: Foreword". UNWTO & WYSE Travel Organisation.

Pawar, K. & Nagaraj, H. 2013. "Educational tourism – a strategy for sustainable development". *Indian Streams Research Journal*. Vol. 3 Issue 1.

Ranne, A. 2011. "Turun ruokaravintoloiden kilpailukenttä – itsenäisten ravintoloiden näkökulmia". Turun AMK.

https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/36347/Ranne_Anniina.pdf?sequence=1 (hämtat 03.02.2013)

Richards, Greg. 2011. ”The Power of Youth Travel: An Economic Contribution That Matters”. UNWTO & WYSE Travel Organisation.

Rifai, Taleb. 2011. ”The Power of Youth Travel: Foreword”. UNWTO & WYSE Travel Organisation.

Ritchie, Brent. 2003. ”Managing Educational Tourism”. Channel View Publications, Clevedon.

Studentum. 2012. ”Suomalaiset apurahat ja stipendit ulkomailla opiskeluun”.
http://www.opiskeleulkomaila.fi/Suomalaiset_apurahat_ja_stipendit_ulkomailla_opiskeluun__d5865.html (hämtat 21.01.2013)

Tourism & More. 2010. ”Educational Tourism”. Tourism Tidbits.
<http://www.tourismandmore.com/tidbits/educational-tourism/> (hämtat 11.02.2013)

Trip Advisor. 2013. ”Restaurants Travellers Recommend in Turku”.
http://www.tripadvisor.com/Restaurants-g189949-Turku_Western_Finland.html
(hämtat 08.03.2013)

Turku Touring. 2011. ”Toimintakertomus 2011”.
http://www.visitturku.fi/sites/default/files/turkutouring/ttr_toimintak_2011.pdf (hämtat 28.02.2013)

Undervisnings- och kulturministeriet. 2012a. ”Bologna-prosessi”.
<http://www.minedu.fi/OPM/Koulutus/artikkelit/bologna/index.html> (hämtat 21.01.2013)

Undervisnings- och kulturministeriet. 2012b. ”Laatua, liikkuvuutta ja uusia mahdollisuuksia”.
<http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2012/04/bologna.html?lang=fi> (hämtat 08.03.2013)

UNWTO. 1995. ”Collection of Tourism Expenditure Statistics”.
<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf> (hämtat 06.04.2013)

UNWTO. 2011. ”The Power of Youth Travel”. UNWTO & WYSE Travel Organisation.

Västabolands Stad. 2013. ”Turun Saaristo – Åbo Skärgård”.
<http://www.saaristo.org/index.php?page=101&lang=3> (hämtat: 28.02.2013)

Williams. Paul, 2010. ”Educational Tourism: Understanding the concept, recognising the value”. Staffordshire University.

[http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Educational%20Tourism:%20Underst
anding%20the%20Concept,%20Recognising%20the%20Value](http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Educational%20Tourism:%20Underst%20anding%20the%20Concept,%20Recognising%20the%20Value) (hämtat: 11.02.2013)

ILLUSTRERINGSEXEMPLAR

Bilaga 1: Enkät

SURVEY

Please tick the appropriate box next to your answer when instructed to do so. Please answer the open questions in your own words.

Make sure you answer all questions, please.

If you have any questions about the survey, please contact us at lina.hagner@novia.fi or viktor.eriksson@novia.fi

1. Sex

Female Male

2. At which university are you studying in Turku?

- Novia University of Applied Sciences
- Turku University of Applied Sciences
- Humak University of Applied Sciences
- Åbo Akademi
- Turku University

3. Please rank the following reasons for your exchange.

	Very Important	Important		Not Important	
		Quite important	Not so important		
Education	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Life experience	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To get to know other cultures	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To meet new people	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Why did you choose Finland?

ILLUSTRERINGSEXEMPLAR

5. Approximately how much money do you believe you spend on the following on an average during 7 days in Turku?

	0-10€	11-20€	21-30€	31-40€	41-50€	more than 50 €
on Groceries	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
on Cafés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
on Shopping	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
on Partying	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
on Tourist attractions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. How many times, on an average, do you visit the following places in 30 days in Turku?

	0	1-2	2-3	3-4	4-5	More
Restaurants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Night clubs/Pubs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cafés	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concerts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Which tourist attractions have you visited in Turku? (You can tick several boxes.)

- Turku Castle
- Turku Cathedral
- Flow Park
- Aboa Vetus & Ars Nova
- Turku Art Museum
- Pharmacy museum and Qwensel house
- Forum Marinum, maritime centre
- Other, what? _____

ILLUSTRERINGSEXEMPLAR

8. a) Have you had visitors from abroad during your stay in Turku?

Yes

No (jump to question 10)

8. b) Who has visited you during your stay in Turku? (You can tick several boxes.)

Family

Friends

Boyfriend/Girlfriend

8. c) How many visitors have you had during your stay in Turku?

8. d) How was the accommodation arranged for your visitor/s in Turku?

	Family	Friends	Boyfriend/Girlfriend
Hotel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hostel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
They lived/will be living with you	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other arrangements	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. e) How long did your visitors stay in Turku?

	Family	Friends	Boyfriend/Girlfriend
Less than 2 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – 4 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 – 6 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 – 10 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
More than 10 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ILLUSTRERINGSEXEMPLAR

9. a) Will you still have visitors during your stay in Turku?

- Yes
- No (jump to question 11)

9. b) Who will visit you?

- Friends
- Family
- Girlfriend/Boyfriend

9. c) How many visitors will you have?

9. d) How is the accommodation arranged for your visitor/s in Turku?

	Family	Friends	Girlfriend/Boyfriend
Hotel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hostel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
They lived/will be living with you	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other arrangements	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. e) How long will your visitors stay in Turku?

	Family	Friends	Girlfriend/Boyfriend
Less than 2 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 – 4 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 – 6 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 – 10 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
More than 10 days	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ILLUSTRERINGSEXEMPLAR

10. Would you consider returning to Turku after your exchange?

Yes, why? _____

No, why not? _____

11. Would you recommend Turku to others as a destination?

Yes, why? _____

No, why not? _____

12. Have you visited the Tourist Info in Turku?

Yes

No

13. What do you think is especially good in Turku?

14. In your opinion, what could be better in Turku?

15. How would you describe Turku as a tourist destination?

*Thank you for taking the time to complete this survey.
Your feedback is very important to us!*

Bilaga 2: Brev till internationella enheter

Terve!

Olemme kaksi matkailualan opiskelijaa ammattikorkeakoulu Noviasta. Teemme parhaillaan opinnäytetyötä Turku Touringille ERASMUS-vaihtoopiskelijoiden käyttäytymisestä turisteina.

Kysymyksemme liittyy kyselymme jakeluun, eli mietimme jos voisimme teidän kautta saada joko yhteystietoja, tai mahdollisuutta välittää teidän kautta kyselyämme ERASMUS-opiskelijoille Turun Yliopistossa.

Olisimme erittäin kiitollisia avusta. Kerromme mielellämme lisää tutkimuksesta tarvittaessa. Alustavasti kysely tulisi olla valmis jakoon viikolla 10.

Ystävällisin terveisin,
Lina Hagner ja Victor Eriksson

Lina Hagner
lina.hagner@novia.fi
0500 261507

Victor Eriksson
viktoria.eriksson@novia.fi
045 131 5544

=====
Hej!

Vi är två turismstuderande vid yrkeshögskolan Novia och vi håller på med en undersökning för vårt examensarbete för Turku Touring. Undersökningen gäller utbytesstuderandes roll som turister i Åbo. Vi undrar om vi kan via Er internationella enhet få kontaktpuppgifter till, eller möjlighet att vidarebefordra en enkät till, alla utbytesstuderande som är på utbyte vid Åbo Akademi via ERASMUS-programmet.

Vi skulle vara mycket tacksamma för Er hjälp! Vi berättar gärna mera om undersökningen vid behov. Preliminärt torde enkäten vara redo för spridning vecka 10.

Med vänliga hälsningar,

Lina Hagner och Victor Eriksson

Lina Hagner
lina.hagner@novia.fi
0500 261507
Victor Eriksson
viktoria.eriksson@novia.fi
045 131 5544

Bilaga 3: Följebrev till enkät

Dear ERASMUS-student,

We are Lina Hagner and Viktor Eriksson and we are studying tourism at Novia University of Applied Sciences in Turku. We are currently working on our Bachelor's thesis which investigates how ERASMUS-students use the tourist services provided in Turku. The research is conducted for Turku Touring.

Because you are an ERASMUS-student studying in Turku this spring, we would be very grateful if you took the time to help us fellow students by filling out our online survey.

This survey will require no more than 5 minutes to complete and by filling it out you will be entered into a drawing for cinema tickets. There will be two winners winning two tickets each. The tickets will allow you to attend any movie shown in Finnkino and are worth approximately 6-12 euros each, depending on which movie you choose.

Your answers will be treated anonymously.

If you have any questions, feel free to contact us at lina.hagner@novia.fi or viktor.eriksson@novia.fi.

The survey is available just a click away at:

<https://docs.google.com/forms/d/1dcPLdpHa8mul3OZaH8indHH1IDLfxahJLW7NmTdvQ7Q/viewform>

Thank you for taking the time to read this!

Have a great day!

Best regards,

Lina Hagner & Viktor Eriksson

lina.hagner@novia.fi

viktor.eriksson@novia.fi

Novia University of Applied Sciences

Bilaga 4: Korrigeringsbrev till Åbo Akademis internationella enhet

Hej!

Vi skickade tidigare vårt följebrev med länk till enkäten, men vid vidarebefodring verkar det som att länken har brutits på mitten och fungerar därför inte. Vi har fått många mail angående detta av Era ERASMUS-studerande. Nu undrar vi ifall Ni ville skicka länken igen eftersom vi nu tyvärr har väldigt låg svarsprocent från Ert universitet.

Vi vore mycket tacksamma för Er hjälp och hoppas att vi inte är till besvär.

Här är den fungerande länken samt en kort förklaring:

Hi!

It has come to our attention that something went wrong when our survey letter was forwarded to the ERASMUS-students at Åbo Akademi. Since your opinion is just as important as the opinion of ERASMUS-students in any other university in Turku, we would appreciate it if you could try this following link instead and help us with our bachelor's thesis.

Here is the correct link:

<https://docs.google.com/forms/d/1dcPLdpHa8mul3OZaH8indHH1IDLfxahJLW7NmTdvQ7Q/viewform>

If you cannot click the link you can try to copy-paste it to the address field in your browser.

Thank you so much! We hope that this has not been too much of a hassle for you!

Best regards and a happy Easter,
Lina Hagner and Viktor Eriksson
lina.hagner@novia.fi
viktor.eriksson@novia.fi