

Suvi Tiainen

**MIELIKUVA MEKSIKOSTA VAIHTO-
OPISKELUKOHTEENA**

Kyselytutkimus suomalaisopiskelijoille

**Opinnäytetyö
KESKIPOHJANMAAN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma
Huhtikuu 2014**

TIIVISTELMÄ

Yksikkö Ylivieska	Aika Huhtikuu 2014	Tekijä/tekijät Suvi Tiainen
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn nimi Mielikuva Meksikosta vaihto-opiskelukohteena: Kyselytutkimus suomalaisopiskelijoille		
Työn ohjaaja Sirpa Soukka		Sivumäärä 46+7
Työelämäohjaaja Sirpa Soukka		
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää suomalaisten opiskelijoiden mielikuvaa Meksikosta vaihto-opiskelukohteena. Kansainväliset vaihto-opiskelijat ovat tärkeitä tulonlähteitä ja osaamispääomaa kohdemailla. Suomalaisten vaihto-opiskelijoiden määrä Meksikossa on laskenut voimakkaasti parina edellisenä vuonna. Vaihtokohteen valintaan vaikuttaa mielikuva, joten sen selvittäminen on tärkeää.</p> <p>Mielikuvaa selvitettiin kyselytutkimuksen avulla. Tutkimuksen perusjoukkona olivat suomalaiset opiskelijat. Tutkimukseen saatiin vastauksia 128 henkilöltä. Vastaajista puolet oli iältään alle 25-vuotiaita ja opiskelutaustaltaan kolme neljänestä alemman korkeakouluasteen opiskelijoita. Kaikki ikäluokat ja koulutusasteet olivat kuitenkin edustettuina.</p> <p>Tutkimusta varten muodostettiin teorettinen viitekehys, joka perustuu teoriaan matkakohteen mielikuvan muodostumisesta. Tätä täydennettiin aiempien matkakohteen mielikuvaa ja kansainvälisiä vaihto-opiskelijoita tutkineiden tutkimusten tuloksilla. Näiden perusteella laadittiin strukturoitu kyselylomake. Varsinainen kysely toteutettiin internet kyselynä. Tiedot analysoitiin käyttämällä kvantitatiivisia menetelmiä.</p> <p>Tutkimuksen perusteella mielikuva Meksikosta on varsin positiivinen ja käytännössä kaikki vastaajat olivat valmiita harkitsemaan Meksikoa matka- tai vaihtokohteena. Mielikuvaa Meksikosta värittää tutut stereotypiat. Muun muassa meksikolainen ruoka, ystävälliset ihmiset, lämpö ja historialliset kohteet nousivat esiin. Huumeet ja rikollisuus olivat ainoita negatiivisia asioita. Kiinnostava löytö oli ennako-odotusten vastainen, päivä- ja aikuisopiskelijoiden välillä ei ollut eroa mielipiteessä Meksikosta vaihtokohteena. Tutkimustulokset antoivat tukea osin teoreettisen viitekehysten oletuksille. Tukea sai olettamus Meksikossa käyneiden muita yksityiskohtaisemmasta mielikuvasta. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää markkinoitaessa Meksikoa vaihto-opiskelukohteena suomalaisopiskelijoille.</p>		
Asiasanat vaihto-opiskelijat, Meksiko, mielikuvat, matkailukohteet		

ABSTRACT

Unit Ylivieska	Date April 2014	Author Suvi Tiainen
Degree programme Degree programme of Travel and Tourism		
Name of thesis The Image of Mexico as Exchange Destination: Survey among Finnish Students		
Supervisor Sirpa Soukka		Pages 46+7
Instructor Sirpa Soukka		
<p>Purpose of the thesis was to study the image of Mexico as exchange destination among Finnish students. International students are important sources of income and knowledge to destination countries. The number of Finnish exchange students in Mexico has dropped dramatically during the few past years. The image of exchange destination affects the selection and thus it is important to be investigated.</p> <p>The image was researched by a survey. Population of the research was Finnish students. There were total of 128 responses to the survey. All age and education classes were represent in the sample.</p> <p>A theoretical framework of the research is based to the theory of formulation of travel destination image. This was expanded by the results of previous research about destination images, and exchange students. Based on the theoretical framework, a structured questionnaire was compiled. The actual survey was implemented as an internet questionnaire. Data were analyzed using quantitative methods.</p> <p>Results revealed that the image of Mexico is quite positive and virtually all respondents were willing to consider Mexico as a travel or exchange destination. Image of the Mexico was quite stereotypical. For example Mexican food, warm and friendly people, high temperature, and historical destination were mentioned. Drugs and crime were the only negative things.</p> <p>Interesting finding was that there were no differences in the image of Mexico as an exchange destination between adult and traditional students. Findings supported partially hypotheses of the theoretical framework. For instance the assumption, that those who had previously visited Mexico had a more detailed image of Mexico, was supported.</p> <p>Results can be utilized when marketing Mexico as the exchange destination to Finnish students.</p>		
Key words exchange students, Mexico, image, travel destinations		

RESUMEN

Entidad Ylivieska	Fecha Abril 2014	Autora Suvi Tiainen
Programa de grado Programa de grado del turismo		
Título Imagen de México como Destino de Intercambio: Encuesta entre los estudiantes finlandeses		
Supervisor Sirpa Soukka		Páginas 46+7
Instructor Sirpa Soukka		
<p>Propósito de la tesis ha sido estudiar la imagen de México como destino de intercambio entre los estudiantes finlandeses. Los estudiantes internacionales son fuentes importantes de ingresos y conocimiento a los países de destino. El número de estudiantes de intercambio de Finlandia en México se ha reducido durante los pocos años pasados. La imagen de destino de intercambio afecta a la selección y por lo tanto es importante que ser investigado.</p> <p>Se investigó la imagen con la ayuda de una encuesta. Total de 128 personas encuestado. La mitad de los encuestados eran menores de 25 años. Todas las clases de edad y educación se representan en la muestra. Un marco teórico de la investigación se basa en la teoría de la formulación de imagen de destino de los viajes. Este fue ampliado por los resultados de investigaciones previas sobre las imágenes de destino, y los estudiantes de intercambio. Con base en el marco teórico, se compiló un cuestionario estructurado. El estudio actual fue implementado como un cuestionario de Internet. Los datos fueron analizados utilizando métodos cuantitativos. Los resultados revelaron que la imagen de México es bastante positiva y prácticamente todos los encuestados estaban dispuestos a considerar a México como un destino de viaje o intercambio. Imagen de México es bastante estereotipada. Por ejemplo se mencionaron la comida mexicana, la gente amable, el clima, y los sitios históricos. Las drogas y el crimen eran las únicas cosas negativas. Hallazgo interesante fue que no hubo diferencias en la imagen de México como destino de intercambio entre los adultos y los estudiantes jóvenes. Los resultados apoyan parcialmente las hipótesis del marco teórico. Por ejemplo, la suposición, que los que habían estado antes en México tenían una imagen más detallada de México, fue admitido.</p> <p>Los resultados pueden ser utilizados en promocionar México como destino de intercambio.</p>		
Palabras claves estudiantes de intercambio, México, imagen, destinos de viaje		

ESIPUHE

Idea tähän opinnäytetyöhön sai alkunsa ollessani perheeni kanssa Meksikossa kolmen kuukauden vaihto-opiskelijaksolla. Tuo aika oli meille kaikille ikimuistoinen ja täynnä uusia kokemuksia. Halusin sen vuoksi ehdottomasti liittää jotain Meksikosta opinnäytetyöhöni.

Opinnäytetyön tekeminen lyhyessä ajassa osoittautui melko raskaaksi, mutta hyvin opettavaiseksi kokemukseksi. Lyhyessä ajassa opin hyvin paljon uusia asioita kirjoittamisesta, tutkimustyöstä, tilastoista, matematiikasta ja ennen kaikkea itsestäni.

Haluan erityisesti kiittää Sirpa Soukkaa, joka on tukenut minua koko opintojeni ajan ja vastannut kysymyksiini. Haluan kiittää myös miestäni Nestori Syynimaata. Hänen kannustuksensa sai minut ensinnäkin aloittamaan opintoni ja nyt myös päättämään ne.

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
RESUMEN
ESIPUHE
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
1.1. Aiheen valinta	1
1.2. Aiheen tärkeys	1
1.3. Aiempi tutkimus aiheesta	2
2 TUTKIMUSMENETELMÄ	4
2.1. Tutkimus- ja tiedonkeruumenetelmien valinta	4
2.2. Kyselytutkimus	5
2.3. Tulosten esittäminen ja tietojen analysointi	6
3 TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN VIITEKEHYS	8
3.1. Vaihto-opiskelu ja opiskelijaliikkuvuus	8
3.2. Vaihtokohteen mielikuva	9
3.3. Tutkimuksen hypoteesit	13
4 EMPIIRINEN TUTKIMUS	16
4.1. Tutkimusote	16
4.2. Tutkimusvälineistö	17
4.3. Tutkimuksen kulku	17
4.4. Analyysimenetelmät	18
5 TULOKSET	19
5.1. Taustatiedot	20
5.2. Matkustustottumukset	23
5.3. Mielikuva ja käsitykset Meksikosta	27
5.4. Hypoteesien testaus	34
5.5. Tulosten yhteenveto	40
5.6. Tutkimuksen arviointi	41
6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET	43
6.1. Pohdintaa	43
6.2. Johtopäätökset ja suositukset	43
6.3. Jatkotutkimus	44

LÄHTEET	45
----------------	-----------

LIITTEET

KUVIOT

KUVIO 1. Vaihto-opiskelijoiden ja lentomatkestajien määrän suhteellinen kehitys	9
KUVIO 2. Matkakohteen mielikuva (mukaiillen Echtner & Ritchie 2003, 43)	12
KUVIO 3. Opiskelijat koulutussektoreittain 2012 (Tilastokeskus 2012)	16
KUVIO 4. Kyselyn Facebook kampanjan mainos	18
KUVIO 5. Vastausten yhteenveto	19

KUVIO 6. Vastaajien ikäjakauma	20
KUVIO 7. Vastaajien siviilisäät	21
KUVIO 8. Vastaajien koulutusaste	22
KUVIO 9. Vastaajien tulotaso	22
KUVIO 10. Matkustus kotimaassa	23
KUVIO 11. Kotimaan matkustuksen pääsyy	24
KUVIO 12. Matkustus ulkomaille	24
KUVIO 13. Ulkomaan matkustuksen pääsyy	25
KUVIO 14. Edellisen kahden vuoden matkustus	25
KUVIO 15. Tärkeimmät matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät (n=128)	26
KUVIO 16. Mitä haluaisi matkakohteessa nähdä (n=128)	26
KUVIO 17. Meksikossa aiemmin käyneet vastaajat	27
KUVIO 18. Meksiko matka- tai vaihtokohteenä	28
KUVIO 19. Vastaajien tunnistamat Meksikon matkakohteet	30
KUVIO 20. Meksikon sijainti kartalla	32
KUVIO 21. Mikä kuva tuo mieleen Meksikon	33
KUVIO 22. Arvio 6 kk:n rahankäytöstä	34

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Soveltuvan monimuuttujamenetelmän valinta (Mattila 2003)	7
TAULUKKO 2. Vaihto-opiskelijoiden ja lentomatkestajien määrät vuosina 2001–2012	8
TAULUKKO 3. Tutkimuksen teoreettiset hypoteesit	13
TAULUKKO 4. Tutkimuksen operationaaliset hypoteesit	14
TAULUKKO 5. Vastausten yhteenveto	19
TAULUKKO 6. Meksikon virallinen kieli	28
TAULUKKO 7. Meksikosta ensimmäisenä mieleen tulevat asiat	29
TAULUKKO 8. Tärkeät asiat Meksikoon matkustettaessa	31
TAULUKKO 9. Käsitys/mielipide Meksikosta	34
TAULUKKO 10. P-arvojen merkitsevyys (Karjalainen 2004)	35
TAULUKKO 11. Korrelaatiokerrointen raja-arvot (Virtuaali AMK 2006)	35
TAULUKKO 12. Hypoteesien $H_{1.1}$ ja $H_{1.2}$ testaus	36
TAULUKKO 13. Hypoteesin $H_{2.1}$ testaus	36
TAULUKKO 14. Hypoteesin $H_{3.1}$ testaus	37
TAULUKKO 15. Hypoteesin $H_{4.1}$ testaus	37
TAULUKKO 16. Hypoteesin $H_{5.1}$ testaus	37
TAULUKKO 17. Hypoteesin $H_{6.1}$ testaus	38
TAULUKKO 18. Hypoteesin $H_{7.1}$ testaus	38
TAULUKKO 19. Hypoteesin $H_{8.1}$ testaus	38
TAULUKKO 20. Hypoteesin $H_{9.1}$ testaus	39
TAULUKKO 21. Hypoteesin $H_{10.1}$ testaus	39
TAULUKKO 22. Hypoteesin $H_{11.1}$ testaus	39
TAULUKKO 23. Hypoteesin $H_{12.1}$ testaus	40
TAULUKKO 24. Reliabiliteetin testaus	42

1 JOHDANTO

1.1. Aiheen valinta

Opinnäytetyön aiheena on mielikuva Meksikosta vaihto-opiskelukohteena opiskelijoiden näkökulmasta. Tutkijaa kiinnosti erityisesti aikuisopiskelijoiden mielikuva, koska tutkijalla oli siitä omakohtaista kokemusta.

Tutkija vietti keväällä 2013 kolme kuukautta Meksikossa opiskellen kahdessa eri yliopistossa. CETYS yliopisto sijaitsee Ensenadassa nimisessä kaupungissa Baja Californian osavaltiossa noin 100 kilometrin päässä Yhdysvaltojen rajasta. Kaupungissa asuu noin 300 000 ihmistä ja se on suosittu turistikaupunki. Yliopiston Ensenadan kampuksella opiskelee noin 1 200 opiskelijaa. Universidad de Monterrey (UDEM) yliopisto sijaitsee Monterrey nimisessä kaupungissa Nuevo Leonin osavaltiossa. Kaupungissa asuu yli 5 miljoonaa asukasta. Yliopistolla opiskelee noin 12 000 opiskelijaa. Kaupungin yliopistot ovat panostaneet kovasti kansainvälisyyteen. Kaupungin toinen arvostettu yliopisto, Tecnológico de Monterrey (TEC), on mm. varannut internet osoitteen www.study-in-mexico.com.

Mukana olivat tutkijan aviomies ja kaksi poikaa (8- ja 16-vuotiaat). Vaihtojakso ei ollut pelkkää opiskelijaelämää, vaan tavallista arkea toisessa maassa perheen ollessa mukana. Tutkijan omat ennakkokäsitykset ja mielikuvat Meksikosta muuttuivat tänä aikana. Erityisesti tästä syystä heräsi halu selvittää opiskelijoiden mielikuvaa Meksikosta maana ja vaihtokohteena. Opinnäytetyön tutkimuskysymys on:

Mikä on aikuisopiskelijoiden mielikuva Meksikosta vaihto-opiskelukohteena?

1.2. Aiheen tärkeys

Korkeakoulutus on tärkeää Meksikon ekonomisille ja sosiaalisille rakenteille. Tänä päivänä isäntämaat ja oppilaitokset mieltävät kansainväliset vaihto-opiskelijat tulonlähteinä. Tämän lisäksi kansainväliset vaihto-opiskelijat nähdään potentiaalisina osaavina maahanmuuttajina. Useat maat ovat jopa valmiita muuttamaan

maahanmuuttopolitiikkaa, jotta opiskelijoiden olisi helpompaa saada oleskelulupa ja työskennellä maassa opintojen päätyttyä (Cantwell, Luca & Lee 2009, 336–339.)

Saadakseen lisää kansainvälisiä vaihto-opiskelijoita täytyy vaihtokohteen tuntua houkuttelevalta. Moni ulkomaille vaihto-opintoihin lähdön esteistä pystyttäisiin ylittämään yksinkertaisesti antamalla lisää tietoa (Doyle, Gendall, Meyer, Hoek, Tait, McKenzie & Looparg 2010, 485). Näin ollen on tärkeää tietää opiskelijoiden nykyinen käsitys Meksikosta, että mahdollisia väärinkäsityksiä Meksikon mielikuvasta voidaan oikaista sekä tunnettuja positiivisia vahvistaa.

1.3. Aiempi tutkimus aiheesta

Torres Gordillo (2010) on tutkinut australialaisten mielikuvaa Meksikosta matkailukohteenä. Mielikuva maasta on matkailijalle tärkeä tekijä matkakohdetta valittaessa. Tutkimuksessa haluttiin selvittää australialaisten mielikuva Meksikosta matkailumaana. Tutkimuksen otos oli 150 henkilöä Melbournessa Australiassa. Tutkimuksen mukaan australialaisten Meksikon tuntemus oli rajoittunutta. Silti voitiin havaita, että australialaiset tunnistivat Meksikon ruokakulttuurin. Tulinen ruoka, tacot ja tequila luonnehtivat Meksikoa eniten australialaisille. Samalla tavoin löydettiin useita negatiivisia puolia Meksikosta. Näistä huumeet ja jengit mainittiin useimmin. (Torres Gordillo 2010, v.)

Van Hoof ja Verbeeten (2005) ovat tutkineet vaihto-opiskeluun ja vaihtokohteen valintaan liittyviä tekijöitä. Tutkimus tehtiin vaihto-opiskelussa olleille opiskelijoille. Tutkimuksessa kysyttiin miksi opiskelijat päättävät lähteä ulkomaille opiskelemaan, miksi he valitsevat tietyn oppilaitoksen, kuinka heidän oma oppilaitoksensa pärjää vertailussa ulkomaisen oppilaitoksen kanssa ja mikä on opiskelijoiden itsensä mielestä vaihto-opiskelukokemuksen merkitys. Tutkimuksessa havaittiin mielenkiintoisia mielipide-eroja Yhdysvalloista lähtevien ja sinne saapuvien vaihto-opiskelijoiden välillä.

Doyle ym. (2010) tutkimuksessa tutkittiin tekijöitä, jotka vaikuttivat uusiseelantilaisten opiskelijoiden päätökseen lähteä tai olla lähtemättä vaihto-opiskeluun. Tekijöinä mainittiin ulkomaille opiskelun etujen ymmärtäminen, jatkuva taloudellinen tuki, sosiaaliset, kulttuuriset ja kielelliset kyvyt ja kuinka tehokkaasti ulkomaan opinnot voidaan yhdistää omaan opinto-ohjelmaan.

Cantwell ym. (2009) on tutkinut 279 vaihto-opiskelijan kokemuksia ja odotuksia Meksikolaisissa yliopistoissa. Vaihto-opiskelijat jaettiin kolmeen ryhmään lähtömaan perusteella: pohjoisamerikkalaiset, eurooppalaiset ja latinalaisamerikkalaiset opiskelijat. Tutkimusmenetelmänä käytettiin katsaustutkimusta. Tuloksissa löytyi merkittäviä eroja eri alueilta tulleiden vaihto-opiskelijoiden välillä. Tämä tutkimus osoitti kehitysmaiden tärkeän roolin, ei ainoastaan vaihto-opiskelijoiden lähettäjämaana, vaan myös kansainvälisten vaihto-opiskelijoiden vastaanottajamaana. Tämä tutkimus näytti myös kuinka talouspolitiikka vaikuttaa ulkomailla opiskelevien opiskelijoiden orientoitumiseen.

2 TUTKIMUSMENETELMÄ

2.1. Tutkimus- ja tiedonkeruumenetelmien valinta

Jokaisella tutkijalla on oma syynsä suorittaa tutkimusta (Järvinen & Järvinen 2004, 8). Tämän tutkimuksen suorittamisen syynä on halu selvittää onko muilla opiskelijoilla samanlaisia ennakkokäsityksiä Meksikosta kuin tutkijalla.

Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara nimeävät neljä piirrettä, joilla luonnehditaan tutkimuksen tarkoitusta: kartoittava, selittävä, kuvaileva ja ennustava. Kartoittavan tutkimuksen avulla katsotaan mitä tapahtuu, etsitään mahdollisia uusia näkökulmia, voidaan löytää uusia ilmiöitä, selvittää vähän tunnettuja ilmiöitä sekä kehittää hypoteeseja. Tutkimusstrategiana on tavallisimmin kvalitatiivinen kenttätutkimus tai tapaustutkimus. (2013, 138–139.)

Järvinen & Järvinen ovat laatineet tutkimusten luokituksen (2004, 10). Tässä tutkimuksessa pyritään selvittämään suomalaisopiskelijoiden mielikuvaa Meksikosta vaihtokohteenä. Eli heidän luokittelunsa mukaan tutkimus on *reaalimaailmaa koskeva*, jossa pyritään selvittämään *millainen todellisuus on* käyttäen opiskelijoita empiirisenä aineistona teorian testaamiseen.

Hirsjärvi ym. (2013, 134) luettelevat kolme perinteistä tutkimusstrategiaa; Kokeellinen tutkimus, survey-tutkimus ja tapaustutkimus. Teoriaa testaavissa tutkimuksissa käytetään metodeina esimerkiksi kontrolloitua koetta, kenttätutkimusta, katsaustutkimusta (survey) tai luonnollista koetta (Järvinen & Järvinen 2004, 11).

Survey-tutkimuksessa tieto kerätään joukolta ihmisiä standardoidussa muodossa. Yleensä tietystä ihmisjoukosta poimitaan otos yksilöitä, aineisto kerätään jokaiselta yksilöltä strukturoidussa muodossa. On tavallista, että käytetään kyselylomaketta tai strukturoitua haastattelua. Kun aineisto on kerätty, pyritään sen avulla kuvailemaan, vertailemaan ja selittämään ilmiötä. (Hirsjärvi ym. 2013, 134.)

Katsaustutkimuksen perustyyppejä ovat kuvaileva, vertaileva ja selittävä tutkimus. Kuvaileva tutkimus kuvaa perinpohjaisesti ja järjestelmällisesti ilmiötä, joukkoa tai asiaa. Vertaileva tutkimus etsii yhteyksiä ilmiöiden ja asioiden välille, tutkii aineistossa ilmeneviä eroja ja vertailee eri piirteitä, mutta ei syy-yhteyksiä. Selittävän

katsaustutkimuksen tarkoituksena on taas löytää tulkinta muuttujien välisille yhteyksille. (Niskanen 2008, 67). Tässä opinnäytetyössä tehdään *vertailevaa* tutkimusta.

Tavallisia tiedonkeruumenetelmiä ovat haastattelu, havainnointi, kysely ja kirjalliseen materiaaliin tutustuminen (Järvinen & Järvinen 2004, 145). Survey-tutkimuksen keskeinen menetelmä on kerätä aineistoa kyselyn avulla, jota käsitellään kvantitatiivisesti (Hirsjärvi ym. 2013, 193–194).

Tutkimus on tarkoitukseltaan kartoittava ja tyypiltään reaali maailmaa tutkiva. Tutkimusstrategiaksi valittiin tästä syystä katsaustutkimus, eli survey-tutkimus, ja tiedonkeruumenetelmäksi kysely.

2.2. Kyselytutkimus

Kyselyssä tieto hankitaan valmiilla sähköisellä tai paperilomakkeella. Kysymykset on kirjoitettu lomakkeelle ja vastaajiksi valitut vastaavat kysymyksiin. Kysely koskee yleensä koko tutkittavaa joukkoa, mutta voi myös koskea vain osaa siitä. Jos kysely koskee vain osaa joukosta, otetaan kyselyn kohteena tutkittavasta joukosta otos. (Järvinen & Järvinen 2004, 147.)

Kyselymenetelmä säästää tutkijan aikaa ja vaivaa ja on siten tehokas (Hirsjärvi ym. 2013, 195). Kun kyseltäviä asioita on suhteellisen vähän ja vastaajia paljon, kysely on sopiva valinta (Järvinen & Järvinen 2004, 147). Etuna on myös se, että vastaajat saavat itse valita ajankohdan (Järvinen & Järvinen 2004, 147).

Kyselytutkimuksen heikkoudeksi mainitaan se, että sen avulla saatua aineistoa pidetään pinnallisena ja tutkimuksia teoreettisesti vaatimattomina (Hirsjärvi ym. 2013, 195). Esimerkiksi haastatteluun verrattuna huonompaa on myös se, että kysely suoritetaan tavallisesti vain kerran, jolloin tutkija ei voi heti tarkistaa onko vastaaja ymmärtänyt kysymyksen oikein ja tarkoitettulla tavalla (Järvinen & Järvinen 2004, 147).

Aineisto kerätään yleensä kahdella päätavalla: posti- ja verkkokyselyllä tai kontrolloidulla kyselyllä. Posti- ja verkkokyselyn etuna on nopea ja vaivaton aineiston saanti. (Hirsjärvi ym. 2013, 196.)

Lomakkeiden avulla voidaan kerätä tietoa tosiasioista, käyttäytymisestä, tiedoista, arvoista, asenteista, uskomuksista, käsityksistä ja mielipiteistä. Vastajilta kysytään usein myös heitä itseään koskevia taustakysymyksiä, kuten sukupuoli, ikä, koulutus, ammatti ja perhesuhteet. (Hirsjärvi ym. 2013, 197.)

Kysymyksiä muotoillaan yleensä kolmella tavalla. Avoimissa kysymyksissä on vain kysymys ja tyhjä tila vastausta varten. Monivalintakysymyksissä tutkija on tehnyt valmiit numeroidut vastausvaihtoehdot ja vastaukseksi merkitään rasti tai rengastetaan valmis vastausvaihtoehto tai useampia vaihtoehtoja lomakkeeseen, jos sellainen ohje on annettu. Asteikkoihin eli skaaloihin perustuvassa kysymystyypissä esitetään väittämiä ja vastaaja valitsee niistä sen, miten voimakkaasti hän on samaa tai eri mieltä kuin esitetty väittämä. (Hirsjärvi ym. 2013, 198–200.)

2.3. Tulosten esittäminen ja tietojen analysointi

Aineiston analysointi voidaan jakaa kahteen tapaan, selittämiseen pyrkivään ja ymmärtämiseen pyrkivään lähestymistapaan. Tilastollinen analyysi ja päätelmien teko kuuluvat selittämiseen pyrkivään lähestymistapaan. Tapana on valita se lähestymistapa, joka tuo parhaan vastauksen tutkimustehtävään tai -ongelmaan. (Hirsjärvi ym. 2013, 224.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa korostetaan syytä ja seurausta. Keskeistä ovat johtopäätökset aiemmista tutkimuksista, aikaisemmat teoriat, hypoteesien esittäminen ja käsitteiden määrittely. Koejärjestelyjen tai aineiston keruun suunnittelussa on tärkeää, että havaintoaineisto soveltuu määrälliseen numeeriseen mittaamiseen. Koehenkilöiden tai tutkittavien henkilöiden valinta on tarkkaa. useinkin tarkat koehenkilömäärittelyt ja otantasuunnitelmat tehdään tarkasti ja määritellään perusjoukko, johon tulosten tulee päteä. Tästä perusjoukosta otetaan otos. Aineisto ja muuttujat saatetaan tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Päätelmiä tehdään havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin perustuen, mm. kuvataan tuloksia prosenttilukoiden avulla ja testaamalla tilastollisesti tulosten merkitsevyyttä. (Hirsjärvi ym. 2013, 140.)

Aineiston kuvailuvaiheeseen kuuluu taulukoiden ja graafisten esitysten tekeminen ja tunnuslukujen laskeminen. Tunnuslukuja ovat mm. keski- ja hajontaluvut. Päättävän

tilastotieteen vaiheessa, eli kun tarkastellaan aineistoa perinpohjaisesti, tarkastellaan ryhmien välisiä eroja ja muuttujien välisiä yhteyksiä. Samassa vaiheessa testataan myös tilastollisia hypoteeseja. (Niskanen 2008, 62–64). Hypoteesien testaamiseen soveltuvia analyysimenetelmiä on nähtävissä taulukossa TAULUKKO 1.

TAULUKKO 1. Soveltuvan monimuuttujamenetelmän valinta (Mattila 2003)

		Selitettävä muuttuja	
		Luokittelu- tai järjestysasteikko	Välimatka- tai suhdeasteikko
Selitettävä muuttuja	Luokittelu- tai järjestysasteikko	Ristiintaulukointi Log-lineaariset mallit	Varianssianalyysi
	Välimatka- tai suhdeasteikko	Logistinen regressio Multinomiaalinen regressio	Regressioanalyysi

Avoimen kysymyksen vastaukset ovat niin sanottua laadullista aineistoa, jonka tarkastelussa tulkinnalla on keskeinen osuus. Tulkinta voidaan tässä tapauksessa käsittää asioiden ja ilmiöiden selittämiseksi ja ymmärrettäväksi tekemiseksi (Niskanen 2008, 74). Tavanomaisia laadullisen aineiston analysointimenetelmiä ovat teemoittelu ja tyypittely (Hirsjärvi ym. 2013, 224). Teemoittelua voidaan kutsua myös käsitteellistämiseksi ja tyypittelyä kategorisoinniksi (Järvinen & Järvinen 2004, 72).

3 TUTKIMUKSEN TEOREETTINEN VIITEKEHYS

3.1. Vaihto-opiskelu ja opiskelijaliikkuvuus

Opiskelijaliikkuvuus tarkoittaa sitä, että opiskelija suorittaa osan tutkintoonsa kuuluvista opinnoista muualla kuin omassa oppilaitoksessaan. Opiskelijaliikkuvuutta on kolmea tyyppiä; kansainvälistä ja kotimaista opiskelijavaihtoa, sekä harjoitteluvaihtoa. Opiskelijaliikkuvuuteen voi liittyä jokin vaihto-ohjelma kuten Erasmus. (CSC 2009).

Suomalaisopiskelijoita oli vuonna 2012 vaihto-opiskelijoina ulkomailla noin 10 000. Meksikossa vaihto-opintoja suoritti vain noin 60 opiskelijaa. (CIMO 2013). Taulukkoon TAULUKKO 2 on listattu suomalaiset vaihto-opiskelijat vuosina 2001–2012. Tiedot löytyvät kaikista vaihto-opiskelijoista ja erikseen Meksikossa olleista. Lisäksi taulukosta löytyy vuodesta 2005 alkaen tiedot Suomesta Meksikoon saapuneista lentomatkestajista (SIIMT 2014).

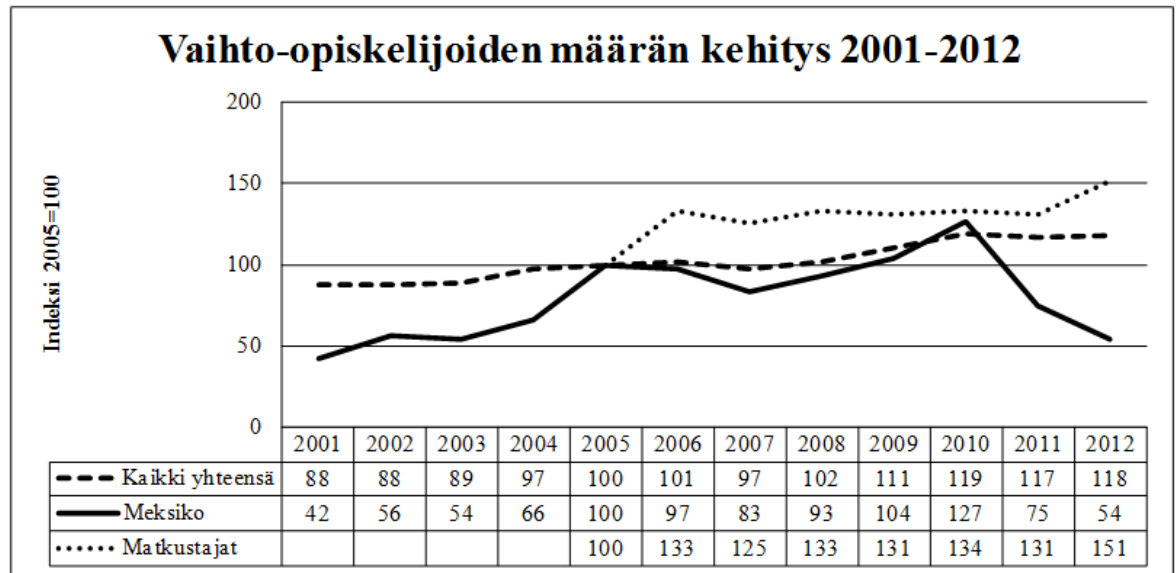
TAULUKKO 2. Vaihto-opiskelijoiden ja lentomatkestajien määrät vuosina 2001–2012

Vuosi	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Kaikki	7 475	7 434	7 555	8 241	8 487	8 610
Meksiko	45	60	58	71	107	104
Matkustajat					7 746	10 265

Vuosi	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Kaikki	8 232	8667	9 388	10 123	9931	10 014
Meksiko	89	100	111	136	80	58
Matkustajat	9 682	10 337	10 129	10 348	10 141	11 688

Meksikossa vaihto-opiskelevien määrä on pudonnut parissa vuodessa yli puoleen, kun samalla kaikkien vaihto-opiskelijoiden määrä on korkeampi kuin koskaan tarkastelujaksolla. Kaikkien vaihto-opiskelijoiden määrä on kehittynyt tasaisesti koko tarkastelujakson (KUVIO 1). Meksikon vaihto-opiskelijoiden määrän suhteellinen kehitys saavutti yleisen kehityksen vuonna 2005, jonka jälkeen kasvu jatkui voimakkaana aina vuoteen 2010. Sen jälkeen kehityssuunta vaihtui negatiiviseksi.

Yksi mahdollinen syy vaihto-opintojen jyrkkään pudotukseen voisi olla yleinen negatiivinen kuva Meksikosta. Lentomatkustuksen määrä Suomesta Meksikoon ei tue tätä oletusta. Matkustajamäärät ovat pysyneet tasaisena vuodesta 2006 ja lähteneet vuonna 2011 uuteen nousuun.



KUVIO 1. Vaihto-opiskelijoiden ja lentomatkustajien määrän suhteellinen kehitys

3.2. Vaihtokohteen mielikuva

Matkakohteen mielikuvan muodostuminen tapahtuu Gunnin (1988) mukaan seitsemässä vaiheessa. Aluksi mielikuva muodostuu passiivisesti ilman matkustusaikeita. Lähteenä on esimerkiksi kirjallisuus, media, perheen ja ystävien mielipiteet. Seuraavassa vaiheessa mielikuva täydentyy, kun itse aktiivisesti haetaan lisätietoa esimerkiksi matkaesitteistä. Kolmannessa vaiheessa päätetään matkustaa kohteeseen ja neljännessä tehdään niin. Viides vaihe on oleskelu kohteessa ja kuudes paluu kotiin. Seitsemännessä vaiheessa on muotoutunut uusi täydentynyt kuva kohteesta omien kokemusten perusteella. Itse mielikuvan muodostuminen tapahtuu ensimmäisessä, toisessa ja seitsemännessä vaiheessa. Ensimmäisessä ja toisessa vaiheessa mielikuva perustuu toisen käden tietoihin ja seitsemännessä omien kokemusten pohjalta saatuihin ensi käden tietoihin. (Echtner & Ritchie 2003, 38–39.)

Kansainvälisille vaihto-opiskelijoille tehdyn tutkimuksen mukaan kolme tärkeintä syytä opiskella ulkomailla olivat mahdollisuus asua toisessa kulttuurissa, mahdollisuus

matkustamiseen ja mieluisa kohdemaana. Saman tutkimuksen mukaan kolme tärkeintä syytä kohdeoppilaitoksen valintaan olivat olemassa oleva vaihto-ohjelma oman oppilaitoksen kanssa, mieluisa kohdemaana sekä kohdeoppilaitoksen nykyisten tai entisten oppilaiden tunteminen. Näyttää siltä, että vaihto-opiskelu ulkomailla herättää positiivisia mielikuvia. Jopa 95 % ulkomailla opiskelleista vaihto-opiskelijoista haluaisi uudelleen opiskelemaan ulkomaille muihin oppilaitoksiin. Kaksi kolmesta haluaisi myös palata opiskelemaan samaan oppilaitokseen. (Van Hoof & Verbeeten 2005, 47–50.)

Toisen tutkimuksen mukaan opiskelijoiden mielestä tärkein etu vaihto-opiskelusta on asuminen vieraassa kulttuurissa ja vieraan kielen oppiminen, sekä mahdollisuus nähdä pitävätkö ulkomailla elämisestä ja työskentelystä. Tärkeää on myös voida lisätä CV:n lukukausi ulkomaisessa oppilaitoksessa ja yleensäkin mahdollisuus opiskella ulkomaisessa huippu-yliopistossa. Ulkomailla opiskelun kulut olivat opiskelijoiden mielestä suurin este vaihto-opiskeluun lähtemiseen. Muita esteitä olivat eläminen erossa ystäväistä ja perheestä, opiskelu muulla vieraalla kielellä kuin englannilla ja halu valmistua ennen ulkomaille lähtöä. (Doyle, ym. 2010, 479). Opiskelijat myös mainitsivat muutamia asioita, joilla parantaa vaihto-opintojen houkuttelevuutta. Tärkeimmiksi nousivat taloudellinen ja henkinen tuki, englanninkielinen opetus, lisätietoja ulkomaisista vaihto-ohjelmista ja tukea järjestelyihin. (Doyle, ym. 2010, 478–481.)

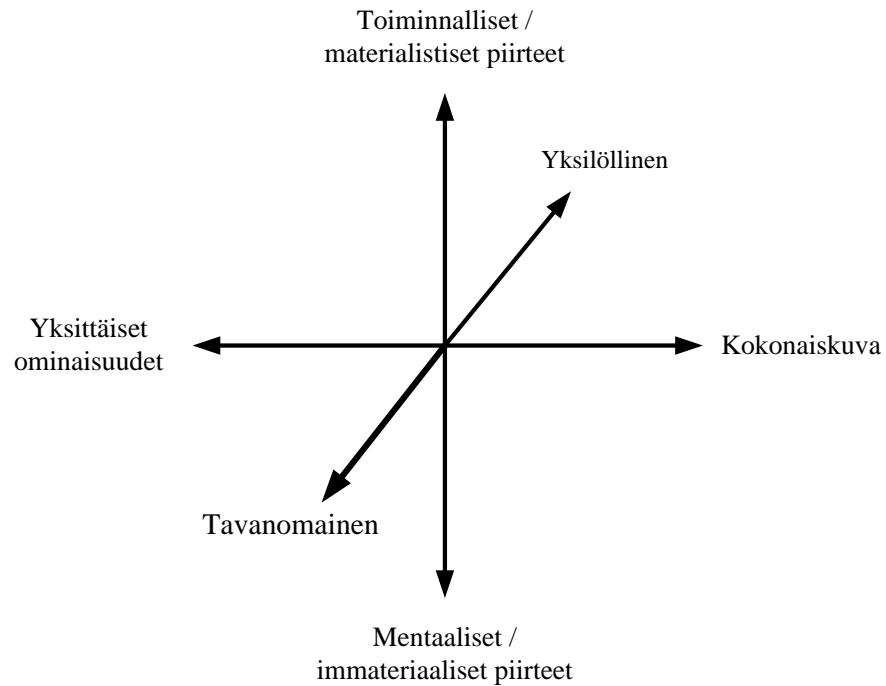
Meksikossa opiskeleville kansainvälisille opiskelijoille tehdyssä tutkimuksessa selvitettiin opiskelijoiden opintokohteen valintaan liittyviä tekijöitä. Tutkimuksessa tutkittiin pohjoisamerikkalaisia, eurooppalaisia ja latinalaisamerikkalaisia opiskelijoiden mielipiteitä. Tärkeimpiä syitä Meksikon valintaan opiskelukohteenä selvitettiin asteikolla 1–3 (1=ei tärkeä, 3=erittäin tärkeä). Pohjoisamerikkalaisille kolme tärkeintä syytä olivat monimuotoisuus (2,18), korkeakoulun sijoitus kansainvälisissä rankingeissa (2,02) ja opintokustannukset (1,96). Eurooppalaisille opiskelijoille olivat tärkeimpiä monimuotoisuus (2,66), ystävän suositus (1,94) ja korkeakoulun sijoitus kansainvälisissä rankingeissa (1,91). Latinalaisamerikkalaisille tärkeintä oli korkeakoulun sijoitus kansainvälisissä rankingeissa (2,40), monimuotoisuus (2,20) ja taloudellinen tuki (2,05). (Cantwell ym. 2009, 345.)

Tutkittaessa opiskelijoiden tyytyväisyyttä meksikolaisen opetuksen laatuun asteikolla 1–5 (1=ei tyytyväinen, 5=erittäin tyytyväinen), pohjoisamerikkalaisten tulos oli 3,67, eurooppalaisten 3,37 ja latinalaisamerikkalaisten 3,80. Kun kysyttiin vaikeutta

asumiskustannusten kattamisessa asteikolla 1–5 (1=ei vaikeuksia, 5=hyvin paljon vaikeuksia) saatiin pohjoisamerikkalaisten kohdalla tulos 1,91, eurooppalaisten 1,71 ja latinalaisamerikkalaisten 2,29. Samaa asteikkoa käyttäen tutkittiin opiskelijoiden kokemusta siitä, oliko heillä vaikeuksia tuntea itsensä tervetulleeksi. pohjoisamerikkalaisten tulos oli 2,00, eurooppalaisten 1,55 ja latinalaisamerikkalaisten 1,50. (Cantwell ym. 2009, 346.)

Meksikon valintaan opintokohteena liittyviä työllistymisodotuksia opiskelijoilta kysyttiin asteikolla 1–3 (1=ei tärkeä, 3=erittäin tärkeä). Pohjoisamerikkalaisille oman maan työllistymismahdollisuuksien kasvun tärkeys oli 2,00 ja ulkomaille työllistymismahdollisuuksien kasvun tärkeys 1,90. Vastaavat eurooppalaisten lukemat olivat 2,17 ja 2,25 sekä latinalaisamerikkalaisten 2,28 ja 2,05. Pohjoisamerikkalaiset ja latinalaisamerikkalaiset opiskelijat pitivät siis tärkeämpänä parempia työllistymismahdollisuuksia kotimaassa, kun taas eurooppalaiset opiskelijat pitivät tärkeämpänä parempia työllistymismahdollisuuksia ulkomailla. (Cantwell ym. 2009, 347.)

Matkakohteen mielikuva muodostuu Echtner & Ritchie (2003) mukaan kolmesta ulottuvuudesta (KUVIO 2). Ensinnäkin kohteen mielikuva muodostuu siitä miten toiminnallinen tai mentaalinen se on. Toiminnallisia piirteitä ovat esimerkiksi hintataso ja liikenne, kun taas mentaalisia piirteitä ovat ystävällisyys ja turvallisuus. Toisaalta mielikuva muodostuu kohteen yksittäisten ominaisuuksien ja kokonaiskuvan yhdistelmästä. Kolmanneksi mielikuva muodostuu siitä mitä yksilöllisiä tai yleisiä piirteitä kohteella on. Esimerkki yksilöllisiä piirteitä omaavasta kohteesta on Rio ja sen karnevaalit.



KUVIO 2. Matkakohteen mielikuva (mukaiillen Echtner & Ritchie 2003, 43)

Telisman-Kosutan vuodelta 1989 olevan tutkimustuloksen mukaan kuluttajan fyysinen etäisyys kohteesta ja hänen kohdemielikuvansa korreloivat positiivisesti. Toisin sanoen mitä lähempänä kohde on, sitä yksityiskohtaisemmaksi mielikuva muodostuu ja mitä kauempana henkilö on, sitä vääristyneempi kuva hänellä on kohteesta. (Gallarza, Gil Saura & Calderón García 2002).

Valtio, jossa käy runsaasti ulkomaalaisia matkailijoita, määritellään matkailumaaksi. Matkailumaat saavat merkittäviä matkailutuloja. Tällaisten mittareiden perusteella Euroopan alppimaat, Välimeren maat, Yhdysvallat, Kiina ja Iso-Britannia ovat matkailumaiden kärkijoukkoa. Matkailumaan kehittymisen perusedellytyksiä ovat luonnon vetovoima, kulttuurin vetovoima, riittävän hyvä talous (korkea elintaso, kehittynyt yhdyskuntarakenne), poliittinen vakiintuneisuus ja turvallisuus, melko turvalliset terveysolot sekä luonnonkatastrofien (hirmumyrskyjen, maanjäristysten, suurtulvien, tulivuorenpurkausten) puuttuminen tai melko pieni todennäköisyys. (Vuoristo & Vesterinen 2009, 12–15).

3.3. Tutkimuksen hypoteesit

Hypoteesi on väite tai ratkaisuehdotus, joka liittyy tutkimusongelmaan. Hypoteesi on siis eräänlainen arvaus tutkimuksen tuloksesta. Hypoteesien perusteluna ovat teoria tai aiemmat tutkimukset. Kuvailevassa tutkimuksessa ei yleensä käytetä hypoteeseja, eivätkä ne ole välttämättömiä kaikissa tutkimuksissa. Ensin laaditaan teoreettiset hypoteesit, jotka muutetaan operationaaliseksi hypoteeseiksi lopuksi tilastollisiksi hypoteeseiksi. (Niskanen 2008, 56.)

Tutkimuksen teoreettiset hypoteesit (TAULUKKO 3) on muodostettu tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen ja tutkijan omien mielenkiinnon kohteiden perusteella.

TAULUKKO 3. Tutkimuksen teoreettiset hypoteesit

Teoreettinen hypoteesi	Lähde
1. Mitä lähempänä henkilö on kohdetta, sitä yksityiskohtaisempi mielikuva hänellä on kohteesta	Telisman-Kosuta (1989)
2. Päiväopiskelijoiden mielipide Meksikosta vaihtokohtena on parempi kuin aikuisopiskelijoilla.	Oma ennakko-odotus
3. Meksikossa aikaisemmin käyneiden opiskelijoiden mielipide Meksikosta vaihtokohtena on parempi kuin niiden, jotka eivät ole käyneet.	Oma ennakko-odotus
4. Opiskelijoille ruoan ja kulttuurin tärkeys vaikuttaa mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohtena	Van Hoof & Verbeeten (2005) Doyle ym. (2010) Cantwell ym. (2009)
5. Opiskelijoiden käsitys Meksikosta maana vaikuttaa mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohtena	Van Hoof & Verbeeten (2005)
6. Opiskelijoiden käsitys Meksikosta matkakohtena vaikuttaa mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohtena	Oma ennakko-odotus
7. Opiskelijoiden mielestä opintokulut vaikuttavat mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohtena	Cantwell ym. (2009)
8. Opiskelijoiden mielestä paikallisten ystävällisyys ja vieraanvaraisuus vaikuttavat mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohtena	Cantwell ym. (2009)
9. Opiskelijoiden työllistymisodotukset vaikuttavat mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohtena	Cantwell ym. (2009)
10. Opiskelijoiden mielipide luonnon tärkeydestä vaikuttaa Meksikon mielikuvaan matkakohtena	Vuoristo & Vesterinen (2009)
11. Opiskelijoiden mielipide kulttuurin vetovoimasta vaikuttaa Meksikon mielikuvaan matkakohtena	Vuoristo & Vesterinen (2009)
12. Opiskelijoiden mielipide turvallisuudesta vaikuttaa Meksikon mielikuvaan matkakohtena	Vuoristo & Vesterinen (2009)

Operationaaliset hypoteesit (TAULUKKO 4) muodostettiin määrittelemällä indikaattorit, joiden perusteella saadaan vastaukset teoreettisiin hypoteeseihin. Esimerkiksi teoreettiseen hypoteesiin numero 7 etsitään vastausta tulotason ja arvioitujen opintokustannusten vaikutuksella mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohteena.

TAULUKKO 4. Tutkimuksen operationaaliset hypoteesit

Operationaalinen hypoteesi
1.1 Meksikossa aiemmin käyneiden tunnistamien matkakohteiden määrä on keskimäärin suurempi kuin niiden, jotka eivät ole käyneet Meksikossa
1.2 Meksikossa aiemmin käyneiden tunnistamien kuvien määrä on keskimäärin suurempi kuin niiden, jotka eivät ole käyneet Meksikossa
2.1 Päiväopiskelijoiden mielipide Meksikosta vaihtokohteena on parempi kuin aikuisopiskelijoilla
3.1 Meksikossa aikaisemmin käyneiden opiskelijoiden mielipide Meksikosta vaihtokohteena on parempi kuin niiden, jotka eivät ole käyneet
4.1 Opiskelijoilla, joille ruoan ja kulttuurin tärkeys on suuri, mielipide Meksikosta vaihtokohteena on hyvä
5.1 Opiskelijoilla, joilla käsitys Meksikosta maana on hyvä, mielipide Meksikosta vaihtokohteena on hyvä
6.1 Opiskelijoilla, joilla käsitys Meksikosta matkakohteena on hyvä, mielipide Meksikosta vaihtokohteena on hyvä
7.1 Opiskelijoilla, joiden tulotason ja kulutusarvion suhde on suuri, mielipide Meksikosta vaihtokohteena on hyvä
8.1 Opiskelijoilla, joille paikallisten ystävällisyyden ja vieraanvaraisuuden tärkeys on suuri, mielipide Meksikosta vaihtokohteena on hyvä
9.1 Opiskelijoilla, joiden tulotaso on pieni, mielipide Meksikosta vaihtokohteena on hyvä.
10.1 Opiskelijoilla, joille luonnon tärkeys on suuri, mielipide Meksikosta matkakohteena on hyvä
11.1 Opiskelijoilla, joille kulttuurin tärkeys on suuri, mielipide Meksikosta matkakohteena on hyvä
12.1 Opiskelijoilla, joille turvallisuuden tärkeys on suuri, mielipide Meksikosta matkakohteena on huono

Operationaalisten hypoteesien perusteella on laadittu seuraavat tilastolliset hypoteesit:

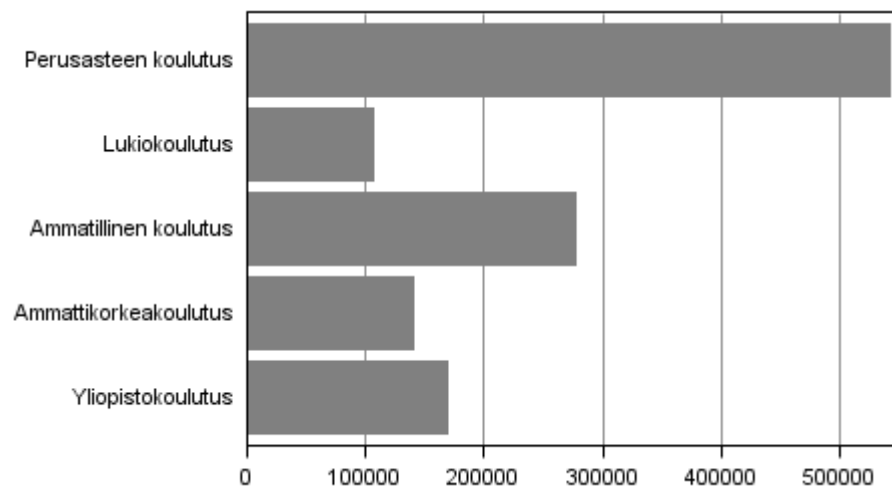
- H_{1.1}: Meksikossa aiemmin käyneiden tunnistamien matkakohteiden määrä on tilastollisesti merkitsevästi suurempi kuin niiden, jotka eivät ole käyneet Meksikossa
- H_{1.2}: Meksikossa aiemmin käyneiden tunnistamien Meksikon kuvien määrä on tilastollisesti merkitsevästi suurempi kuin niiden, jotka eivät ole käyneet Meksikossa

- H_{2.1}: Päiväopiskelijoiden mielipide Meksikosta vaihtokohteena tilastollisesti merkitsevästi on parempi kuin aikuisopiskelijoilla
- H_{3.1}: Meksikossa aikaisemmin käyneiden opiskelijoiden mielipide Meksikosta vaihtokohteena on tilastollisesti merkitsevästi parempi kuin niiden, jotka eivät ole käyneet aiemmin Meksikossa
- H_{4.1}: Ruoan ja kulttuurin tärkeydellä on tilastollisesti merkitsevä positiivinen korrelaatio mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohteena
- H_{5.1}: Käsitteellä Meksikosta maana on tilastollisesti merkitsevä positiivinen korrelaatio mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohteena
- H_{6.1}: Käsitteellä Meksikosta matkakohteena on tilastollisesti merkitsevä positiivinen korrelaatio mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohteena
- H_{7.1}: Tulotason ja kulutusarvion suhteella on tilastollisesti merkitsevä positiivinen korrelaatio mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohteena
- H_{8.1}: Paikallisten ystävällisyydellä ja vieraanvaraisuuden tärkeydellä on tilastollisesti merkitsevä positiivinen korrelaatio mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohteena
- H_{9.1}: Opiskelijoiden tulotasolla on tilastollisesti merkitsevä negatiivinen korrelaatio mielipiteeseen Meksikosta vaihtokohteena
- H_{10.1}: Luonnon tärkeydellä on tilastollisesti merkitsevä positiivinen korrelaatio mielipiteeseen Meksikosta matkakohteena
- H_{11.1}: Ruoan ja kulttuurin tärkeydellä on tilastollisesti merkitsevä positiivinen korrelaatio mielipiteeseen Meksikosta matkakohteena
- H_{12.1}: Turvallisuuden tärkeydellä on tilastollisesti merkitsevä negatiivinen korrelaatio mielipiteeseen Meksikosta matkakohteena

4 EMPIIRINEN TUTKIMUS

4.1. Tutkimusote

Tärkeä kysymys opinnäytetyötä tehtäessä on, kuinka monta henkilöä on haastateltava tutkimusta varten. On ajateltava ajankäyttöä ja kustannuksia. Harvoin on mahdollista tutkia koko joukkoa, vaan tutkija määrittelee perusjoukon ja poimii tästä joukosta edustavan otoksen. (Hirsjärvi ym. 2013, 179–180.)



KUVIO 3. Opiskelijat koulutussektoreittain 2012 (Tilastokeskus 2012)

Tässä tutkimuksessa perusjoukon muodostavat opiskelijat, jotka opiskelevat perusasteen jälkeisissä tutkintotavoitteisissa koulutuksissa. Nämä pitävät sisällään lukiokoulutuksen, ammatillisen ja ammattikorkeakoulutuksen, sekä yliopistokoulutuksen. Vuonna 2012 lukiolaisia oli 107 400, ammatillisen koulutuksen opiskelijoita oli 276 500, ammattikorkeakouluopiskelijoita oli 139 900 ja yliopisto-opiskelijoita 169 000 (Tilastokeskus 2012). Perusjoukoksi muodostuu yhteensä noin 690 000 opiskelijan joukko.

Kokonaistutkimuksessa tutkitaan kaikki perusjoukon yksiköt. Käytännössä ei ole aina mahdollista tehdä kokonaistutkimusta. Silloin käytetään *otantaa*, eli poimitaan perusjoukosta tietty määrä yksilöitä tutkimusaineistoksi. *Näyte* on mikä tahansa osa perusjoukosta. *Otos* puolestaan on jotain satunnaismenetelmää käyttäen perusjoukosta poimittu näyte. (Niskanen 2008, 61). Tämän tutkimuksen otanta tehdään ilman

satunnaismenetelmää ja siinä pyritään tavoittamaan niin monta perusjoukon yksikköä kuin mahdollista.

4.2. Tutkimusvälineistö

Tutkimusvälineeksi valittiin internet pohjainen kysely ja se toteutettiin Google Forms:in avulla. Google Forms on nimensä mukaisesti internet pohjainen lomakkeiden luontiin tarkoitettu palvelu, joka on kuluttajille ilmainen. Google Forms mahdollistaa tietojen tallentamisen suoraan taulukkomuotoon, mikä helpottaa tietojen keräämistä ja myöhempää analysointia.

Tutkimuslomake (LIITE 1) laadittiin aiemmassa Meksikon matkailumielikuvaa selvittäneessä tutkimuksessa käytetyn paperipohjaisen lomakkeen (Torres Gordillo 2010, Apendice A) pohjalta.

4.3. Tutkimuksen kulku

Ensimmäiseksi kysymykset suomennettiin ja muutama kysymys poistettiin, koska ne olivat tutkimuksen kannalta epäolennaisia. Kysymykset muutettiin vastaamaan suomen oloja koulutustaustan ja tulojen osalta. Lomake päätettiin jättää samanlaiseksi australialaistutkimuksen lomakkeen kanssa, jotta tuloksia olisi myöhemmin mahdollista vertailla.

Kyselylomakkeen ensimmäinen osa sisälsi kysymyksiä, joiden avulla saatiin vastaajista taustatietoa, kuten ikä, sukupuoli, siviilisääty, lapset, opinnot ja tulot. Toisessa osassa keskityttiin kysymyksiin, joiden avulla saatiin kuva vastaajien matkustustottumuksista. Kysymykset olivat suljettuja ja käsittelivät syitä, määrää ja näkökulmia, joita vastaajat pitivät tärkeinä matkustaessaan. Kolmannessa ja tärkeimmässä osassa kysyttiin vastaajien mielikuvia ja käsityksiä Meksikosta maana, matkakohteena ja vaihtokohteena. Kysyttiin vastaajien mielipidettä, tietämystä Meksikosta, mielikuvia ja rahankäyttöä. Mukana oli myös yksi avoin kysymys, jossa kysyttiin mitä tulee ensimmäisenä mieleen sanasta Meksiko. Lisäksi oli asteikkokysymyksiä, joissa pyydettiin vastaajia arvioimaan matkailuun liittyvien osa-alueiden tärkeyttä Meksikossa. Näissä kysymyksissä käytettiin

Likert asteikkoa (1=ei lainkaan tärkeä, 5=erittäin tärkeä). Lopuksi kysyttiin mielipidettä Meksikosta maana, matkakohteena ja vaihto-opintokohteena asteikolla 1–5 (1=huono, 5=loistava).

Linkki kyselylomakkeeseen lähetettiin ensin tutuille Facebookin kautta ja pyydettiin heitä jakamaan linkkiä eteenpäin omille tutuilleen ja omiin oppilaitoksiinsa. Kyselyä markkinoitiin myös Facebook mainoskampanjan avulla (KUVIO 4). Linkki jaettiin myöhemmin myös suomalaisten ammattikorkeakoulujen Facebook seinille. Myös CIMO jakoi linkkiä eteenpäin oppilaitoksiin ja niiden yhteyshenkilöille. Kyselyn vastaajien kesken arvottiin kolme kappaletta lahjakortteja Amarillo ravintoloihin. Kysely avattiin 7.3.2014 ja se päättyi 31.3.2014.



KUVIO 4. Kyselyn Facebook kampanjan mainos

4.4. Analyysimenetelmät

Tutkimusaineisto siirrettiin taulukkomuodossa Google Formsista Exceliin tilastollista analysointia varten. Excelin avulla laskettiin jakaumat eri kysymysten osalta. Joistain kysymyksistä laskettiin myös tunnusluvut kuten keskiarvo, moodi ja mediaani.

Hypoteesit testattiin soveltuvien tilastollisten testien avulla ja tulokset esitettiin kaavioina tai taulukoina sen mukaan mikä parhaiten soveltui kyseisen tiedon esittämiseen.

Avoimen kysymyksen vastaukset käsitteellistettiin ja luokiteltiin. Kaikki vastaukset tulostettiin paperille, vastaukset leikattiin erilleen ja niiden sisältö analysoitiin tunnistamalla käsitteitä. Osa vastauksista sisälsi useita käsitteitä, jotka erotettiin toisistaan. Käsitteet jaettiin aineistosta löydettyihin sopiviin kategorioihin. Lopuksi käsitteet laskettiin kategorioittain yhteen, jolloin niiden painoarvo saatiin myös selville.

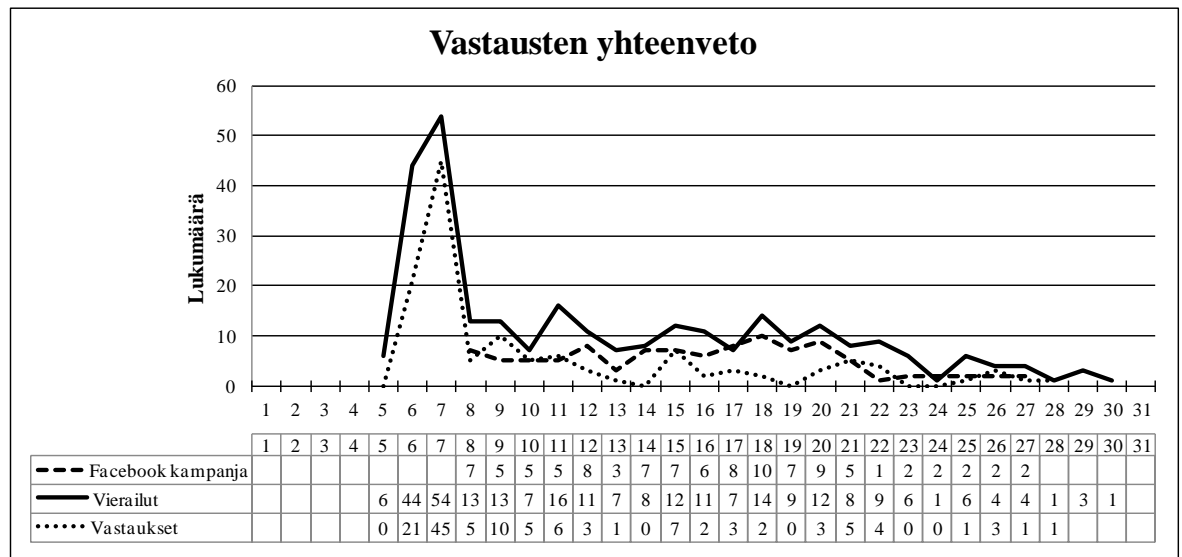
5 TULOKSET

Vastauksia saatiin 31.3.2014 mennessä yhteensä 128 kappaletta. Taulukossa TAULUKKO 5 on nähtävillä vastausten yhteenveto. Facebook kampanjaa klikattiin yhteensä 103 kertaa. Yhteensä kysely avattiin 287 kertaa, joten keskimäärin 45 % vastasi kyselyyn. Facebook kampanjan tilastojen mukaan kyselyn mainos näytettiin noin 25 000:lle opiskelusta kiinnostuneille yli 17-vuotiaille Suomalaisille. Siinä mielessä kampanjan anti jäi melko pieneksi, koska vain noin 4 % kampanjan nähneistä päätyi kyselyyn Facebookin kautta.

TAULUKKO 5. Vastausten yhteenveto

Selite	Lukumäärä
Facebook kampanja	103
Vierailut	287
Vastaukset	128

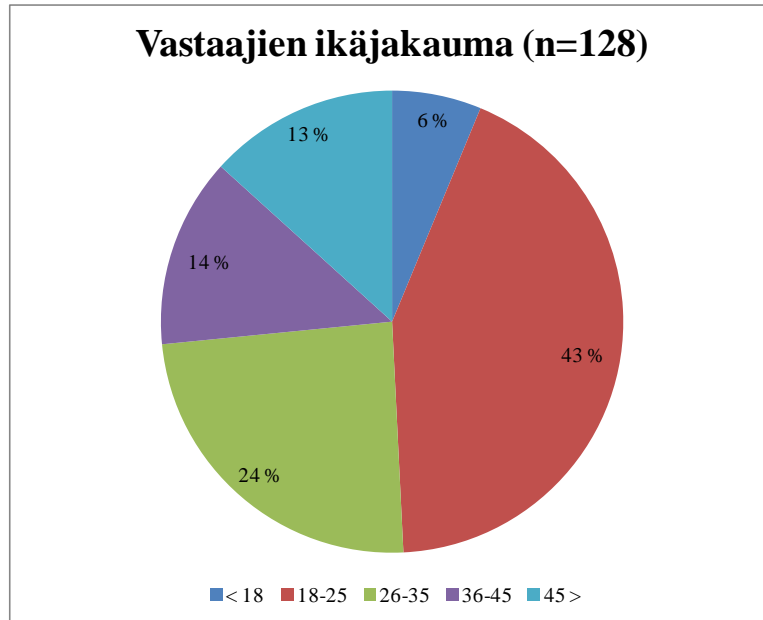
Päiväkohtainen vastaajamäärä on nähtävillä kuviossa KUVIO 5. Kuten nähdään, valtaosa vastauksista saatiin ensimmäisen viikonlopun aikana. Muutamat piikit toisella viikolla selittyvät kyselyn jakamisella eri korkeakoulujen Facebook seinillä.



KUVIO 5. Vastausten yhteenveto

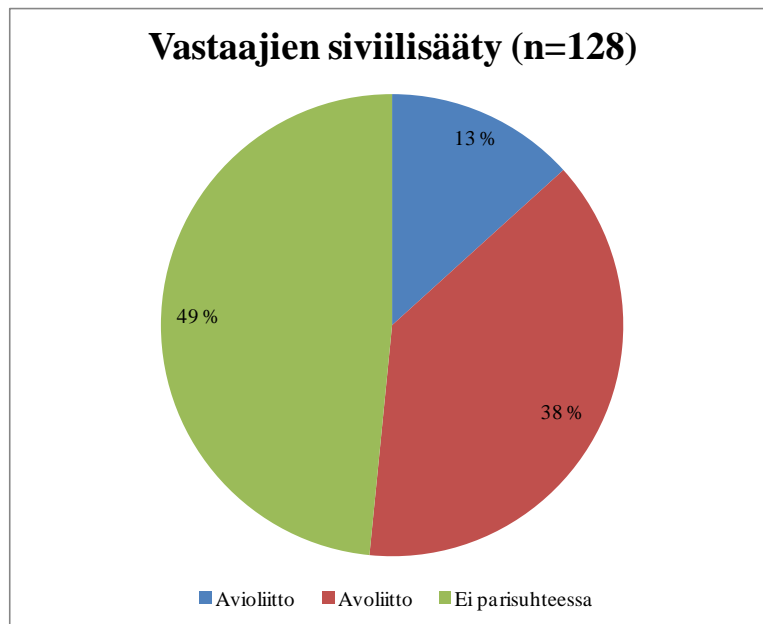
5.1. Taustatiedot

Vastaajien ikäjakauma on nähtävissä kaaviossa KUVIO 6. Suurin osa vastaajista (43 %) oli 18–25-vuotiaita. Seuraavaksi suurin ryhmä oli 26–35-vuotiaat, joiden osuus oli noin neljännes. Alle 35-vuotiaita oli siis kolme neljäsosaa vastaajista.



KUVIO 6. Vastaajien ikäjakauma

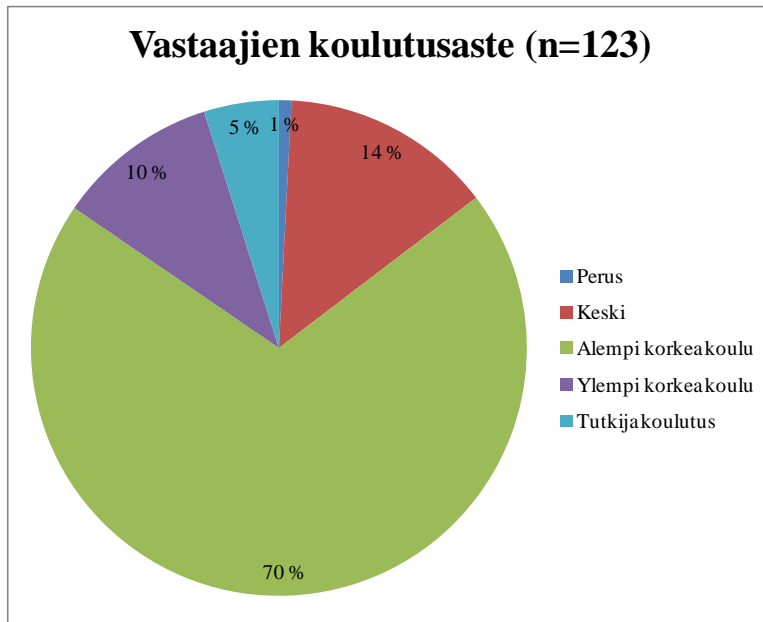
Puolet vastaajista oli siviilisäädyltään sinkkuja. Toinen puoli vastaajista eli parisuhteessa, joko avo- tai avioliitossa. Avioliittoon on laskettu mukaan kaikki liitot, jotka eivät ole avioliittoja tai rekisteröityjä parisuhteita, esimerkiksi ”parisuhteessa” tai ”seurustelusuhhteessa”. Ei-parisuhteessa eläviksi laskettiin myös vastaajat, jotka ilmoittivat siviilisäädyn ”eronnut”. Tarkempi jakauma on nähtävissä kaaviossa KUVIO 7.



KUVIO 7. Vastaajien siviilisäätö

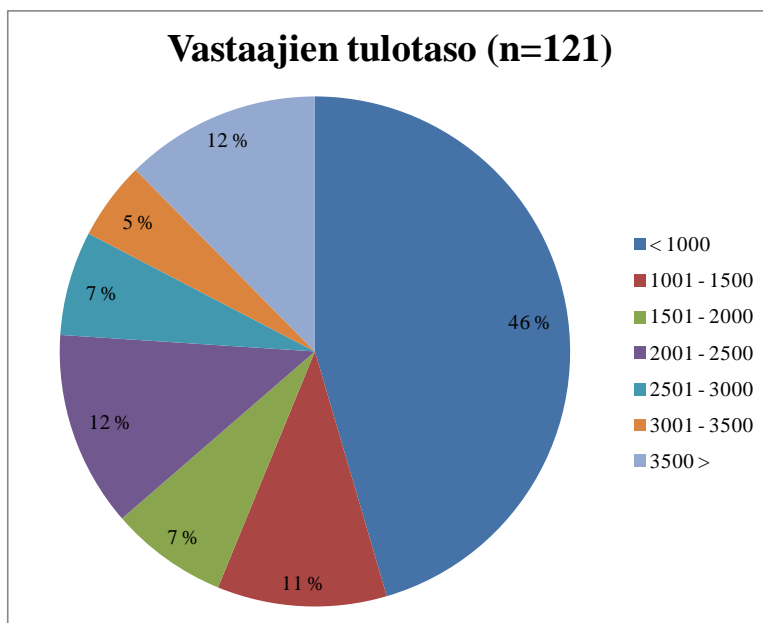
Selkeä enemmistö vastaajista (73 %) oli naisia. Vastaajista viidesosalla (21 %) oli alaikäisiä lapsia.

Suurin osa vastaajista (70 %) ilmoitti koulutusasteekseen alemman korkeakoulun ja 10 % vastaajista ylemmän korkeakoulun (KUVIO 8). Keskiasteen eli lukion tai ammattikoulun ilmoitti koulutusasteekseen 14 % vastaajista. Pieni osa vastaajista oli myös tohtorikoulutuksen saaneita. Luokittelu ei täysin vastaa kappaleen 4.1 luokittelua (KUVIO 3), mutta perusasteen ja toisen asteen opiskelijat ovat selkeästi aliedustettuina ja alemman korkeakouluasteen opiskelijat puolestaan yliedustettuina. Tämä selittynee osin sillä, että kyselyä jaettiin nimenomaan ammattikorkeakoulujen Facebook seinille ja että Facebook kampanja oli suunnattu yli 17-vuotiaille. Vastauksia saatiin kuitenkin kaikista luokista.



KUVIO 8. Vastaajien koulutusaste

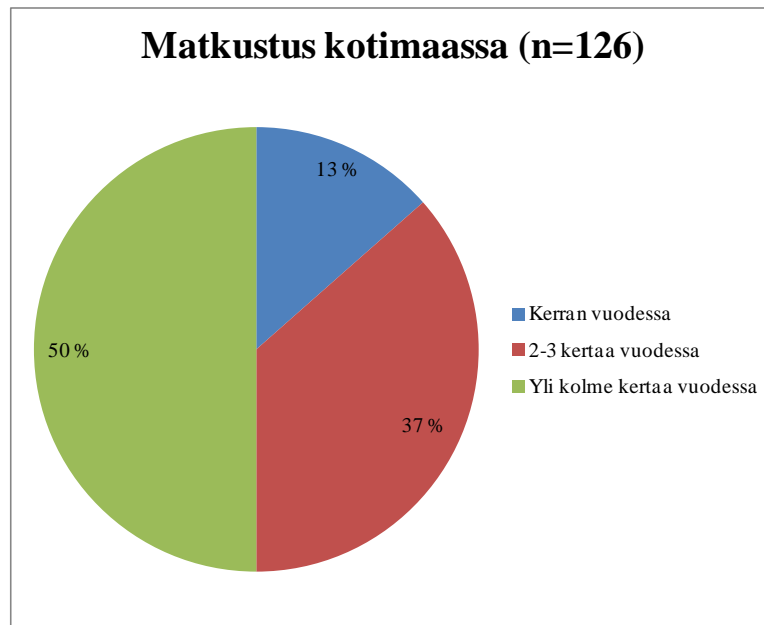
Lähes puolet ilmoitti tuloikseen alle 1000 euroa kuukaudessa. Muuten vastaukset ovat jakautuneet eri tuloluokkiin tasaisesti (KUVIO 9).



KUVIO 9. Vastaajien tulotaso

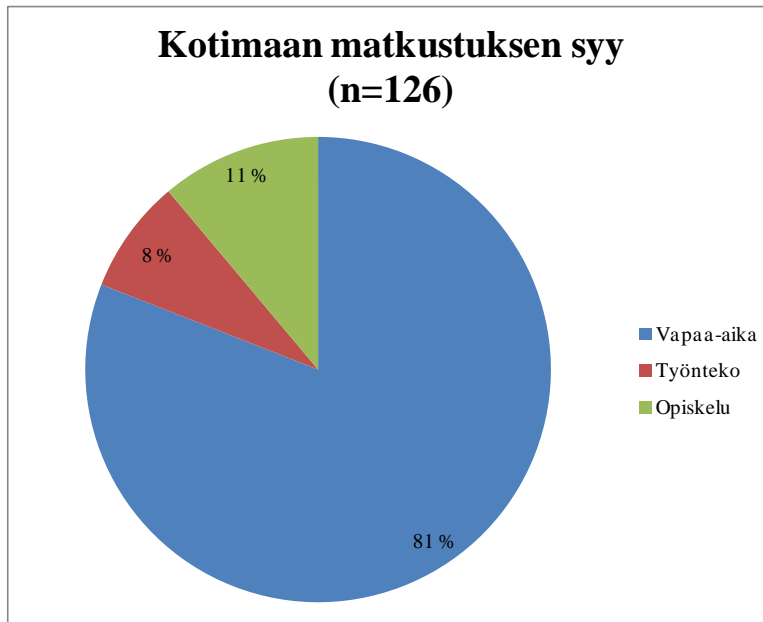
5.2. Matkustustottumukset

Vastaajat ovat aktiivisia kotimaan matkailijoita. Kaikki vastaajat matkustivat kotimaassa vähintään kerran ja puolet vastaajista yli kolme kertaa vuodessa (KUVIO 10).



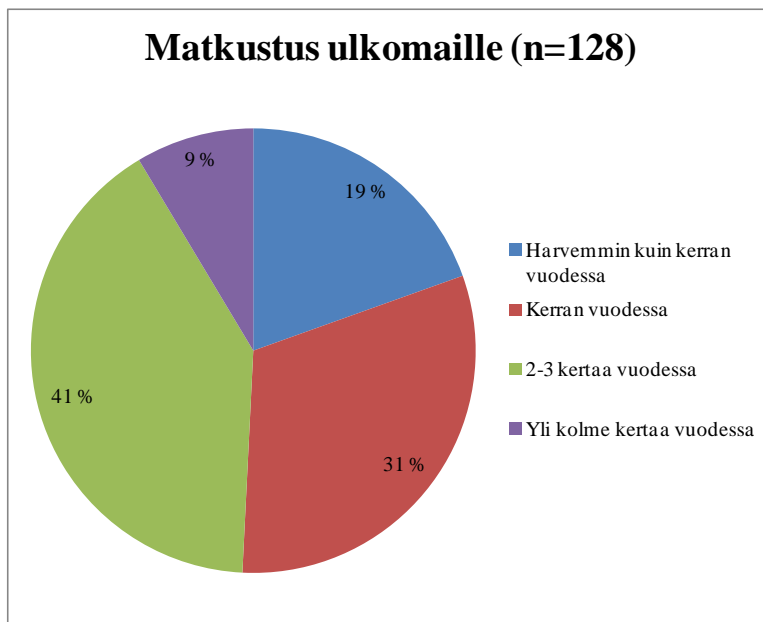
KUVIO 10. Matkustus kotimaassa

Vapaa-aika oli pääsyy matkustukseen kotimaassa neljälle viidesosaa vastaajista (KUVIO 11). Loppujen osalta pääsyy matkustukseen jakaantuu melko tasan opiskeluun ja työntekoon liittyvän matkustuksen kesken.



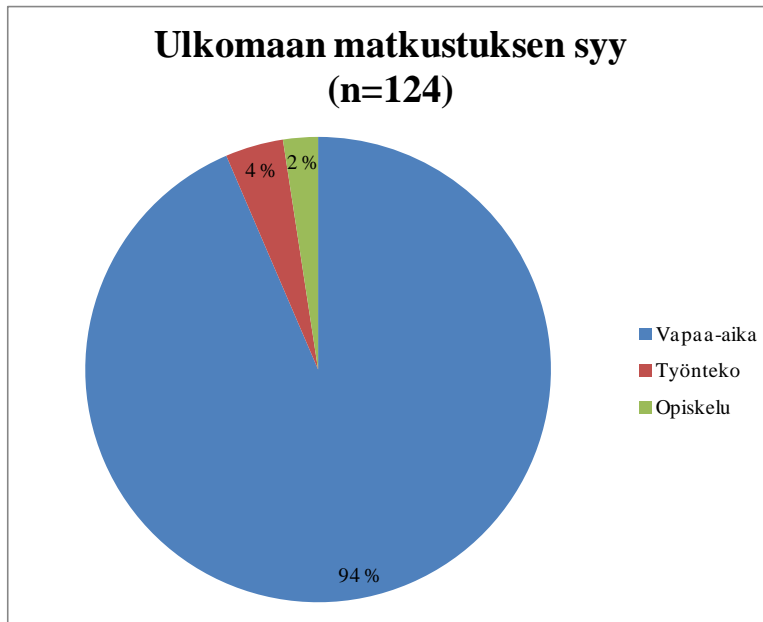
KUVIO 11. Kotimaan matkustuksen pääsyy

Valtaosa matkustaa vähintään kerran vuodessa ulkomaille (KUVIO 12). Noin viidesosa käy ulkomailla harvemmin kuin kerran vuodessa tai ei lainkaan. Tyypillisin ulkomaanmatkojen määrä on 2-3 kertaa vuodessa.



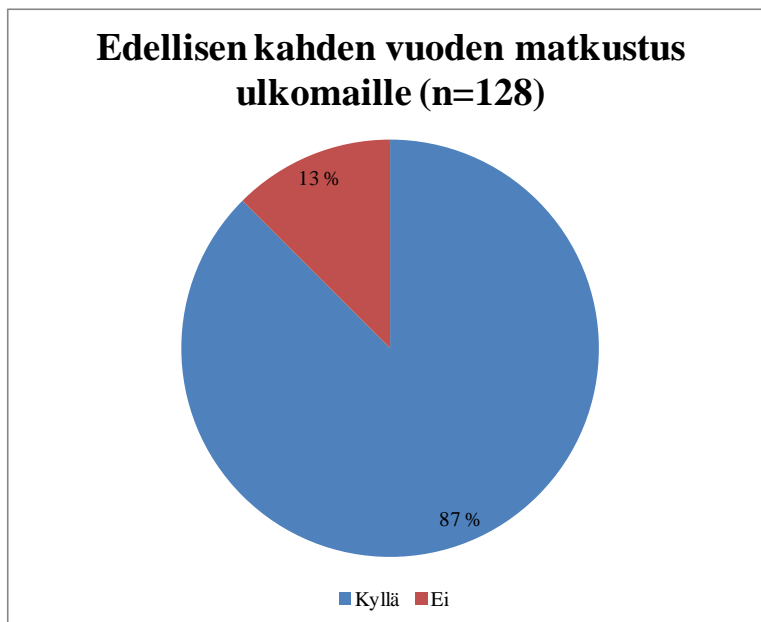
KUVIO 12. Matkustus ulkomaille

Myös ulkomaan matkustuksen pääsyy on vapaa-aika (KUVIO 13). Verrattuna kotimaan matkustukseen sen rooli on korostunut. Työnteko ja opiskelu ovat pääsyyinä yhteensä vain kuudella prosentilla vastaajista.



KUVIO 13. Ulkomaan matkustuksen pääsyy

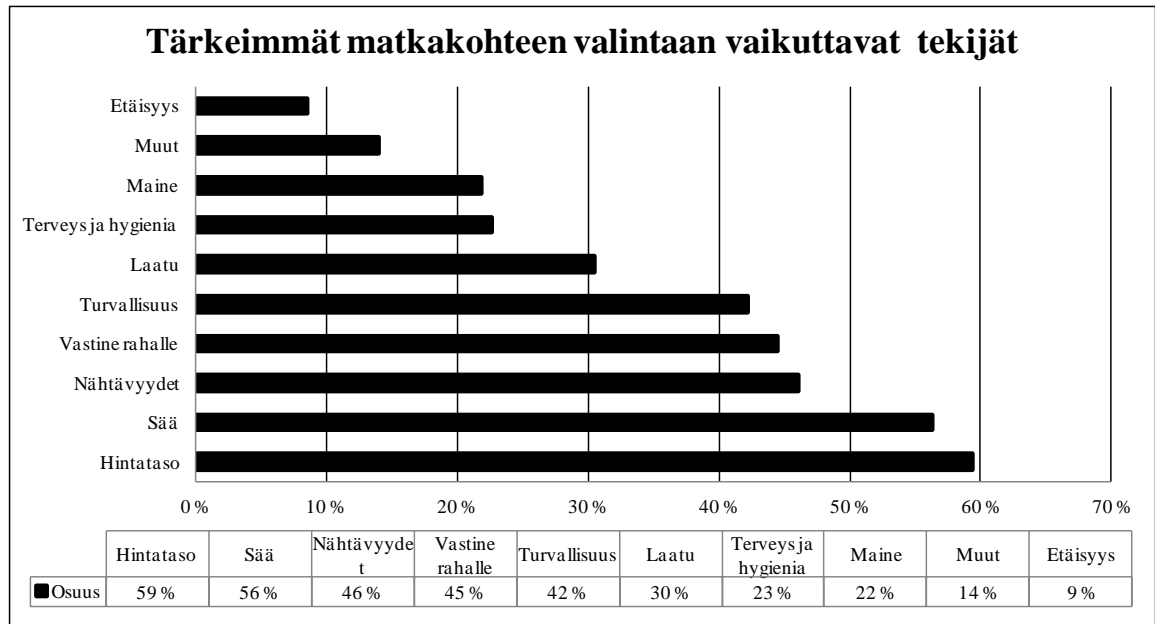
Edellisen kahden vuoden aikana lähes kaikki (87 %) vastaajista matkustivat ulkomaille (KUVIO 14). Edellisen kahden vuoden aikana vastaajat ovat tehneet keskimäärin 4,5 ulkomaan matkaa (mediaani 4).



KUVIO 14. Edellisen kahden vuoden matkustus

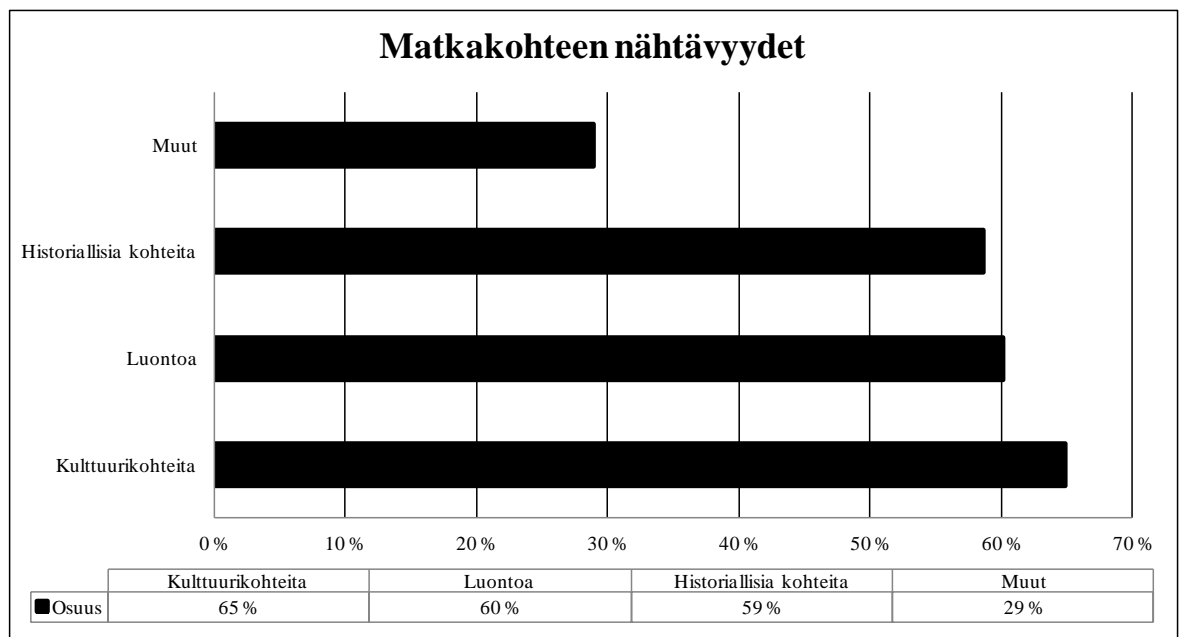
Vastaajien mielestä viisi tärkeintä matkakohteen valintaan vaikuttavaa tekijää olivat hintataso, sää, nähtävyydet, vastine rahalle ja turvallisuus (KUVIO 15). Etäisyydellä oli

vähiten merkitystä vastaajille. Lisäksi taloudelliset seikat korostuvat ja se saattaa selittyä tulotasolla.



KUVIO 15. Tärkeimmät matkakohteen valintaan vaikuttavat tekijät (n=128)

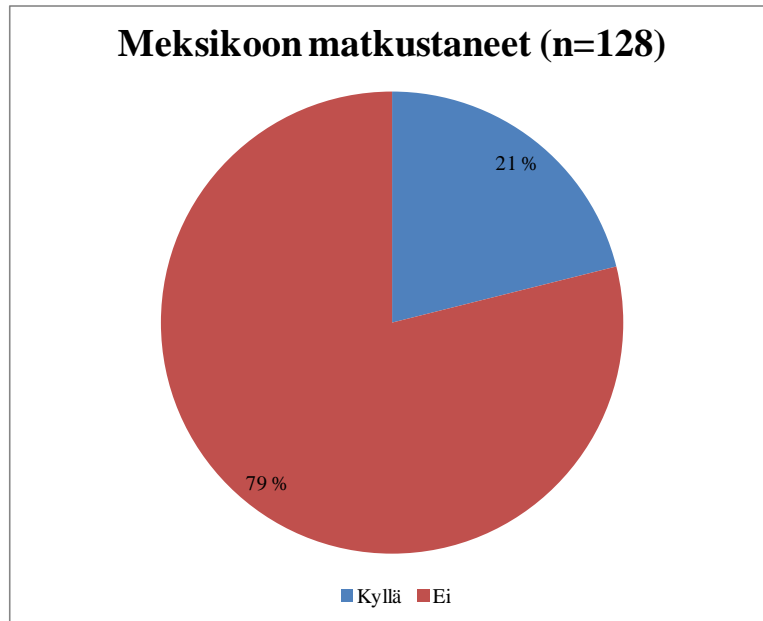
Suurin osa vastaajista haluaa nähdä matkakohteessa kulttuurikohteita, luontoa ja historiallisia kohteita (KUVIO 16). Vajaata kolmannesta kiinnostaa myös muut kohteet kuten paikallinen elämä ja kaupungit.



KUVIO 16. Mitä haluaisi matkakohteessa nähdä (n=128)

5.3. Mielikuva ja käsitykset Meksikosta

Yllättävän moni vastaajista (21 %) oli käynyt Meksikossa (KUVIO 17). Voisi ajatella, että viidesosa suomalaisista ei ole käynyt Meksikossa, joten jakauma saattaa viitata näytteen vinouteen.



KUVIO 17. Meksikossa aiemmin käyneet vastaajat

Lähes kaikki (92 %) vastaajista voisi harkita Meksikoa matka- tai vaihtokohteena (KUVIO 18), mikä oli tietona yllättävä, koska tilastojen perusteella vaihto-opiskelijamäärät ovat laskussa. Toisaalta lentomatkustus Meksikoon on vilkastunut voimakkaasti viime vuosina.



KUVIO 18. Meksiko matka- tai vaihtokohteena

Vastaajista 80 % (n=128) ilmoitti tietävänsä Meksikon virallisen kielen. Kieltä kysyttäessä 97 % (n=108) tiesi Meksikon virallisen kielen olevan espanja (TAULUKKO 6). Kolme prosenttia luuli kielen olevan portugali. Kieli ei ollut pääosalle (83 %, n=127) vastaajista esteenä matkustukselle Meksikoon.

TAULUKKO 6. Meksikon virallinen kieli

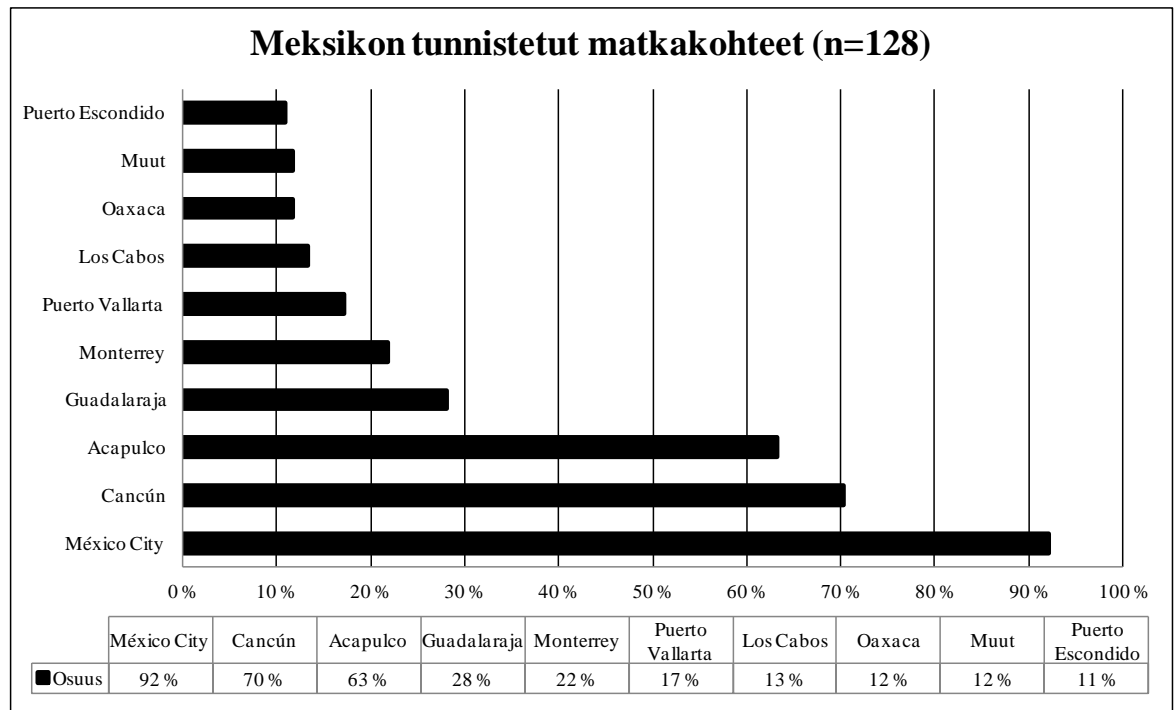
Mikä on Meksikon virallinen kieli	Lukumäärä	%
Espanja	105	97 %
Portugali	3	3 %

Vastaajilta kysyttiin avoimella kysymyksellä mitä Meksikosta heille tulee ensimmäisenä mieleen. Taulukossa TAULUKKO 7 on nähtävissä vastausten analysoinnin tulokset. Voimakkaimmin esiin nousi ruokakulttuuri. Meksikolainen ruoka tunnistettiin hyvin, samoin kuin tequila. Sää ja luonto toivat niin ikään mieleen Meksikon: Aurinko, lämpö ja hiekkarannat mainittiin useasti. Monille tuli mieleen meksikolaiset ihmiset, heidän ystävällisyytensä, sekä tyypillinen meksikolainen pukeutuminen. Mielikuvat Meksikosta olivat pääasiassa positiivisia. Negatiivisista puolista mainittiin huumeet ja rikollisuus. Mielenkiintoista on, että vain yksi vastaaja mainitsi sairaudet, eikä kukaan maininnut saasteita tai likaisuutta.

TAULUKKO 7. Meksikosta ensimmäisenä mieleen tulevat asiat

<p>Yhteiskunta(28) Huumeet (14) Rikollisuus (6) Köyhyys (2) Pakolaisvirta USA:an (1) Politiikka (1) Hierarkia (1) Suuret tuloerot (1) Ihmisoikeudet (1) Halvat hinnat (1)</p>	<p>Huumeet (14) Huumekartellit (4) Kuumekauppa (3) Huumeet (3) Huumetapot (1) Huumeiden salakuljetus (1) Huumeongelmat (1)</p> <p>Rikollisuus(6) Rikollisuus (3) Vigilantismi (1) Mafia (1) Vaarallisuus(1)</p>					
<p>Hygienia (1) Sairaudet(1)</p>	<p>Sairaudet(1) Ripuli (1)</p>					
<p>Ympäristö(55) Sää (27) Luonto (22) Muut (6)</p>	<p>Sää (27) Lämpö (20) Aurinko (7)</p> <p>Luonto (22) Hiekka- ja uimarannat (10) Luonto (6) Maisemat (3) Kaktukset(3)</p> <p>Muut (6)</p>					
<p>Kulttuuri (140) Kulttuuri (15) Pukeutuminen (20) Kieli (5) Ihmiset (15) Musiikki ja taide (10) Historia (15) Ruokakulttuuri (6)</p>	<p>Pukeutuminen (20) Asut (1) Sombbrero (14) Poncho (2) Värikkyys (3)</p> <p>Kieli (5) Espanjan kieli (2) Sanonnat (3)</p> <p>Ihmiset (15) Luonteenpiirteet (9) Kauneus (1) Stereotypiat (1) Perhesuhteet (4)</p> <p>Musiikki ja taide (10) Musiikki (8) Taide (2)</p> <p>Historia (15) Historia (3) Intiaanit (9) Konkistadorit (1) Chichen Itza (1) Kulta-aarteet (1)</p> <table border="1" data-bbox="683 1615 1343 1874"> <tr> <td data-bbox="683 1615 1018 1821"> <p>Ruokakulttuuri(60) Ruokakulttuuri (2) Ruoka (45) Juoma (13)</p> </td> <td data-bbox="1018 1615 1343 1821"> <p>Ruoka (45) (Meksikolainen) ruoka (35) Tacot (5) Tortillas (2) Fajitas (1) Burritos (1) Guacamole (1)</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="683 1821 1343 1874"> <p>Juoma(13) Tequila (13)</p> </td> </tr> </table>		<p>Ruokakulttuuri(60) Ruokakulttuuri (2) Ruoka (45) Juoma (13)</p>	<p>Ruoka (45) (Meksikolainen) ruoka (35) Tacot (5) Tortillas (2) Fajitas (1) Burritos (1) Guacamole (1)</p>	<p>Juoma(13) Tequila (13)</p>	
<p>Ruokakulttuuri(60) Ruokakulttuuri (2) Ruoka (45) Juoma (13)</p>	<p>Ruoka (45) (Meksikolainen) ruoka (35) Tacot (5) Tortillas (2) Fajitas (1) Burritos (1) Guacamole (1)</p>					
<p>Juoma(13) Tequila (13)</p>						

Vastaajat tunnistivat melko hyvin Meksikon matkakohteita (KUVIO 19). Keskimäärin matkakohteita tunnistettiin 3,3 (mediaani 3) ja lähes kaikki (92 %) tunnistivat México Cityn. Seuraavaksi tunnetuimpia olivat turistikohteet Cancún (70 %) ja Acapulco (63 %). Loppuja matkakohteita tunnisti alle 30 % vastaajista.



KUVIO 19. Vastaajien tunnistamat Meksikon matkakohteet

Vastaajilta kysyttiin mitä asioita he pitivät tärkeänä matkustaessaan Meksikoon. Tärkeyttä arvioitiin Likert asteikolla (1=ei lainkaan tärkeä, 5=erittäin tärkeä). Tärkeimpänä asiana nousi esiin ruoka ja kulttuuri. Hyvin tärkeitä olivat myös luonto, paikallisten ystävällisyys ja vieraanvaraisuus, turvallisuus ja sää. Jonkin verran tärkeitä olivat myös historialliset nähtävyydet, perinteet, lepo ja rentoutuminen, tuotteiden ja palvelujen laatu sekä hygienia. Vähemmän tärkeiksi osoittautuivat arkeologiset kaivaukset, yöelämä, paikallisten valmistamat käsityöt ja matkamuistot, sekä ostosmahdollisuudet.

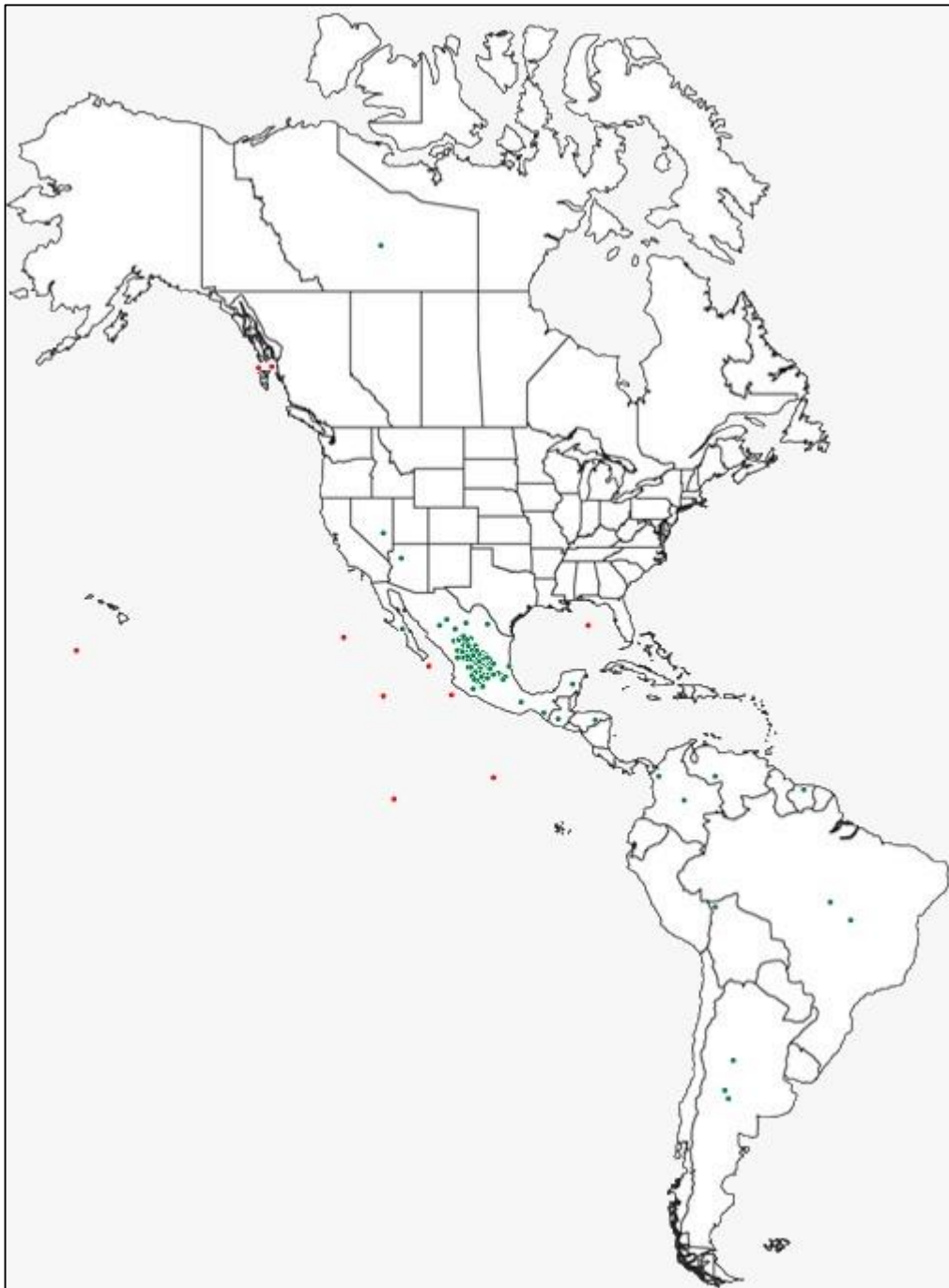
TAULUKKO 8. Tärkeät asiat Meksikoon matkustettaessa

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	n	ka	moodi	mediaani
Arkeologiset kaivaukset	28	35	27	23	13	126	2,67	1	3
Historialliset nähtävyydet	5	14	30	49	29	127	3,65	4	4
Luonto	2	9	19	63	34	127	3,93	4	4
Perinteet	0	21	23	51	31	126	3,73	4	4
Ruoka ja kulttuuri	1	5	8	54	59	127	4,30	5	4
Paikallisten ystävällisyys ja vieraanvaraisuus	1	3	23	54	46	127	4,11	4	4
Turvallisuus	2	5	24	46	49	126	4,07	5	4
Sää	1	7	22	58	39	127	4,00	4	4
Yöelämä	21	41	34	23	8	127	2,65	2	3
Lepo ja rentoutuminen	0	9	33	48	38	128	3,90	4	4
Tuotteiden ja palveluiden laatu	3	12	47	53	13	128	3,47	4	4
Hygienia	1	15	37	49	25	127	3,63	4	4
Paikallisten valmistamat käsityöt ja matkamuistot	17	44	30	26	11	128	2,75	2	3
Shoppailu mahdollisuudet	12	38	47	20	9	126	2,81	3	3

Kysyttäessä Meksikon sijaintia annettiin kolme vaihtoehtoa. Pohjois-Amerikan valitsi 27 % vastaajista, Väli-Amerikan 62 % ja Etelä-Amerikan 12 %. Oikea vastaus on Pohjois-Amerikka, jonka moni tiesikin. Tarkoitus oli antaa vaihtoehtona Keski-Amerikka, koska Väli-Amerikka kattaa Meksikon ja Keski-Amerikan. Näin ollen myös Väli-Amerikkaa tulee pitää oikeana vastauksena, joten oikean vastauksen antoi 89 % vastaajista.

Toisessa kysymyksessä pyydettiin klikkaamaan hiirellä Meksikoa kartalla (KUVIO 20). Kysymys toteutettiin JavaScript-tekniikalla, josta syystä se ei ollut yhteensopiva kaikkien internet selainten kanssa. Tämä näkyi virheellisinä klikkauksina, jotka näkyvät kartalla punaisina pisteinä. Vihreät pisteet tarkoittavat osumaa maa-alueelle (n=105), joten suurimmalta osalta vastaajista (n=128) saatiin vastaus (82 %). Vastaajista 90 (86 %) osui Meksikon alueelle, Argentiina sai kolme osumaa ja Brasilia sekä Kolumbia kaksi osumaa.

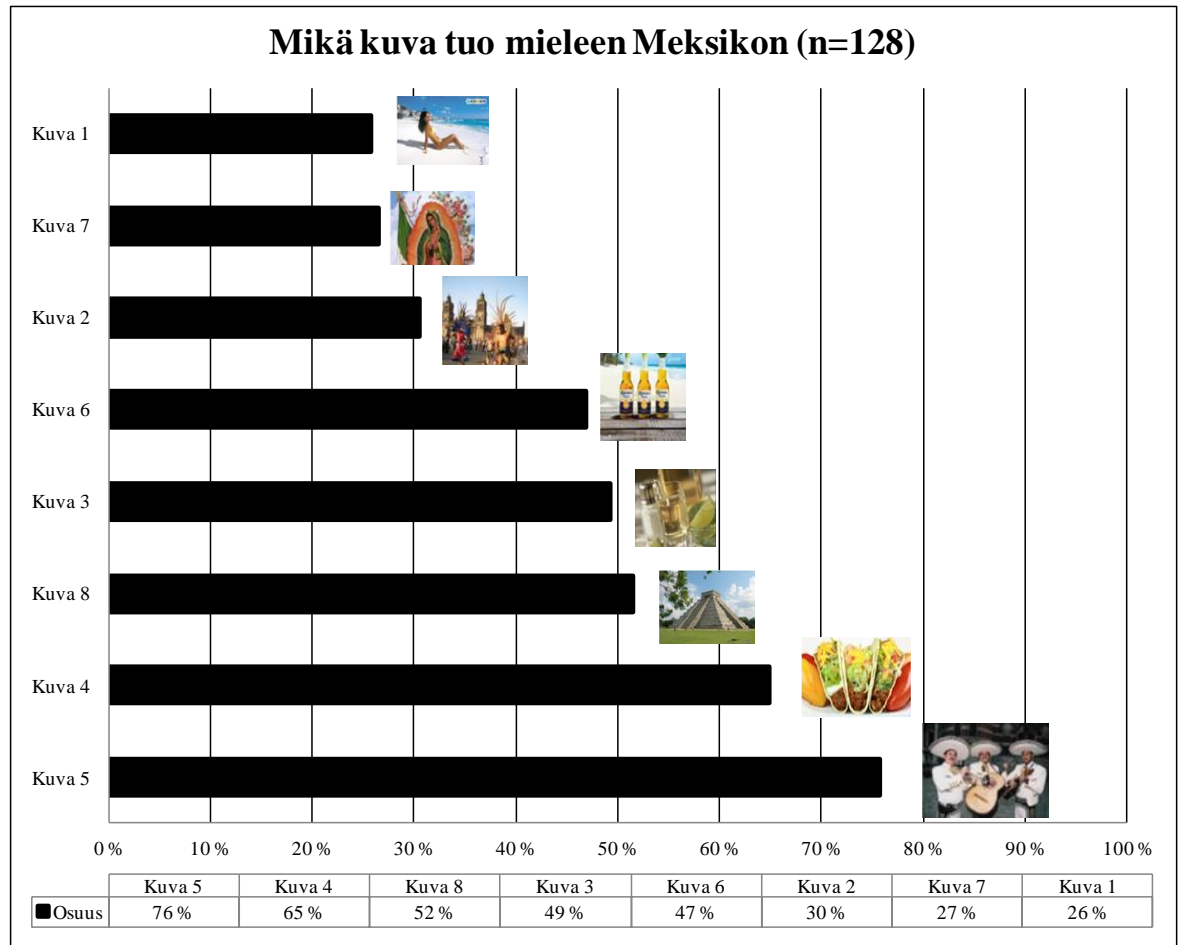
Yksittäisiä osumia saivat Nevada, Arizona, Guatemala, Honduras, Northwest Territories (Kanada), Venezuela, Suriname ja Bolivia.



KUVIO 20. Meksikon sijainti kartalla

Vastaajia pyydettiin valitsemaan kahdeksasta vaihtoehdosta ne kuvat, jotka tuovat mieleen Meksikon. Kuvassa 1 oli nainen aurinkoisella rannalla, kuvassa 2 Atsteekkeja kansallispuvussa, kuvassa 3 tequilaa shottilaseissa, kuvassa 4 tacoja, kuvassa 5 sombrero-päisiä mariachi soittajia, kuvassa 6 Corona olutpulloja, kuvassa 7 pyhimyksen

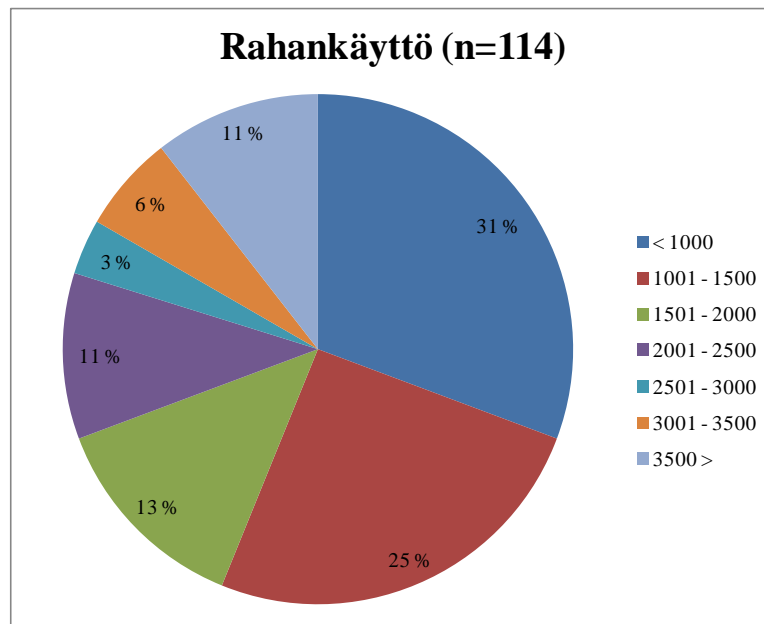
kuva ja kuvassa 8 pyramidi. Suuremmat kuvat ovat nähtävissä liitteenä olevassa kyselylomakkeessa (LIITE 1).



KUVIO 21. Mikä kuva tuo mieleen Meksikon

Suomalaisille toivat parhaiten Meksikon mieleen mariachi soittajat (76 %) ja tacot (65 %). Noin puolelle vastaajista myös pyramidit, tequila ja Corona toivat mieleen Meksikon.

Vastaajilta kysyttiin, että paljonko arvioisivat käyttävänsä rahaa Meksikossa puolen vuoden vaihtojakson aikana (KUVIO 22). Lähes kolmannes (31 %) vastaajista arvioi käyttävänsä alle 1000 euroa kuukaudessa.



KUVIO 22. Arvio 6 kk:n rahankäytöstä

Vastaajien käsitystä ja mielikuvaa Meksikosta kysyttiin Likert asteikolla (1=huono, 5=loistava). Paras mielikuva oli Meksikosta matkakohteena (keskiarvo 3,96). Käsitys Meksikosta maana (3,35) ja vaihtokohteena (3,32) oli hieman heikompi. Mielikuva Meksikosta vaihtokohteena oli huonoin, se sai ainoana peräti neljä *huono* arvosanaa.

TAULUKKO 9. Käsitys/mielipide Meksikosta

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	n	ka	moodi	mediaani
Meksiko maana	0	18	58	39	12	127	3,35	3	3
Meksiko matkakohteena	0	8	25	58	36	127	3,96	4	4
Meksiko vaihtokohteena	4	20	47	42	13	126	3,32	3	3

5.4. Hypoteesien testaus

Tässä kappaleessa testataan aiemmin kappaleessa 3.3 muodostetut hypoteesit. Hypoteesien testauksessa käytettiin kahta menetelmää. Hypoteeseissa, joissa oletettiin olevan eroja kahden eri ryhmän välillä, käytettiin *kahden riippumattoman otoksen t-testiä*. Hypoteeseissa, joissa oletettiin olevan yhteys kahden eri muuttujan välillä, käytettiin sekä *Pearsonin* lineaarista että *Spearmanin* järjestyskorrelaatiota. Tutkittavat muuttujat ovat

järjestysasteikollisia, joiden korrelaatiota tulisi mitata nimenomaan Spearmanin korrelaatiokertoimella (Virtuaali AMK 2006). Joissakin tapauksissa Likert asteikon luokat ajatellaan olevan yhtä kaukana toisistaan, kuten mielipidettä tiedusteltaessa asteikolla 1-5. Silloin voitaisiin mitata Pearsonin korrelaatiota myös järjestysasteikollisten muuttujien kanssa. Vaikka kumpaakin korrelaatiota voitaisiin perustellusti käyttää, on hypoteesien hyväksyminen ja hylkäys tehty ”oikeaoppisesti” Spearmanin korrelaation perusteella.

Tilastollista merkitsevyyttä kuvataan *p-arvolla*, jolla tarkoitetaan todennäköisyyttä millä samaan lopputulokseen päädyttäisiin sattumalta (Salonen 2012). P saa arvon 0–1 väliltä. P-arvon merkitsevyytasot on listattu taulukossa TAULUKKO 10.

TAULUKKO 10. P-arvojen merkitsevyys (Karjalainen 2004)

Arvo	Selite
$p < 0,001$	Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä
$0,001 \leq p < 0,01$	Tulos on tilastollisesti merkitsevä
$0,01 \leq p < 0,05$	Tulos on tilastollisesti melkein merkitsevä
$0,05 \leq p < 0,10$	Tulos on suuntaa antava

Muuttujien välistä yhteyttä (korrelaatiota) kuvataan korrelaatiokertoimella *r*. Korrelaatiokerrointen raja-arvot on listattu taulukossa TAULUKKO 11.

TAULUKKO 11. Korrelaatiokerrointen raja-arvot (Virtuaali AMK 2006)

Arvo	Selite
$ r < 0,3$	muuttujien välillä ei ole juurikaan (lineaarista) yhteyttä
$0,3 < r < 0,7$	muuttujien välillä on jonkin verran (lineaarista) yhteyttä
$ r > 0,7$	muuttujien välillä on selvä lineaarinen yhteys

Hypoteesit $H_{1.1}$ – $H_{3.1}$ ovat väittämiä kahden eri ryhmän eroista, joten näiden hypoteesien testaamisessa käytetään kahden riippumattoman otoksen keskiarvo eli *t-testiä*.

Hypoteesia $H_{1.1}$ testattiin *t-testillä*, jossa vastaukset oli jaettu ryhmiin sen perusteella, oliko vastaaja käynyt aiemmin Meksikossa vai ei. Testissä tarkasteltiin oliko ryhmien välillä eroja tunnistettujen matkakohteiden määrässä (TAULUKKO 12). Meksikossa käyneiden keskiarvo (4,80) on suurempi kuin Meksikossa ei käyneiden (2,96). Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä ($0,000 < 0,001$), joten hypoteesi **$H_{1.1}$ hyväksytään**.

TAULUKKO 12. Hypoteesien $H_{1.1}$ ja $H_{1.2}$ testaus

	Matkakohteet			Kuvat		
	n	k-arvo	k-hajonta	n	k-arvo	k-hajonta
Käynyt Meksikossa	25	4,80	2,25	25	4,88	2,09
Ei käynyt Meksikossa	98	2,96	1,45	98	3,37	1,54
p-arvo	0,00027			0,00095		

Hypoteesia $H_{1.2}$ testattaessa tarkasteltiin oliko ryhmien välillä eroja tunnistettujen kuvien määrässä (TAULUKKO 12). Meksikossa käyneiden keskiarvo (4,88) on suurempi kuin Meksikossa ei käyneiden (3,37). Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä ($0,000 < 0,001$), joten hypoteesi **$H_{1.2}$ hyväksytään.**

Hypoteesia $H_{2.1}$ testattiin *t-testillä*, jossa vastaukset oli jaettu ryhmiin sen perusteella, oliko vastaaja päiväopiskelija vai aikuisopiskelija. Testissä tarkasteltiin oliko ryhmien välillä eroja muuttuja *Mielipide Meksikosta vaihtokohteena* suhteen (TAULUKKO 13). Päiväopiskelijoiden keskiarvo (3,38) on hieman suurempi kuin aikuisopiskelijoiden (3,22). Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä ($0,191 > 0,10$), joten hypoteesi **$H_{2.1}$ hylätään.**

TAULUKKO 13. Hypoteesin $H_{2.1}$ testaus

	n	k-arvo	k-hajonta
Päiväopiskelija	64	3,38	1,02
Aikuisopiskelija	55	3,22	0,94
p-arvo	0,19152		

Hypoteesia $H_{3.1}$ testattiin *t-testillä*, jossa vastaukset oli jaettu ryhmiin sen perusteella, oliko vastaaja käynyt aiemmin Meksikossa vai ei. Testissä tarkasteltiin oliko ryhmien välillä eroja muuttujan *Mielipide Meksikosta vaihtokohteena* suhteen (TAULUKKO 14). Meksikossa käyneiden keskiarvo keskiarvo (3,52) on hieman suurempi kuin Meksikossa ei käyneiden (3,25). Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä ($0,117 > 0,10$), joten hypoteesi **$H_{3.1}$ hylätään.**

TAULUKKO 14. Hypoteesin $H_{3.1}$ testaus

	n	k-arvo	k-hajonta
Käynyt Meksikossa	25	3,52	1,00
Ei käynyt Meksikossa	96	3,25	0,96
p-arvo	0,11764		

Hypoteesia $H_{4.1}$ testattiin mittaamalla muuttujien *Ruoan ja kulttuurin tärkeys* ja *Mielikuva Meksikosta vaihtokohteena* välistä yhteyttä (TAULUKKO 15). Testin mukaan muuttujien välillä ei ole juurikaan yhteyttä ($0,14 < 0,3$). Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä ($0,132 > 0,10$), joten hypoteesi **$H_{4.1}$ hylätään.**

TAULUKKO 15. Hypoteesin $H_{4.1}$ testaus

	Korrelaatio	P-arvo
Pearson	0,16	0,08470
Spearman	0,14	0,13210
n	121	

Hypoteesia $H_{5.1}$ testattiin mittaamalla muuttujien *Käsitystä Meksikosta maana* ja *Mielipide Meksikosta vaihtokohteena* välistä yhteyttä (TAULUKKO 16). Testin mukaan muuttujien välillä ei ole juurikaan yhteyttä ($0,25 < 0,3$). Tulos on tilastollisesti merkitsevä ($0,005 < 0,01$), joten hypoteesi **$H_{5.1}$ hyväksytään.**

TAULUKKO 16. Hypoteesin $H_{5.1}$ testaus

	Korrelaatio	P-arvo
Pearson	0,26	0,00360
Spearman	0,25	0,00500
n	121	

Hypoteesia $H_{6.1}$ testattiin mittaamalla muuttujien *Käsitys Meksikosta matkakohteena* ja *Mielipide Meksikosta vaihtokohteena* välistä yhteyttä (TAULUKKO 17). Testin mukaan muuttujien välillä on jonkin verran yhteyttä ($0,41 < 0,7$). Tulos on tilastollisesti erittäin merkitsevä ($0,000 < 0,001$), joten hypoteesi **$H_{6.1}$ hyväksytään.**

TAULUKKO 17. Hypoteesin H_{6.1} testaus

	Korrelaatio	P-arvo
Pearson	0,41	0,00000
Spearman	0,41	0,00000
n	121	

Hypoteesia H_{7.1} testattiin mittaamalla muuttujien *Tulotason ja kulutusarvion suhde j Mielipide Meksikosta vaihtokohteena* välistä yhteyttä (TAULUKKO 18). Muuttuja *Tulotason ja kulutusarvion suhde* muodostettiin jakamalla muuttuja *Tulotaso* (1=alle 1000 euroa, 7=yli 3500 euroa) muuttujalla *Kulutusarvio* (1=alle 1000 euroa, 7=yli 3500 euroa). Testin mukaan muuttujien välillä ei ole juurikaan yhteyttä ($|-0,10| < 0,3$). Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä ($0,257 > 0,10$), joten hypoteesi **H_{7.1} hylätään**.

TAULUKKO 18. Hypoteesin H_{7.1} testaus

	Korrelaatio	P-arvo
Pearson	-0,13	0,15030
Spearman	-0,10	0,25790
n	103	

Hypoteesia H_{8.1} testattiin mittaamalla muuttujien *Paikallisten ystävällisyyden ja vieraanvaraisuuden tärkeys ja Mielipide Meksikosta vaihtokohteena* välistä yhteyttä (TAULUKKO 19). Testin mukaan muuttujien välillä ei ole juurikaan yhteyttä ($0,27 < 0,3$). Tulos on tilastollisesti merkitsevä ($0,0025 < 0,010$), joten hypoteesi **H_{8.1} hyväksytään**.

TAULUKKO 19. Hypoteesin H_{8.1} testaus

	Korrelaatio	P-arvo
Pearson	0,30	0,00070
Spearman	0,27	0,00250
n	121	

Hypoteesia H_{9.1} testattiin mittaamalla muuttujien *Opiskelijoiden tulotaso ja Mielipide Meksikosta vaihtokohteena* välistä yhteyttä (TAULUKKO 20). Testin mukaan muuttujien välillä ei ole juurikaan yhteyttä ($|-0,17| < 0,3$). Tulos on tilastollisesti suuntaa antava ($0,060 < 0,10$), joten hypoteesi **H_{9.1} hyväksytään**.

TAULUKKO 20. Hypoteesin $H_{9.1}$ testaus

	Korrelaatio	P-arvo
Pearson	-0,18	0,05010
Spearman	-0,17	0,06070
n	115	

Hypoteesia $H_{10.1}$ testattiin mittaamalla *Luonnon tärkeys* ja *Mielipide Meksikosta matkakohteena* välistä yhteyttä (TAULUKKO 21). Testin mukaan muuttujien välillä ei ole juurikaan yhteyttä ($0,13 < 0,3$). Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä ($0,160 > 0,10$), joten hypoteesi **$H_{10.1}$ hylätään.**

TAULUKKO 21. Hypoteesin $H_{10.1}$ testaus

	Korrelaatio	P-arvo
Pearson	0,09	0,32900
Spearman	0,13	0,16030
n	122	

Hypoteesia $H_{11.1}$ testattiin mittaamalla muuttujien *Ruoan ja kulttuurin tärkeys* ja *Mielipide Meksikosta matkakohteena* välistä yhteyttä (TAULUKKO 22). Testin mukaan muuttujien välillä ei ole juurikaan yhteyttä ($0,09 < 0,3$). Tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä ($0,327 > 0,10$), joten hypoteesi **$H_{11.1}$ hylätään.**

TAULUKKO 22. Hypoteesin $H_{11.1}$ testaus

	Korrelaatio	P-arvo
Pearson	0,12	0,17300
Spearman	0,09	0,32730
n	122	

Hypoteesia $H_{12.1}$ testattiin mittaamalla muuttujien *Turvallisuuden tärkeys* ja *Mielipide Meksikosta matkakohteena* välistä yhteyttä (TAULUKKO 23). Testin mukaan muuttujien välillä ei ole juurikaan yhteyttä ($0,15 < 0,3$). Tulos on tilastollisesti suuntaa antava ($0,093 < 0,10$), joten hypoteesi **$H_{12.1}$ hyväksytään.**

TAULUKKO 23. Hypoteesin $H_{12,1}$ testaus

	Korrelaatio	P-arvo
Pearson	0,18	0,04180
Spearman	0,15	0,09340
n	121	

5.5. Tulosten yhteenveto

Tutkimus kiinnosti kaiken ikäisiä, vastaajia oli kaikista ikäluokista. Alle 25-vuotiaiden osuus oli kuitenkin yli puolet. Sukupuolijakauma oli epätasaisempi, vastaajista kolme neljänestä oli naisia. Vastauksia saatiin myös kaikilta eri koulutusasteilta, mutta jakauma oli epätasainen verrattuna suomalaisten opiskelijoiden jakaumaan. Vastaajista lähes kolme neljänestä oli alemman korkeakouluasteen, eli AMK tai kandidaatti, opiskelijoita. Yli puolet vastaajista tuli toimeen alle 1500 eurolla kuussa.

Vastaajat olivat ahkeria matkajia niin kotimaassa kuin ulkomailla. Suurin osa matkusti ulkomaille vähintään kerran vuodessa. Noin neljäsosa matkaili ulkomailla harvemmin kuin kerran vuodessa. Pääsyy matkustamiseen niin kotimaassa kuin ulkomailla oli vapaa-aika, mikä korostui erityisesti ulkomaan matkailussa. Matkakohteen valinnassa vaikutti eniten hintataso ja sää, eli ilmasto. Seuraavaksi eniten vaikuttivat kohteen turvallisuus, vastine rahalle ja nähtävyydet. Taloudellisilla seikoilla oli siis suuri painoarvo. Matkakohteessa haluttiin nähdä paikallista kulttuuria, luontoa, historiallisia kohteita ja normaalia paikallista elämää.

Poikkeuksellisen suuri osa vastaajista, viidennes, oli käynyt Meksikossa vähintään kerran. Vastaajista yhdeksän kymmenestä oli valmis harkitsemaan Meksikoa matka- tai vaihtokohtena. Kieli ei ollut este vastaajille Meksikoon matkustamiselle ja valtaosa löysi Meksikon myös kartalta.

Mielikuvat Meksikosta olivat pääosin positiivisia. Ensimmäisiä mieleen tulevia asioita olivat ruoka ja juoma, kulttuuri, sää, lämpö ja aurinko, sekä ystävälliset ihmiset. Negatiivisina asioina nousivat esiin huumeet ja rikollisuus. Yllättävintä oli, että hygieniasta tuli vain yksi maininta.

Meksikon matkakohteista tunnistettiin parhaiten pääkaupunki México City, sekä turistikohteet Cancún ja Acapulco. Esitetyistä valokuvista vahvimmin Meksikon toi mieleen sombrero-päiset mariachi-soittajat, ruoka ja pyramidit.

Meksikoon matkustettaessa tärkeiksi asioiksi nousivat ruoka, turvallisuus, paikallisten vieraanvaraisuus ja sää. Vähiten tärkeitä asioita olivat yöelämä, arkeologiset kaivaukset ja shoppailumahdollisuudet. Vastaajat pitivät Meksikon hintatasoa varsin matalana. Yli puolet arvioi selviävänsä puolen vuoden vaihto-opiskelusta alle 1500 eurolla kuussa.

Mielipiteet Meksikosta olivat myös positiivisia. Käsitys Meksikosta matkakohteena oli parempi kuin maana ja vaihtokohteena.

Aineisto tuki osin teoriasta johdettuja ennakko-olettamuksia. Meksikossa aiemmin vierailleilla oli yksityiskohtaisempi kuva Meksikosta. Samoin opiskelijoilla, joilla käsitys Meksikosta maana ja matkakohteena oli hyvä, kokivat Meksikon myös Meksikon hyvänä vaihtokohteena. Opiskelijat, jotka kokivat paikallisten ystävällisyyden tärkeänä, pitivät niin ikään Meksikoa hyvänä vaihtokohteena.

Mielenkiintoista oli teoriasta johdettu havainto siitä, että ne joiden tulotaso oli pieni, kokivat Meksikon hyvänä vaihtokohteena. Eli kääntäen, mitä suurempi tulotaso, sitä vähemmän houkutteleva Meksiko on vaihtokohteena. Tämä saattaa selittyä sillä, että suurituloisemmat hakeutuvat opiskelemaan arvostetuimpiin maihin.

Tutkijan omat oletukset eivät saaneet kaikilta osin tukea aineistosta. Olettamuksena oli, että päiväopiskelijoiden mielipide Meksikosta vaihtokohteena olisi parempi kuin aikuisopiskelijoilla. Samoin oletettiin olevan Meksikossa aiemmin käyneiden opiskelijoiden osalta. Näin ei kuitenkaan materiaalin perusteella voitu todeta.

5.6. Tutkimuksen arviointi

Kaikissa tutkimuksissa tulisi arvioida sen luotettavuutta (Hirsjärvi ym. 2013, 231). Määrällisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida sen *reliabiliteetilla* ja *validiudella*. Reliabiliteetti tarkoittaa sitä, ovatko tulokset toistettavia (Golafshani 2003, 599). Toisin sanoen saadaanko samat tulokset, jos tutkimus toistetaan esimerkiksi jonkun toisen tutkijan toimesta tai eri otoksella. Validius tarkoittaa sitä, että ovatko tulokset

tarkkoja ja että mittaavatko ne sitä mitä niiden on tarkoitus mitata (Golafshani 2003, 599). Eli onko käytettävät mittarit valittu tarkoituksenmukaisesti ja onko niitä käytetty oikein. Lisäksi voidaan arvioida tutkimuksen *relevanssia*, eli sen hyödyllisyyttä ja tulosten käytettävyyttä.

Tutkimuksen reliabiliteettia pyrittiin varmistamaan mahdollisimman suurella vastaajamäärällä. Facebook kampanjan kautta kysely tavoitti 25 000 perusjoukon edustajaa. Vastaajien lukumäärä (n=128) on siihen verrattuna pieni, mutta suurempi kuin odotettiin. Kuten jo aiemmin todettiin, oli jakauma joidenkin muuttujien osalta vinoutunut. Tästä syystä kyselyn tärkeimpien kysymysten osalta tehtiin *t-testi* kahden satunnaisesti valitun otoksen välillä (TAULUKKO 24). Ryhmien väliset erot keskiarvoissa ja keskihajonnoissa ovat kaikkien kysymysten osalta pienet. Lisäksi mikään *p-arvo* ei ole tilastollisesti merkittävä.

TAULUKKO 24. Reliabiliteetin testaus

	Mieli pide maana			Mieli pide matkakohteena			Mieli pide vaihtokohteena		
	n	k-arvo	k-hajonta	n	k-arvo	k-hajonta	n	k-arvo	k-hajonta
A	61	3,28	0,84	61	4,03	0,80	61	3,21	1,05
B	60	3,37	0,82	60	3,85	0,88	60	3,38	0,88
p-arvo	0,28073			0,11657			0,16838		

Käytetyn strukturoidun kyselylomakkeen avulla kysely on helposti toistettavissa myös muiden tutkijoiden toimesta. Tutkimustulokset eivät välttämättä ole pysyviä, mikä on yksi reliabiliteetin tunnusmerkki (Hirsjärvi ym. 2013, 231). Tämä johtuu mielikuvatutkimuksen luonteesta. Esimerkiksi tämän tutkimuksen tulosten perusteella pyritään vaikuttamaan mielikuvaan, joten tuloksen pysyvyys on itse asiassa ei-toivottavaa.

Tutkimuksen validius pyrittiin varmistamaan käyttämällä yleisesti hyväksytyjä kysymystyyppisiä ja asteikkoja. Näin vähennettiin kysymysten väärinymmärryksen riskiä.

Tutkimuksen relevanssi varmistettiin osoittamalla aluksi tarve tiedon hankinnalle. Ulkomaisten vaihto-opiskelijoiden todettiin olevan tärkeitä Meksikolle. Suomalaisten vaihto-opiskelijoiden määrä todettiin olevan voimakkaassa laskussa. Tutkimusten mukaan mielikuva vaikuttaa vaihtokohteen valintaan. Tästä syystä tässä tutkimuksessa pyrittiin selvittämään suomalaisopiskelijoiden mielikuvaa Meksikosta. Tutkimustuloksia voidaan hyödyntää pyrittäessä vaikuttamaan Meksikon mielikuvaan.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA SUOSITUKSET

6.1. Pohdintaa

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää aikuisopiskelijoiden mielikuvaa Meksikosta vaihto-opiskelukohteena. Tutkimusta varten kehitettiin teoreettinen viitekehys matkakohteen mielikuvan muodostamisesta. Tietojen keräämisessä käytettiin kyselytutkimusta ja analysointi tehtiin käyttämällä kvantitatiivisia menetelmiä. Valittu viitekehys ja tutkimusmenetelmä soveltuivat hyvin tutkimuskysymyksen ratkaisuun.

Tutkimus täytti tehtävänsä esimerkiksi siinä, että se korjasi tutkijan ennako-odotuksia. Tutkijan seurattessa oman vaihtojaksonsa aikana läheltä nuorten päiväopiskelijoiden opiskelijaelämää, syntyi oletus, että käsitys vaihto-opiskelusta olisi aikuisopiskelijoilla erilainen. Tulosten perusteella ei eroa käsityksissä kuitenkaan ole.

Tutkijalla oli se ennakkokäsitys ennen omaa vaihtojaksoa, että huumeet ja rikollisuus olisi näkynyt selvästi päivittäisessä elämässä. Tämä käsitys häiväsi Meksikossa olon aikana. Tutkija oletti, että turvallisuusasiat olisivat nousseet tutkimuksessa enemmän esiin.

Tieteellinen kirjoittaminen on ollut yllättävän vaikeaa, aivan kuin olisi täytynyt oppia uusi kieli. Kirjoittaminen on ollut raskasta ja on ollut hankalaa löytää oikeita sanamuotoja. Tutkimuksen aihe on ollut innostava ja itse tutkimustyö mielenkiintoista. Yllättävää on ollut se, kuinka paljon tutkimustyö pitää sisällään matematiikkaa ja on ollut työlästä opetella uusia asioita.

6.2. Johtopäätökset ja suositukset

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että mielikuva Meksikosta opintokohteena on yhteydessä yleiseen mielikuvaan maasta. Tuloksia voidaan hyödyntää Meksikon mielikuvan kiillottamisessa ja vaihto-opiskelijoiden houkuttelemisessa.

Kirjallisuuden perusteella voidaan antaa seuraavia suosituksia:

- Suositelijat vaikuttavat opiskelukohteen valintaan, joten on suositeltavaa käyttää entisiä vaihto-opiskelijoita ”lähettiläinä”.

- Mielikuvan muodostumisen toisessa vaiheessa, kun tietoa haetaan aktiivisesti, oikean tiedon merkitys korostuu, joten kannattaa panostaa hyvälaatuisiin esitteisiin ja verkkosivuihin.
- Vahvin mielikuva muodostuu omasta kokemuksesta, joten kannattaa houkutella vaihto-oppilaiksi erityisesti Meksikossa vierailleita.

Tutkimustulosten perusteella voidaan antaa seuraavia suosituksia:

- Opiskelijat ovat pienituloisia ja pienellä tulotasolla on yhteys positiiviseen mielikuvaan Meksikosta vaihtokohtena, joten kannattaa korostaa Meksikon matalaa hintatasoa.
- Meksiko tunnetaan erityisesti ruokakulttuuristaan ja ystävällisistä ihmisistä. Tätä tunnistettavuutta kannattaa hyödyntää markkinointiviestinnässä.
- Huumeet ja rikollisuus yhdistetään Meksikoon. Niistä tulisi olla saatavilla oikeaa tietoa.
- Aikuisopiskelijoiden suhtautuminen Meksikoon vaihtokohtena ei poikkea päiväopiskelijoiden suhtautumisesta, joten kannattaa suunnata markkinointia myös aikuisopiskelijoille.
- Käsitys Meksikosta maana ja matkakohtena on yhteydessä sen käsitykseen vaihtokohtena, joten myös yleisen mielikuvan kautta voidaan vaikuttaa potentiaalisiin vaihto-opiskelijoihin.

Tutkijan havaintoihin perustuvia suosituksia:

- Opetuksen taso Meksikossa oli hyvä. Tutkimuksessa ei noussut esiin, joten sitä kannattaisi tuoda esiin.
- Käytännössä kaikki opettajat ja oppilaat puhuivat hyvää englantia ja opetusta oli mahdollista saada englanniksi. Tätäkin voisi korostaa.
- Arkielämässä, esimerkiksi kaupoissa, tarvitaan kuitenkin espanjaa. Kielitaidon perusteiden hallitseminen täytyy muistaa tuoda esiin.
- ¡Vamos a México!

6.3. Jatkotutkimus

Tutkimuksella saatiin yleisnäkemys opiskelijoiden mielikuvasta Meksikosta vaihtokohtena. Tulosten perusteella lisätutkimusta voisi tehdä:

- Haastattelututkimus Meksikossa vaihdossa olleille opiskelijoille.
- Vaikka kieli ei haitannut matkustamista, voisi selvittää valmiutta espanjan käyttöön opiskelukielenä.
- Selvittää millä perusteella suomalaiset opiskelijat tekevät päätöksen vaihtokohteesta.

LÄHTEET

- Cantwell, B., Luca, S. G., & Lee, J. J. 2009. Exploring the orientations of international students in Mexico: differences by region of origin. *High Educ*(57), 335–354.
- CIMO. 2013. Vaihto-opiskelu Suomesta kohde- ja lähtömaittain 2001–2012. Saatavissa: [http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/29265_7_Kohde- ja lahtomaittain 2001 2012.pdf](http://www.cimo.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/cimo/embeds/cimowwwstructure/29265_7_Kohde-ja_lahtomaittain_2001_2012.pdf). Luettu 10.3.2014.
- CSC. 2009. Korkeakoulujen tietomalli. Opiskelijaliikkuvuus. Luettu 24.2.2014. Saatavissa: <http://tietomalli.csc.fi/Opiskelijaliikkuvuus-kaavio.html>.
- Doyle, S., Gendall, P., Meyer, L. H., Hoek, J., Tait, C., McKenzie, L., & Looparg, A. 2010. An Investigation of Factors Associated With Student Participation in Study Abroad. *Journal of Studies in International Education*, 14(5), 471–490.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. 2003. The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies* 14(1), 37–48.
- Gallarza, M. G., Gil Saura, I., & Calderón García, H. 2002. Destination image: Towards a Conceptual Framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56–78.
- Golafshani, N. 2003. Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research. *The Qualitative Report*, 8(4), 597–607.
- Gunn, C. 1988. *Vacationscapes: Designing tourist regions*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. 2013. *Tutki ja kirjoita*. 15., Porvoo: Bookwell Oy.
- Järvinen, P., & Järvinen, A. 2004. *Tutkimustyön metodeista*. Tampere: Opinpajan kirja.
- Karjalainen, L. 2004. *Tilastomatematiikka*. Mikkeli: Pii-Kirjat.
- Mattila, M. 2003. Menetelmien tyyppjä ja soveltuvan menetelmän valinta. Saatavissa <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/menetelma/menetelmatyyppit.html>. Luettu 2.4.2014.
- Niskanen, V. A. 2008. Kohti tutkivaa työtapaa. Luettu 2.4.2014. Saatavissa https://www.avoin.helsinki.fi/Kurssit/momukasva05ktt/kotutapa_niskanen08.pdf.
- Salonen, J. 2012. Mikä on p-arvo ja miten sitä mitataan? Saatavissa: <http://blite.iki.fi/artikkelit/p-arvo/>. Luettu 3.4.2014.
- SIIMT. 2014. Reporte de llegadas de pasajeros en aeropuertos del país. Saatavissa: http://www.siimt.com/en/siimt/siim_operaciones_de_aeropuertos. Luettu 20.3.2014.
- Telisman-Kosuta. 1989. *Tourism Destination Image*. Teoksessa S. F. Witt, & L. Moutinho (toim.) *Tourism Marketing and Management Handbook*. Cambridge: Prentice Hall, 557–561.
- Tilastokeskus. 2012. Suomen virallinen tilasto (SVT): Oppilaitosten opiskelijat ja tutkinnot. Saatavissa: http://www.tilastokeskus.fi/til/opiskt/2012/opiskt_2012_2014-01-29_tie_001_fi.html. Luettu 16.3.2014.

Torres Gordillo, A. 2010. México: percepciones de imagen del turista australiano. Cholula, Puebla, México: Universidad de las Américas Puebla. Luettu 23.2.2014. Saatavissa: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/torres_g_a/.

Van Hoof, H. B., & Verbeeten, M. J. 2005. Wine Is for Drinking, Water Is for Washing: Student Opinions About International Exchange Programs. *Journal of Studies in International Education*, 9(1), 42–61.

Virtuaali AMK. 2006. Tilastolliseen päättelyyn liittyvät aihiot. Saatavissa: <http://www2.amk.fi/mater/tutkimusmenetelmat/kvantitat/SisLuettelo.htm>. Luettu 3.4.2014.

Vuoristo, K.-V., & Vesterinen, N. 2009. Lumen ja suven maa; Suomen matkailumaantiede. Helsinki: WSOYpro.

LIITE 1. KYSELYLOMAKE

Mielikuva Meksikosta vaihto-opintokohteena

Tämä kysely on osa opinnäytetutkimusta, jossa selvitetään mielikuvaa Meksikosta vaihto-opintokohteena. Vastaamiseen kuluu aikaa vain muutama minuutti, muista että kaikki vastaukset ovat arvokkaita tutkimuksen kannalta.

Kaikkien sähköpostiosoitteen jättäneiden kesken arvotaan kolme 50 euron lahjakorttia Amarilloon! Arvonta suoritetaan 31.3.2014, joten vastaathan kyselyyn mahdollisimman pian.

Vastauksia käsitellään ehdottoman luottamuksellisesti. Tutkimuksen tulokset raportoidaan opinnäytetyössä yhteenvetona siten, ettei yksittäisiä vastauksia voi erottaa.

Suvi Tiainen
Matkailun koulutusohjelma
CENTRIA AMMATTIKORKEAKOULU

*Pakollinen

Taustatiedot

Ikä *

- < 18
 18 - 25
 26 - 35
 36 - 45
 > 45

Siviilisaäty *

- Sinkku
 Avoliitossa
 Avioliitossa
 Muu:

Sukupuoli *

- Mies
 Nainen

Missä opiskelet? *

- Perusaste (peruskoulu)
 Keskiaste (lukio/ammattikoulu)
 Alempi korkeakouluaste (AMK/yliopisto)
 Ylempi korkeakouluaste (AMK/yliopisto)
 Tutkijakoulutusaste (yliopisto)
 Muu:

Opintojen tyyppi *

- Päiväopiskelija
 Aikuisopiskelija
 Muu:

Tulotaso *

Euroa kuukaudessa

- < 1000
- 1001 - 1500
- 1501 - 2000
- 2001 - 2500
- 2501 - 3000
- 3001 - 3500
- 3500 >
- En halua vastata

Onko sinulla alle 18 vuotiaita lapsia? *

- Kyllä
- Ei

Matkustustottumukset**Kuinka usein matkustat kotimaassa? ***

- Kerran vuodessa
- 2-3 kertaa vuodessa
- Enemmän kuin kolme kertaa vuodessa
- Muu:

Kuinka usein matkustat ulkomaille? *

- Kerran vuodessa
- 2-3 kertaa vuodessa
- Enemmän kuin kolme kertaa vuodessa
- Muu:

Mistä syystä matkustat eniten kotimaassa? *

- Vapaa-aika
- Työnteko
- Opiskelu
- Muu:

Mikä on suurin syy matkustamiseesi ulkomaille? *

- Vapaa-aika
- Työnteko
- Opiskelu
- Muu:

Oletko matkustanut ulkomaille viimeisen kahden vuoden aikana? *

- Kyllä
 En

Kuinka monta kertaa?

Mitkä seuraavista ovat tärkeimmät asiat jotka vaikuttavat matkakohteen valintaan? *

- Turvallisuus
 Hintataso
 Laatu
 Terveys ja hygienia
 Etäisyys
 Vastine rahalle
 Maine
 Nähtävyydet
 Sää
 Muu:

Millaisia asioita haluat nähdä matkustaessasi? *

- Historiallisia kohteita
 Kulttuurikohteita
 Luontoa
 Muu:

Mielikuva ja käsitykset Meksikosta

Oletko koskaan käynyt Meksikossa? *

- Kyllä
 En

Voisitko harkita Meksikoa matka- tai vaihtokohteena? *

- Kyllä
 En

Tiedätkö mikä on Meksikon virallinen kieli?

- Kyllä
 En

Meksikon virallinen kieli on

Jos matkustaisit Meksikoon, olisiko kieli este?

- Kyllä
 Ei

Mikä on ensimmäinen mieleesi tuleva asia Meksikosta?

Valitse seuraavista tunnistamasi Meksikon matkakohteet *

- Cancún
 Acapulco
 Los Cabos
 Puerto Escondido
 Oaxaca
 México City
 Puerto Vallarta
 Guadalajara
 Monterrey
 Muu:

Arvioi miten tärkeitä seuraavat asiat sinulle olisivat matkustaessasi Meksikoon *

Arviointiasteikko: Ei lainkaan tärkeä (1) - Erittäin tärkeä (5)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Arkeologiset kaivaukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Historialliset nähtävyydet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luonto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perinteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruoka ja kulttuuri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisten ystävällisyys ja vieraanvaraisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turvallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yöelämä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lepo ja rentoutuminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuotteiden ja palveluiden laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hygienia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paikallisten valmistamat käsityöt ja matkamuistot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shoppailumahdollisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuvia Meksikosta



Mitkä ylläolevista kuvista tuovat sinulle mieleen Meksikon?

- Kuva 1
- Kuva 2
- Kuva 3
- Kuva 4
- Kuva 5
- Kuva 6
- Kuva 7
- Kuva 8

Missä Meksiko sijaitsee? *

- Pohjois-Amerikassa
- Väli-Amerikassa
- Etelä-Amerikassa

Klikkaa allaolevasta kartasta Meksikoa



Jos lähtisit kuuden kuukauden opiskelijavaihtoon Meksikoon, paljonko arvioisit kuluttavasi rahaa? *

Euroa kuukaudessa

- < 1000
- 1001 - 1500
- 1501 - 2000
- 2001 - 2500
- 2501 - 3000
- 3001 - 3500
- > 3500
- En tiedä / en halua vastata

Mielipiteesi / käsityksesi Meksikosta.. *

Arviointiasteikko: Huono (1) - Loistava (5)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Maana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Matkakohteena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vaihto- opintokohteena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>


Arvonta

Antamalla sähköpostiosoitteesi osallistut kolmen 50 euron lahjakortin arvontaan Amarillo ravintoloihin. Sähköpostiosoitetta käytetään pelkästään arvontaan, eikä sitä yhdistetä vastauksiisi.

Arvonta suoritetaan 31.3. ja voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Sähköpostiosoite

Lähetä

Palvelun tarjoaa


Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.

[Ilmoita väärinkäytöstä](#) - [Palveluehdot](#) - [Lisäehdot](#)