

ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

Age of the Dinosaur -näyttely

Mikko Mäki

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma
Restonomi AMK

2014

Matkailun koulutusohjelma

Tekijä	Mikko Mäki	Vuosi	2014
Ohjaaja(t)	Merja Koikkalainen		
Toimeksiantaja	Oulun Luuppi		
Työn nimi	Aluetaloudelliset vaikutukset; Age of the Dinosaur -näyttely		
Sivu- ja liitemäärä	34+13		

Toimeksiantaja Oulun Luuppi on Oulun kaupungin alainen kokonaisuus, joka ylläpitää Oulun alueen museo- ja tiedekeskustoimintaa. Opinnäytetyössä tutkittiin Oulun Luupin järjestämän Age of the Dinosaur -näyttelyn aluetaloudellisia vaikutuksia. Näyttely järjestettiin 2.5.–31.8.2014 välisellä ajalla Oulun Taidemuuseumissa. Age of the Dinosaur -näyttely oli Oulun Luupin ensimmäinen suuri näyttely.

Työn tavoitteena oli selvittää, kuinka paljon rahaa näyttelyssä käyvä henkilö käyttää alueelle. Työssä selvitettiin myös sitä, kuinka paljon Age of the Dinosaur -näyttely vaikutti siihen, että vastaaja matkusti Ouluun. Lisäksi otettiin selville, mistä vieraat saapuivat. Työssä käytettiin kvantitatiivista metodia ja tutkimus toteutettiin kyselynä. Kysely toteutettiin ajalla 24.6.–31.7.2014 ja siihen vastasi 335 henkilöä. Kyselypiste sijaitsi Age of the Dinosaur -näyttelyn kassan läheisyydessä.

Kyselyn vastauksista selvisi, että Oulun ulkopuolelta tulleiden henkilöiden rahan kokonaiskulutus vierailun aikana oli 7,6 miljoonaa euroa. Tulos on vertailukelpoinen muihin vastaaviin tutkimuksiin. Tuloksen luotettavuutta kuitenkin heikentää kyselyn pieni otanta. Ouluun matkustettiin Age of the Dinosaur -näyttelyn vuoksi aina Seinäjoelta ja Rovaniemeltä asti. Näyttelyn vuoksi tulleet henkilöt majoittuivat tavallista enemmän maksullisessa majoituksessa. Motivaatiosta löydettiin myös suurin kehityksen kohde Oulun Luupille. Jatkossa tulisi kehittää alueen palveluja niin että tiettyyn tapahtumaan saapunut vieras viipyisi matkalla pidempään kuin kyselyssä selvitetty 0-1 yötä.

Tutkimus onnistui hyvin. Tutkimuksessa saatiin selville tieto kokonaiskulutuksesta. Tämä tutkimus antaa hyvät perusluvut toimeksiantajalle tulevia näyttelyitä ja tapahtumia suunniteltaessa. Rahasummien laskemisen lisäksi kyselyn muiden osa-alueiden tutkiminen oli hyvin mielenkiintoista.

Tutkimusta voidaan käyttää myös vastaavien tutkimusten pohjana. Jatkotutkimuksissa kävijöitä voitaisiin luokitella, jotta saataisiin tarkempaa tietoa ja voitaisiin suunnitella näyttelyitä tarkemmin. Myös palveluiden jatkokehittäminen tulosten perusteella on tarpeellista.

Asiasanat: pohjoismainen malli, kyselytutkimus, tapahtumat, näyttelyt, taloudellinen vaikutus.

Degree Programme in Tourism

Author	Mikko Mäki	Year	2014
Supervisor(s)	Merja Koikkalainen		
Commissioned by	Oulun Luuppi		
Subject of thesis	Effects of Age of the Dinosaur -exhibition on Regional Economy		
Number of pages	30+14		

Commissioner of this project is Oulun Luuppi, which is owned by the town Oulu. Oulun Luuppi upholds museum and science centres in the Oulu area. This thesis project studied how the exhibition Age of the Dinosaur affected local economy. The exhibition took place 2 May – 31 August 2014 in Art Museum of Oulu. The exhibition Age of the Dinosaur was the first big exhibition of Oulun Luuppi.

The goal of this thesis was to find out how much money the exhibition visitors spent during their stay in Oulu. I also studied how much did the exhibition influenced their decision to travel to Oulu. Also I tried to find out how far away people came to Oulu. The quantitative method was used in this thesis. The research was carried out by using a survey. Enquiry was carried out 24 June – 31 July 2014. There were 335 respondents who filled out the questionnaire. There was collection point for the enquiry near the ticket office of the exhibition.

The results showed that people who came from outside of Oulu, spent about 7,6 million euros during their stay in the city. The result is comparable with other similar researches. The reliability of this research was weakened by the small sample size. People travelled to Oulu only for this exhibition all the way from Seinäjoki and Rovaniemi. Also people who came to Oulu because of this exhibition, stayed in paid accommodation. The people who came to Oulu only because of this exhibition, stayed only 0-1 night. Thus one of the main points of improvement is how to lengthen the visitors stay in Oulu.

Also, the total cost of visitors stay was found out in this study. This research gives good basic numbers for the commissioner to plan future exhibitions. Also the answers from the questionnaire should be used in developing their services.

This research can be used as a basis of similar researches. In further studies visitors could be divided in more specific categories, so the commissioner can plan their future exhibitions more precisely.

Key words: Scandinavian model, questionnaire study, events, exhibitions, economical impact

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY	3
2.1 OULUN LUUPPI.....	3
2.2 AGE OF THE DINOSAUR -NÄYTTELY.....	3
2.3 TAPAHTUMAT JA OULUN KAUPUNKI	4
3 TAPAHTUMAN TIETOPERUSTA.....	5
3.1 TAPAHTUMAT	5
3.2 TAPAHTUMAMATKAILU.....	6
3.3 KULTTUURIMATKAILU	7
3.4 AIEMMAT TUTKIMUKSET	8
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	9
4.1 TUTKIMUKSESSA KÄYTETTÄVÄT MENETELMÄT	9
4.2 POHJOISMAINEN MALLI	10
4.3 KYSELY	11
4.4 AINEISTON KERUU	11
5 KYSELYN TULOKSET JA NIIDEN ANALYSOINTI	15
5.1 VASTAAJIEN PERUSTIEDOT	15
5.2 MATKUSTUKSEN MOTIVAATIO JA NÄYTTelyn VAIKUTUS SIIHEN	16
5.3 MAJOITUS JA VIIPYMÄ.....	19
5.4 TIETOISUUS LUUPIN TOIMIPISTEISTÄ JA NÄYTTelyn ASIAKASPALAUTE	21
6 NÄYTTelyn ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET	24
6.1 LASKENTAMALLI	24
6.2 LASKENNAN TULOKSET.....	24
7 POHDINTA	26
7.1 TULOSTEN ANALYYSIÄ	26
7.2 VALIDITEETTI JA RELIABILITEETTI.....	27
7.3 TUTKIMUKSEN KEHITTÄMISKOHDAT.....	28
7.4 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT	28
7.5 ONNISTUMISET	29
LÄHTEET	30
LIITTEET	32

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena olivat Age of the Dinosaur -näyttelyn 2.5–31.8.2014 taloudelliset vaikutukset Oulun alueen elinkeinoelämään. Työn toimeksiantajana oli näyttelyn järjestäjä, Oulun museo- ja tiedekeskus Oulun Luuppi.

Aiheen valintaan vaikutti se, että olen tutustunut Luupin eri toimipisteisiin opintojeni aikana. Olen suorittanut perus- ja syventävän harjoittelun Pohjois-Pohjanmaan museossa, joka on osa Luuppia. Minulla on myös filosofian maisterin tutkinto Oulun yliopistosta, pääaineena historia, mistä johtuen olen kiinnostunut museomaailmasta. Lisäksi olen ollut kiinnostunut Oulun alueen matkailun kehittymisestä. Mielestäni on tärkeää tietää, millainen merkitys tällaisella näyttelyllä on alueelle.

Tutkimus tehtiin kyselyllä, joka oli esillä näyttelyn kävijöille 24.6–31.7.2014 välisenä aikana. Tarkoituksena oli saada mahdollisimman tarkka tieto rahasummista, joita näyttelyn kävijät käyttivät näyttelyyn ja kuluttivat Oulun alueella. Tutkimus on tärkeä oululaiselle matkailulle ja Luupille, sillä tutkimuksen tulosten perusteella toimeksiantaja voi perustella suurien ja kalliiden näyttelyiden tuomista Ouluun tulevaisuudessa.

Tutkimuksen tarkoitus oli myös selvittää tarkemmin, mistä asti näyttelyn asiakkaat olivat kotoisin ja missä määrin näyttely vaikutti heidän matkustamiseen. Tarkoitus oli myös selvittää, kuinka kauan näyttelyvieras viipyi Oulussa ja mikä oli hänen majoitusmuotonsa. Näissä kysymyksissä haluttiin myös vertailla sitä, miten vastaajan motivaatio vaikutti heidän vastauksiinsa. Tämän lisäksi Luuppi halusi kysyä asiakkailta, olivatko he vierailleet Luupin muissa toimipisteissä.

Tiivistettynä tärkeimmät tutkimuskysymykset ovat:

- Mikä on näyttelyn tuoma kokonaistulo Oulun alueelle?
- Miten dinonäyttely on vaikuttanut matkan kestoon ja majoitukseen?
- Kuinka tietoisia ihmiset ovat muista Luupin toimipisteistä?
- Mistä näyttelyyn tulevat asiakkaat ovat kotoisin?

Näiden tulosten perusteella oli tarkoitus toimittaa suuntaa-antavat tulokset toimeksiantajalle sekä etsiä mahdollisia kehitysehdotuksia vastaaviin näyttelyihin.

2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

2.1 Oulun Luuppi

Työn toimeksiantajana toimii Oulun Luuppi. Oulun museo- ja tiedekeskus Luuppi on Pohjois-Pohjanmaan museon, Oulun taidemuseon ja Tiedekeskus Tietomaan muodostama yhdeksän käyntikohteen kokonaisuus. Luuppiin kuuluvat myös Yli-lissä sijaitseva Kierikkikeskus, Turkansaaren ulkomuseo, Merimiehenkotimuseo Pikisaaressa ja Pateniemen sahan museo. (Oulun Luuppi 2014.)

Luuppi tarjoaa monipuolisia ja mielenkiintoisia näyttelyitä sekä tapahtumia yleisölle. Ydintoimintoihin kuuluvat lisäksi kokoelma- ja kulttuuriperintötyö. Luuppi tarjoaa myös asiantuntijapalveluita alueellisesti maakuntamuseona ja aluetaidemuseona. Näyttelytuotannoissa painotetaan elämyksellisyyttä, toiminnallisuutta ja vuorovaikutteisuutta. Näyttelyiden rinnalla työpajat, luennot ja asiantuntijatapaamiset ovat oleellinen osa toimintaa. (Oulun Luuppi 2014.)

2.2 Age of the Dinosaur -näyttely

Oulun Luupin asiakaspalvelupäällikön Anna-Riikka Hirvosen haastattelussa tuli esille, että Age of the Dinosaur -näyttely on Lontoolaisen British Natural History Museumin toteuttama kiertonäyttely. Kesän näyttely oli ensimmäinen kerta, kun museo on yhteistyössä pohjoissuomalaisen toimijan kanssa. Lisäksi kesän näyttely oli ensimmäinen kerta, jolloin dinonäyttely on lähetetty Ison-Britannian ulkopuolelle. (Hirvonen 2014.)

Dinonäyttelyn saaminen Ouluun on ollut haastava projekti, jota varten on tehty työtä vuodesta 2011 asti. Erityisesti sopimusteknilliset asiat ovat olleet todella tärkeässä roolissa. Näyttelysopimus museoiden välillä on 120 sivua pitkä. Näyttelyn valinta on ollut Luupin henkilökunnalle pitkään jo selvä, sillä dinosaurukset ovat olleet yleisön suuri suosikki uuden näyttelyn aiheeksi jo pitkään. Näyttelyn tarkoitus oli tuoda matkailijoita Ouluun lähialueiden ulkopuoleltakin. (Härö 2014.)

Hirvosen haastattelussa tuli ilmi myös, että Age of the Dinosaur -näyttely on Oulun Luupin ensimmäinen kunnan testi. Näyttely on niin suuri projekti, ettei sitä olisi voitu toteuttaa ilman tiivistä yhteistyötä museoiden ja Tietomaan välillä.

Tämän vuoksi näyttelyn yksi tärkeistä tehtävistä on testata miten näin isojen produktioiden järjestäminen onnistuu. (Hirvonen 2014.)

Age of the Dinosaur -näyttely koostui yli viidestäkymmenestä yksittäisestä näyttelykappaleesta. Näiden lisäksi oli yli tusina tunnusteltavaa kokeilukappaletta. Näyttely jakaantui kolmeen huoneeseen, joiden sisällöt vaihtelivat aikakauden mukaan. Liikkuvat robotit sisältävä huone oli näyttelyn vetonaula.

Luupin yksiköistä näyttelyn järjestää Tiedekeskus Tietomaa. Tietomaa on Suomen vanhin tiedekeskus. Se avattiin 29.6.1988 entisissä Åströmin nahkatehtaan rakennuksessa Oulun keskustassa. Tietomaahan tuli myös pohjoismaiden ensimmäisiä jättielokuvateattereita. (Tietomaa 2014.)

2.3 Tapahtumat ja Oulun kaupunki

Oulun kaupunki on omassa matkailustrategiassaan keskittynyt tapahtumien merkitykseen alueen matkailun kasvattamiseksi. Tapahtumien vetovoimaisuutta kansainvälisten matkailijoiden näkökulmasta kannattaa kehittää. Tapahtumien avulla voidaan saada matkailijoita Ouluun myös sesongin ulkopuolella. Oulun alueelle on tärkeää saada lisää matkailutuloja, parantaa kapasiteetin käyttöastetta majoituspalveluksissa, sekä lisätä yritysten kannattavuutta ja työllistämiskykyä. (Business Oulu 2014, 3–4.)

Strategiassa on eroteltu Oulun museot ja Tietomaa kehitettävänä vetovoimatekijöinä. Tuotteistuksessa tulisi enemmän nousta esille oululaisia perinteitä, kuten lohi, terva ja teknologia. (Business Oulu 2014, 4.)

3 TAPAHTUMAN TIETOPERUSTA

3.1 Tapahtumat

Tapahtumalla tarkoitetaan tekojen sarjoja, jotka tapahtuvat tietyn ajankohdan sisällä. Tapahtumaa ei voida enää myydä jälkikäteen, eikä varastoida. Tapahtumat ovat pitkälti samankaltaisia palveluiden kanssa, mutta tapahtumissa korostuu aineettomuus. Jokainen kävijä saa erilaisen kokemuksen irti tapahtumasta. Tämä johtaa siihen, että samasta tapahtumasta voidaan löytää monia erilaisia mielipiteitä. (Iiskola–Kesonen 2004, 16.)

Tapahtumasta tekee erityisen se, että se on kertaluontoinen tai harvoin järjestetty tilaisuus. Tämän lisäksi tapahtuma tuottaa arjesta poikkeavia kokemuksia. (Getz 2005, 15–16.) Shone ja Parry ovat omassa teoksessaan käyneet läpi tapahtumien peruskohtia. He ovat myös jakaneet tapahtumat neljään eri kategoriiaan: Vapaa-ajan tapahtumat, henkilökohtaiset tapahtumat, yhteisölliset tapahtumat sekä kulttuuritapahtumat.

Tapahtumien tyypillisiä tunnusmerkkejä Shonen ja Parryn mukaan ovat ainutlaatuisuus, tunnelma, palvelu ja sen vuorovaikutus (Shone & Parry 2004, 13–18). Mielestäni Age of the Dinosaur -näyttelyä voidaan pitää tapahtumana, sillä se on ainutlaatuinen monella tavalla. Sitä on mainostettu ja esitetty samalla tavalla, mitä suuria tapahtumia mainostetaan.

Museoiden työnkuvaan kuuluu kerätä ja käsitellä erilaisia dokumentaarisia materiaaleja liittyen esimerkiksi kulttuuriperintöön ja elämän kehitykseen. Museot mahdollistavat kokemuksen, jota kuvat ja lehdet eivät pysty luomaan. Näytteillä olevat asiat vaativat avautuakseen selityksen, jolloin asiayhteydestä tulee kokonainen. Voidaan sanoa, että näyttely on prosessi, jossa museo toimii tiedonsiirtäjänä ja näytteille olevan materiaalin kautta se kommunikoi katsojien kanssa (Heinonen & Lahti, 2001, 152; Hällström, 2011, 8–9.)

Age of the Dinosaur -näyttely voidaan luokitella kulttuuritapahtumaksi. Näyttely täyttää tapahtuman tunnusmerkit hyvin. Näyttely on suomalaisessa kulttuuri maailmassa ainutlaatuinen. Lisäksi näyttely on myös tunnelmaltaan erilainen. Oulun Taidemuseossa vallitsee yleensä perinteinen, hiljainen tunnelma. Dino-näyttelyssä pääkohderyhmänä olivat kuitenkin lapset ja heidän vanhempansa, minkä myötä museon tunnelma oli vilkkaampi. Dinonäyttelyyn palkattiin kasva-

tustieteen opiskelijoita rakentamaan lapsille tekemistä näyttelyyn oheen. Näyttelyssä oli paljon askartelua, työpajoja ja muuta lapsille suunnattua toimintaa.

Näyttelyn suunnittelu, rakentaminen ja purku oli usean vuoden projekti. Luupin henkilökuntaa kävi tutustumassa näyttelyyn syksyllä 2011, jolloin se oli esillä Lontoossa. Vuonna 2012 käytiin sopimusneuvottelut British Natural History Museumin kanssa ja haettiin erillisiä rahaa näyttelyä varten Oulun kaupunginhallitukselta. Samana vuonna Englannista käytiin tarkistamassa tulevan näyttelyn sijaintipaikka. Tässä vaiheessa Oulun Taidemuseo todettiin parhaaksi vaihtoehdoksi, suurten huoneiden ja hyvän ilmanvaihdon takia. (Hirvonen 2014.)

Näyttelyn toteutusta suunniteltiin monissa työryhmissä vuoden 2013 aikana ja talvella 2013-14 rekrytoitiin kesäoppaita. Näyttely rakennettiin huhtikuussa 2014. Pystyttämistä varten saapuivat ammattilaiset Natural History Museumista. Lisäksi viralliset kuriirit kuljettivat fossiilit henkilökohtaisesti paikan päälle. Näyttelyn avajaiset olivat 29.4.2014. Näyttelyn purku kesti noin kolme viikkoa syyskuussa 2014. (Hirvonen 2014.)

3.2 Tapahtumamatkailu

Tapahtumamatkailulla tarkoitetaan tapahtumien järjestämistä niin, että kohdealue saavuttaa kaikki taloudelliset hyödyt tapahtumasta markkinoinnin ja matkailualuekehityksen avulla. Tapahtumat lisäävät alueen mielenkiintoisuutta, mikä parhaimmillaan lisää turistien määrää kohdealueella. Organisoimalla onnistunut tapahtuma voi olla ainoita keinoja luoda alueelle matkailullista vetovoimaa ja samalla taloudellista kasvua. (Saarinen 2009, 6.)

Tapahtumamatkailu on jaettu neljään eri kategoriaan: Paikallinen tapahtuma, suurtapahtuma, Hallmark-tapahtuma sekä megatapahtuma (Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2008, 14).

Yleisimpiä tapahtumia ovat paikalliset tapahtumat, joiden tarkoitus on herättää lähialueen huomion. Suurtapahtumat ovat myös hyvin yleisiä, joilla haetaan yleisöä suuremmalta alueelta. Lisäksi näiden tapahtumien taloudelliset vaikutukset ovat hyvinkin suuret. Tapahtumista voi myös kehittyä Hallmark-tapahtumia, mikä tarkoittaa, että tapahtumasta tulee suosittu sekä jokavuotinen. (Allen ym. 2008, 14.)

Dinonäyttelyn tehtävänä oli olla juuri suur tapahtuma, joka houkutteli kävijöitä ympäri Suomen sekä myös muiden maiden lähialueilta. Näyttelyn tehtävä ei kuitenkaan ollut nousta Hallmark-tapahtumaksi, sillä sen toteuttaminen ei onnistunut joka vuosi. Kuitenkin dinonäyttelyn tavoitteena on luoda alku suurille tapahtumille Oulun alueella ja olla esimerkkinä näille tuleville tapahtumille.

Tapahtumilla on myös taloudellisia, sosiaalisia, poliittisia sekä ympäristö- ja kulttuurivaikutuksia kohdealueellaan. Tapahtumat voivat vaikuttaa parhaimmillaan turismin elpymiseen, pidentyneisiin matkailijoiden oleskeluihin, korkeampaan tuottavuuteen, lisääntyneisiin verotuloihin, aktiiviseen näkyvyyteen mediassa, laajeneviin liiketoimintamahdollisuuksiin sekä työpaikkojen kasvuun. (Allen ym. 2008, 31–32.)

Opinnäytetyössäni tutkin erityisesti taloudellisia vaikutuksia kohdealueellaan. Lisäksi selvitin sitä, miten näyttely on vaikuttanut kävijöiden vierailuun paikkakunnalla, vierailun keston ja kulutuksen kohteisiin.

3.3 Kulttuurimatkailu

Dinonäyttelyssä vieraileva kävijä voidaan myös lukea kulttuurimatkailijaksi. Kulttuurimatkailua on vaikea määrittää tarkasti, sillä on vaikea rajata sitä, mitkä kaikki asiat ovat kulttuuria. Kulttuurimatkailuun on jo pitkään juurtunut käsitys, että ainoastaan korkeakulttuuri on kulttuuria kuten museot, taidenäyttelyt ja arkkitehtuuri. Kuitenkin viime vuosina tilanne on muuttunut populaarikulttuurin nousun myötä. Ollaan tultu siihen tilanteeseen, että kulttuurimatkailuksi voidaan kutsua kaikkea kulttuuriin liittyvää matkailua. (Mikkonen, Pesonen & Taskinen 2008, 12.)

Kulttuurimatkailijaksi voidaan luokitella matkailijat, jotka ovat matkustaneet ensisijaisesti kulttuurin takia sekä ne henkilöt, joille kulttuuri on ollut toissijainen motiivi. Kulttuurimatkailijat voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään: kulttuurista motivoituneet, innostuneet ja kiinnostuneet matkailijat. (Mikkonen ym. 2008, 12–13.)

Suurin kulttuurimatkailijoiden ryhmistä on kulttuurista kiinnostuneet matkailijat. Nämä henkilöt ovat matkustaneet paikalle muista syistä, mutta löytävät tiensä kulttuurikohteeseen matkan aikana. Kulttuurista kiinnostuneet ihmiset toimivat yleensä hyvin spontaanisti kohteita valitessaan. (Mikkonen ym. 2008, 12–13.)

3.4 Aiemmat tutkimukset

Aluetaloudellisia tutkimuksia on tehty erilaisista tapahtumista. Marita Mustonen ja Noora Nuutinen Pohjois-Karjalan Ammattikorkeakoulusta tutkivat ampumahiihdon SM-kilpailujen taloudellisia vaikutuksia vuonna 2011. Heidän tutkimuksessaan yksi vieras kulutti keskimäärin 96,73 € matkansa aikana kaikkiin palveluihin. (Mustonen & Nuutinen 2011, 27.)

Vaasan Yliopistossa on tehty tutkimus museoiden taloudellisesta vaikuttavuudesta alueelle. Tutkimus oli valtakunnallinen ja se tehtiin vuoden 2013 aikana. Tutkimuksen lopputuloksena oli, että jokainen museovieras käytti keskimäärin 32,80 € matkaa kohden. (Piekkola, Suojanen & Vainio 2013, 54.)

Oulun kaupunki on teettänyt tutkimuksen kesän suurien tapahtumien taloudellisista vaikutuksista. Tapahtumat olivat Qstock, Jalometalli festivaali sekä ilmaki-taran MM-kilpailut. Tutkimus osoitti, että nämä tapahtumat tuovat Oulun kaupungille yhteensä 5,4 miljoonaa euroa. (Oulun kaupunki 2014.)

Opiskelujen aikana tehdyt vastaavat tutkimukset ovat toimineet pohjana tutkimuksessa. Aiempia tutkimuksia ja niiden tuloksia voitiin käyttää omassa työssäni apuna, mutta lopulta jokainen tutkimus on erilainen. Tutkimuksen etenemiseen ja tuloksiin vaikuttaa esimerkiksi tutkittavan kohteen kesto, vastaajien määrä ja ryhmät.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

4.1 Tutkimuksessa käytettävät menetelmät

Käytin työssäni kvantitatiivista tutkimusta, sillä käsittelin tutkimuksessa suurelta osin lukuja. Kvantitatiivista tutkimusta käytetään paljon sosiaali- ja yhteiskuntatieteissä. Kuitenkin tutkimuksen alkujuuret ovat luonnontieteissä. Keskeisimpiä asioita tutkimuksessa ovat johtopäätökset, teoriat, hypoteesin esittäminen, käsitteiden määrittely. Lisäksi tutkimuksessa on tärkeää suunnitella aineiston keruu hyvin, jotta havaintoaineisto soveltuu määrällisen, numeeriseen mittaamiseen. Koehenkilöiden valinta on tärkeää. Tulee määritellä perusjoukko, johon tulokset pätevät. Sitten otetaan tästä perusjoukosta otos. Tutkimuksen tulokset kerätään taulukkomuotoon ja päätelmien teko perustuu tilastolliseen analysointiin. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 135–136.)

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä oli tärkeä omassa työssäni, sillä tutkimuksen tärkeimpänä tehtävänä oli kerätä ja laskea Age of the Dinosaur -näyttelyn vieraiden kulutusta. Lisäksi kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä oli todettu hyväksi menetelmäksi omassa opintoihin liittyvissä aiemmissä tutkimuksissa.

Määrällisen tutkimuksen lisäksi käytän työssäni otantatutkimusta. Otantatutkimukseen päädytään kun tutkimuksen perusjoukko on liian suuri ja sen käsittely veisi liikaa aikaa ja rahaa. Otoksen tulee olla edustava pienoiskuva perusjoukosta, jotta tulokset olisivat luotettavia. Otoksessa tulee olla samoja ominaisuuksia samassa suhteessa, kuin perusjoukossa. (Heikkilä 2005, 35.)

Otannassa olennaista on satunnaistaminen. Otokseen tulevien yksiköiden tulee määräytyä sattumanvaraisesti. Oikeaan otantaan päätyminen on tärkeää tutkimuksessa, sillä väärä otanta voi vääristää koko tutkimuksen. Otantamenetelmistä tavallisimmat ovat yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen otanta, ositettu eli stratifioitu otanta, ryväsotanta eli klusteriotanta, sekä otanta otosyksikön koon mukaan. (Heikkilä 2005, 35–36.)

Tutkimukseni perusjoukkona toimii Age of the Dinosaur -näyttelyn kaikki kävijät, sekä osajoukkona muualta tulleet näyttelyyn tulleet kävijät. Vastaajajoukko on jaettu myös heidän matkansa motivaation perusteella, eli siihen, kuinka paljon dinonäyttely on vaikuttanut heidän Oulun matkaansa. Otantamenetelmänä toimii yksinkertainen satunnaisotanta, joka on tehty kyselyllä 23.6–31.7.2014 väli-

senä aikana. Age of the Dinosaur -näyttelyssä kävi kyselyn aikana 16 387 kävijää. Otantatavoitteeksi asetettiin 300 vastaajaa, sillä tämä määrä katsottiin sopivaksi yksinään tehtävään työhön. Suurempi otanta olisi vaatinut huomattavasti enemmän resursseja.

4.2 Pohjoismainen malli

Matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia on tutkittu Pohjoismainen malli nimisellä metodilla. Malli on niin sanottu ex-post-vaikutusanalyysimalli. Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksen kuvaamisen arvioinnin kautta edetään kyseessä olevan alueen matkailun taloudellisen merkityksen hahmottamiseen. Pohjoismainen malli jakautuu tulo- ja menomenetelmiin. Tulomenetelmä keskittyy alueen yritysten ja palveluiden hyötyjen kartoittamiseen. Tämä tapahtuu kyselyiden ja tutkimusten avulla. (Kauppila 2001, 7–8.)

Omassa tutkimuksessa keskityin enemmän Pohjoismaisen mallin menomenetelmään. Menomenetelmässä tutkimus tapahtuu matkailijoille esitettyinä kysymyksinä, joiden avulla yritetään saada selville heidän alueelle tuomia rah summia (Kauppila 2001, 14–15).

Tulomenetelmän avulla voidaan keskittyä välittömiin ja välillisiin vaikutuksiin alueen taloudelle. Menomenetelmä pysyy pelkästään välittömiin tulovaikutuksiin. (Kauppila 2001, 15.) Tutkimuksessani keskityin matkailijoiden alueelle tuomiin välittömiin vaikutuksiin. En lähtenyt tutkimaan välillisiä kuluja resurssien puutteesta johtuen. Välillisten kulujen tutkimisessa olisi ehkä aihetta toiselle työlle.

Matkailun välittömät tulo- ja työllisyysvaikutukset syntyvät matkailijan rahankäytöstä alueen yrityksiin ja palveluihin sekä yritysten palkatessa työvoimaa matkailijoiden tarpeisiin. Välilliset vaikutukset tulevat siitä, kun yritykset joutuvat ostamaan lisää tavaroita ja palveluita muilta yrityksiltä. Nämä yhdessä johtavat myös siihen, että työntekijät kuluttavat palkkarahojaan ja maksavat veroja alueelle. (Mikkonen ym. 2008, 15.)

Pohjoismaista mallia on kritisoitu siitä, että se on liian riippuvainen yhdestä sidosryhmästä, jonka vastaukset voivat vääristää koko tutkimuksen. Tämän myötä pohjoismaista mallia käytettäessä keskitytään joko tulo- tai menovaikutusmalliin. (Mikkonen ym. 2008, 15.)

4.3 Kysely

Kysely tunnetaan survey-tutkimuksen keskeisenä menetelmänä. Kyselyn aineisto käsitellään yleensä kvantitatiivisella menetelmällä. Tutkimusta suunniteltaessa on tarpeellista pohtia, milloin kohdehenkilöiden olisi saatava toimia vapaasti, milloin taas on taloudellista ja järkevää käyttää strukturoidumpia aineiston keruun muotoja. (Hirsjärvi ym. 2007, 188–189.)

Kyselytutkimuksen etuna pidetään sitä, että sen avulla voidaan kerätä hyvinkin laaja aineisto. Menetelmä on tehokas, koska se säästää tutkijan aikaa ja vaivaa. Hyvin suunniteltu kysely voidaan myös käsitellä nopeasti tallennettuun muotoon. Kyselyihin liittyy myös heikkouksia. Yleisin heikkous on se, että aineistoa pidetään pinnallisena ja vaatimattomina. Kyselyssä ei voida olla varmoja, kuinka hyvin ihmiset paneutuvat kyselyyn vastaamiseen. Ei voida myöskään tietää, ovatko vastaajat ymmärtäneet vastausvaihtoehdot tutkimuksen tekijän haluamalla tavalla. (Hirsjärvi ym. 2007, 190.)

Valitsin kyselyn työni keruumenetelmäksi, koska sen avulla saadaan helpon kerättyä valittu otanta täyteen. Kysely toimi myös ilman jatkuvaa valvontaa. Lomakkeen pitää olla helposti ymmärrettävissä vastaajalle. Lisäksi olen käyttänyt kyselyä menetelmänä aiemmilla kursseillani.

4.4 Aineiston keruu

Tutkimuksen kyselylomake koostui 11 eri kohdasta (Liite 1). Kysymykset 1-2 olivat henkilön perustietoja koskevia kysymyksiä. Kysymys 3 oli työn otannan kannalta tärkeimpiä kysymyksiä, kun kysyttiin vastaajan kotipaikkaa. Tässä jaoteltiin ihmiset Oulun ja Oulun ulkopuolella asuviin. Oululaiset vastaajat pystyivät siirtymään tästä kohdasta kohtaan 8.

Kysymykset 4 ja 5 selvittivät vastaajan motivaatiota matkustaa Ouluun ja sitä, mikä merkitys Age of the Dinosaur -näyttelyllä oli valinnassa. Tämä kysymys muodostui tärkeäksi, kun laskettiin saavutettuja tuloksia. Täysin dinonäyttelyn takia Ouluun tulleiden vastaajien rahasummat laskettiin kokonaan, kun taas osittain tulleiden rahasummat puolitettiin. Tällä lailla saadaan laskettua todennukaisesti se, kuinka paljon dinonäyttely toi rahaa alueelle.

Kysymykset 6 ja 7 keskittyivät vastaajan majoitukseen sekä matkan kestoon. Tämäkin kysymys oli tärkeä laskennan kannalta, sillä näiden lukujen avulla voi-

tiin laskea kolmen eri ryhmän kulutus alueella: maksulliset majoittajat, maksuttomat majoittajat sekä päiväkävijät. Näissä kysymyksissä vastaajat oli jaoteltu matkustusmotivaation mukaan. Tällöin saadaan selville, kuinka pitkään esimerkiksi täysin dinonäyttelyn takia tullut vastaaja viipyi Oulussa.

Kysymys 8:n tarkoituksena oli selvittää sitä, missä Luupin toimipisteillä vastaaja oli vierailut. Tästä kysymyksestä voitiin analysoida sitä, kuinka tunnettuja Luupin toimipisteet ovat Oulussa ja sen ulkopuolella.

Kysymys 9 oli kyselyn tärkein kysymys. Tässä kysymyksessä vastaaja arvioi yhden henkilön rahankäyttöä yhden vuorokauden aikana matkansa aikana. Rahankäytön kohteet jaoteltiin seitsemään eri kategoriaan. Tämän kysymyksen rahasummat toimivat selkärankana koko tutkimukselle.

Kysymykset 10 ja 11 olivat yleinen palaute, sekä henkilötietojen ilmoittaminen arvontaa varten.

Kysely toteutettiin sekä suomeksi, että englanniksi. Kyselyä testattiin Luupin toimipisteen Pohjois-Pohjanmaan museon työntekijöillä, jotka antoivat etenkin kieliopillisia neuvoja kyselylomakkeeseen. Museon työntekijät auttoivat myös englanninkielisen version tekemisessä.

Aineiston keruu tapahtui kyselypaikan avulla, joka sijoitettiin aivan Age of the Dinosaur -näyttelyn lipunmyynnin läheisyyteen (Kuvio 1).



Kuvio 1, Kyselypiste sijaitsi näyttelyn lipunmyynnin läheisyydessä.

Kyselytutkimuksen suunnitteluun kuului tietysti myös henkilökohtainen tutustuminen dinonäyttelyyn Oulun Taidemuseossa ja keskustelut henkilökunnan kanssa mahdollisista kyselypisteen sijoituspaikoista ja resursseista. Ainoan kyselypisteen paikka oli lippukassan läheisyydessä, sillä vastaajien kontrollointi oli täällä helpointa. Lisäksi lähes kaikki Taidemuseon asiakkaat olivat paikalla juuri dinonäyttelyä varten.

Kyselylomakkeet printattiin ja nidottiin taidemuseolla. Yhteistyö dinonäyttelyn henkilökunnan kanssa oli tiivistä ja se toimi sujuvasti. He tekivät kyselyyni julisteen, joka sijoitettiin kyselypisteen viereen (Kuvio 2).



Kuvio 2, Kyselyn mainos sijaitsi kyselypisteen läheisyydessä.

Kyselyn pääpalkinnoksi toimeksiantaja antoi kahden hengen hotelliviikonlopun missä tahansa Sokos-hotellissa. Lisäksi arvottiin neljä pienempää palkintoa, jotka olivat ainutlaatuisia dinosaurusleluja.

Kysely alkoi tiistaina 24.6.2014. Ennen sitä pidin palaverin näyttelyn henkilökunnalle, missä esittelin kyselyn pääkohdat ja mahdolliset ongelmat. Tähän palaveriin eivät aivan kaikki pystyneet osallistumaan, mutta paikalla olijat välittivät ohjeet poissa oleville. Näyttelyn henkilökunta osasi täten esitellä asiakkaille kyselyn ja mahdollisesti auttaa vastauksissa.

Kysely päättyi 31.7.2014. Kysely sujui hyvin, eikä suurempia valituksia tullut. Palkinnot arvottiin vetämällä vastauskasasta viisi voittajaa. Vastaukset kirjattiin yksitellen Webropol-ohjelmaan, mitä tutkimuksessa käytettiin tulosten analysointiin. Kyselyn viimeisenä päivänä museon henkilökunnan edustaja arpoi pääpalkinnon sekä neljän pienemmän palkinnon voittajat. Voittajille ilmoitettiin henkilökohtaisesti.

5 KYSELYN TULOKSET JA NIIDEN ANALYSOINTI

5.1 Vastajien perustiedot

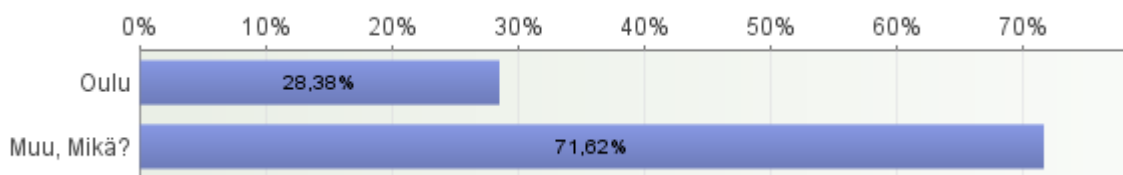
Kyselyyn vastasi 335 henkilöä. Näistä vastauksista hylkäsin 32 kappaletta, sillä vastaajat eivät olleet ilmoittaneet kuin osoitetietonsa arvontaa varten, eivätkä siis olleet vastanneet itse kyselyyn. Lopulliseksi otannaksi tuli siis 303 henkilöä.

Kyselyn ensimmäisten kysymysten tarkoitus oli selvittää vastaajan perustiedot, eli sukupuoli ja ikä. Näihin kysymyksiin vastasivat kaikki kyselyyn vastanneista. Vastausten perusteella voitiin päätellä, että dinonäyttelyn kyselyn suurin kävijäryhmä olivat 31–40 vuotiaat naiset (43 %). Tämä oli helposti selitettävissä sillä, että näyttelyn yksi suurista kohderyhmistä olivat lapset, joiden vanhemmat olivat olleet kyselyn suurin vastaajaryhmä. Alle 30-vuotiaitten henkilöiden määrä oli kohtuullisen alhainen (21 %). Ehkä nuoret aikuiset eivät tulleet näyttelyyn, jollei heillä ollut lapsia mukanaan. Samaa voidaan sanoa myös yli 50-vuotiaista kävijöistä (11 %). Dinosaurukset eivät varmaankaan ole heidän kiinnostuksen kohteenaan.

Onkin tärkeää miettiä tulevia näyttelyitä suunniteltaessa, miten kävijöitä saataisiin näyttelyyn muuten kuin lasten tai lastenlasten kanssa. Kuitenkin lasten kiinnostus näyttelyihin tulisi saada säilymään.

Seuraava kysymys asuinpaikasta oli pakollinen kyselyyn vastanneille (Kuvio 3). Yli 2/3 osaa kyselyyn vastanneista oli Oulun ulkopuolelta. Ouluun tultiin eri puolilta Suomea. Olen jaotellut myös vastaajien asuinpaikkoja sen mukaan, miten dinonäyttely vaikutti heidän matkaansa.

Asuinpaikkakysymyksen perusteella tuli esille mielenkiintoinen tilanne, sillä vastaukset olivat yhtä lukuun ottamatta Suomesta. Tämä johtui pitkälti siitä, että kyselyä ei mainostettu erityisesti englanninkielellä, vaikka vastauslomaketta oli myös englanniksi. Vastaukset antoivat kuitenkin hyvin kattavan kuvan kyselyihin vastanneiden asuinpaikoista. Lisäksi näyttelyn asiakaspalvelun havaintojen mukaan suuri osa kävijöistä oli tullut Oulun lähialueilta, mutta tästä ei ole konkreettista näyttöä, sillä toimeksiantaja ei itse kysellyt kävijöiden asuinpaikkatietoja.



Kuvio 3, Vastaajan asuinpaikka (N=303)

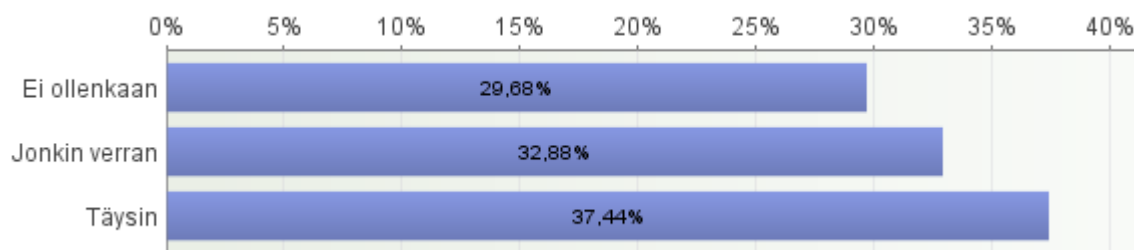
5.2 Matkustuksen motivaatio ja näyttelyn vaikutus siihen

Tämän kysymyksen tarkoitus oli yleisesti tiedustella vastaajalta, mikä oli vastaajan syy saapua Ouluun. Alla olevassa taulukossa 1 olen lisäksi jaotellut vastaukset sen mukaan, mikä oli dinosaurusnäyttelyn merkitys heidän matkassaan. Tässä kysymyksessä huomasin, että näyttelyn takia Ouluun tulleet vastaajat ovat olleet suurelta osin lomalla paikkakunnalla. Näyttelyn merkityksen pienentyessä voitiin huomata sukulaisten merkityksen kasvavan motivoivana tekijänä. Vastaajat olivat tulleet sukulaisiin Ouluun ja sitten vasta päättäneet tulla käymään dinonäyttelyssä.

Taulukko 1, Matkustuksen syy

	Matkustuksesi syy?		
	Missä määrin Age of the Dinosaur -näyttely vaikutti Ouluun saapumiseen?		
	Ei ollenkaan (N=61)	Jonkin verran (N=71)	Täysin (N=81)
Loma	54 %	69 %	78 %
Työ	2 %	0 %	0 %
Sukulaiset	43 %	28 %	10 %
Muu, Mikä?	2 %	3 %	12 %

Seuraava kuvaaja 5 näyttää prosentteina sen, missä määrin Age of the Dinosaur -näyttely vaikutti vastaajan Oulun matkaan. Luvut ovat keskenään samankaltaiset. Kuitenkin, jos täysin ja jonkin verran dinonäyttelyn takia Ouluun tulleet lisätään yhteen, saadaan enemmistö (70 %). Tästä johtopäätöksenä voidaan sanoa, että suuri osa kyselyyn vastanneista tuli ainakin osittain Ouluun juuri dinonäyttelyn vuoksi. Dinonäyttelystä riippumattomien kävijöiden määrä jäi vähemmistöön.



Kuvio 4. Age of the Dinosaur -näyttelyn merkitys Oulun matkaan (N=219)

Seuraavassa on taulukko 2, johon on kirjattu kaikki paikkakunnat, mitä kyselyyn vastaajat ovat kirjanneet kotipaikakseen. Nämä paikkakunnat on jaoteltu sen, mukaan kuinka dinonäyttely vaikutti heidän matkustuspäätökseen. Tämän taulukon tarkoitus on hahmotella maantieteellistä rajaa sille, kuinka kaukaa näyttelyn vuoksi Ouluun matkustettiin. Rajan huomaamiseksi taulukkoon on merkattu paikkakunnan nimen jälkeen sulkuihin sen etäisyys Oulusta. Paikkakunnat on järjestetty etäisyyden mukaan.

Taulukossa on merkattu tähdellä ne paikkakunnat, josta ei ollut kuin yksi vastaaja. Ei voida sanoa, että Kirkkonummelta tultiin täysin dinonäyttelyn takia, jos ainoa paikkakunnalta tullut vastaaja on tullut täysin näyttelyn takia. Paikkakunnat on luokiteltu sen mukaan, mikä vastausvaihtoehdoista on ollut enemmistönä. Esimerkiksi Helsingistä oli 15 vastausta, joista yksi oli täysin ja yksi osittain dinonäyttelyn takia Ouluun saapunut. Kuitenkin loput vastaajat Helsingistä eivät olleet tulleet lainkaan dinonäyttelyn vuoksi. Täten Helsinki on merkattu ei lainkaan osioon.

Taulukko 2, Kävijöiden kotipaikkakunnat.

	Kävijöiden kotipaikkakunnat	
Täysin dinonäyttelyn takia	Osittain dinonäyttelyn takia	Ei ollenkaan dinonäyttelyn takia
Kempele (18 km) Haukipudas (25 km) Raahe (78 km) Pudasjärvi (87 km) Oulainen (104 km) Pyhäjoki (104 km) Kemi (107 km) Ylivieska (132 km) Nivala (153 km) Pyhäjärvi (174 km) Reisjärvi (193 km) Kokkola (202 km) Iisalmi (205 km) Kuusamo (215 km) Rovaniemi (221 km) Siilinjärvi (268 km) Mustasaari (319 km) Vaasa (322 km) Seinäjoki (327 km) Jyväskylä (342 km) Varkaus (364 km) Kittilä (372 km) Joensuu (395 km) Pori (512 km) Kouvola (533 km)	Muhos (36 km) Tyrnävä (42 km) Haapavesi (126 km) Kajaani (184 km) Sotkamo (207 km) Nurmes (277 km) Kuopio (290 km) Jalasjärvi (364 km) Vantaa (598 km) Turku (650 km)	Hailuoto (56 km) Tornio (132 km) Pietarsaari (240 km) Tampere (490 km) Hyvinkää (577 km) Hamina (582 km) Helsinki (610 km) Vihti (616 km) Espoo (623 km)
Laihia (324 km)* Maalahti (346 km)* Tohmajärvi (453 km)* Kangasala (484 km)* Lavia (491 km)* Pirkkala (505 km)* Sipoo (590 km)* Kirkkonummi (641 km)* Karjaa (669 km)*	Lumijoki (43 km)* Kalajoki (135 km)* Taivalkoski (153 km)* Sievi (154 km)* Maaninka (261 km)* Muurame (357 km)* Jäppilä (369 km)* Mikkeli (450 km)* Lempäälä (511 km)* Valkeakoski (524 km)* Järvenpää (574 km)* Kaarina (660 km)* Haaparanta (SWE)*	Liminka (32 km)* Tervola (155 km)* Kaustinen (216 km)* Kuhmo (260 km)* Pieksämäki (379 km)* Närpiö (404 km)* Rauma (563 km)* Utsjoki (646 km)* Abu Dhabi (UAE)* Harstad (NOR)*

Taulukosta voidaan huomata kuitenkin selkeät rajalinjat motivaatioiden välillä. Täysin dinonäyttelyn vuoksi Ouluun matkustaneet ovat olleet yleensä lähialueilta. Pohjanmaa kokonaisuudessaan, Etelä-Lappi sekä Pohjois-Savo ovat hyvin edustettuna. Kouvola oli kaukaisin paikkakunta, josta tultiin täysin dinonäyttelyn takia.

Osittain näyttelyyn tulleiden vastaajien paikkakunnissa tulee esille jo hyvinkin kaukana olevia paikkoja, kuten Turku ja Vantaa. Lisäksi idän kaksi isoa kaupunkia, Kajaani ja Kuopio, kuuluvat tähän ryhmään. Tässä voidaankin miettiä, miten näyttelyn markkinointi on onnistunut tällä alueella. Kuitenkin alueelta on suhteellisen hyvät yhteydet Ouluun.

Ei lainkaan näyttelyn takia tulleet vastaajat jakautuvat rannikoille ja pääkaupunkiseudulle. Helsingistä oli suurin määrä vastaajia, mutta heistä lähes kaikilla olivat matkustukseen muut syyt kuin dinonäyttely. Tämä on ymmärrettävää, sillä Helsingistä on rahallisesti ja ajallisesti pitkä matka tulla Ouluun pelkästään dinonäyttelyn vuoksi. Vaikka lentoliikenne on nopeuttanut kaupunkien välistä liikumista, on matka hyvin pitkä lapsiperheille, jotka olivat näyttelyn suurin kohde-ryhmä.

Kun otettiin huomioon aiemmin esille tulleet matkustuksen motivaatiot, voitiin huomata, että kauempaa tulleet ihmiset olivat tulleet Ouluun sukuloimaan tai muuten vain lomalle ja olivat sitten käyneet Oulussa dinonäyttelyssä. Kyselyssä ei tullut esille, olivatko he tienneet näyttelyn olemassaolosta jo ennen matkaa vai olivatko he tulleet näyttelyyn sattumanvaraisesti.

5.3 Majoitus ja viipymä

Seuraavat taulukot koskevat Age of the Dinosaur -näyttelyn kävijöiden majoitustyyppiä sekä matkan kestoa. Alla olevan taulukon 3 mukaan esille nousee selkeä ero vastaajien, jotka eivät tulleet dinonäyttelyn takia, ja muiden vastaajien välillä. Kävijät, jotka eivät tulleet dinonäyttelyn takia Ouluun, viihtyivät huomattavasti enemmän maksuttomissa majoituksissa. Tämä tuli esille jo aiemmassa kysymyksessä matkustuksen syystä. Moni dinoista riippumatta matkan tehnyt vastaaja oli siis viipynyt sukulaisten luona ja täten maksuttomassa majoituksessa. Dinonäyttelyn takia Ouluun tulleista lähes puolet oli yöpynyt maksullisessa majoituksessa. Tässä näkyy se, että dinosaurukset ovat olleet heidän matkan pääkohde.

Taulukko 3, Majoitusmuoto matkan aikana (N=210)

	Missä majoitut matkasi aikana?		
	Missä määrin Age of the Dinosaur -näyttely vaikutti Ouluun saapumiseen?		
	Ei ollenkaan (N=61)	Jonkin verran (N=68)	Täysin (N=81)
Maksullinen majoitus	31 %	46 %	44 %
Maksuton majoitus	54 %	29 %	11 %
Olen päiväkävijä	15 %	25 %	44 %

Seuraavassa taulukossa 4 nähdään vastaajien matkojen pituudet jaoteltuna Age of the Dinosaur -näyttelyn vaikutuksesta matkustukseen. Täysin näyttelyn takia Ouluun matkustaneet ovat olleet usein päiväkävijöitä (44 %). Yöpyneistä ihmisistä moni on viipynyt vain 1-2 yötä (47 %). Jonkin verran näyttelyn takia tulleet ovat viipyneet hieman kauemmin, mikä saattaa johtua siitä, että nämä henkilöt ovat Oulun reissun aikana tehneet muutakin, kuin käyneet näyttelyssä. Myös osittain dinojen takia Ouluun tulleet ovat viipyneet Oulussa keskimäärin noin 1-2 yötä (61 %). Selkein ero tulee, kun katsotaan vastaajia, jotka eivät ole tulleet Ouluun dinonäyttelyn vuoksi. Näistä suurin osa on viipynyt matkallaan yli 5 yötä (25 %).

Taulukko 4, Viipymän pituus (N=211)

	Viipymän pituus		
	Missä määrin Age of the Dinosaur -näyttely vaikutti Ouluun saapumiseen?		
	Ei ollenkaan (N=59)	Jonkin verran (N=71)	Täysin (N=81)
1 yötä	15 %	31 %	32 %
2 yötä	14 %	28 %	15 %
3 yötä	15 %	7 %	5 %
4 yötä	15 %	6 %	1 %
5 yötä tai enemmän	25 %	4 %	2 %
Päiväkävijä	15 %	24 %	44 %

Näiden taulukoiden esittämistä luvuista voidaan huomata, että Age of the Dinosaur -näyttelyn vuoksi Ouluun tulleet henkilöt eivät ole viipyneet kaupungissa kauaa. On hyvin tärkeää, että nämä matkailijat saataisiin pysymään kaupungissa pidempään. Tässä tarvitaan tehokasta markkinointia, sekä yhteistyötä alueen yritysten välillä. Tulevaisuudessa vastaavissa tapahtumissa tärkeintä olisi, että tapahtuma itsessään toimisi houkuttimena tulla alueelle. Markkinoinnin pitäisi tavoittaa vierailijat jo ennen vierailua, jotta he voisivat suunnitella matkalleen muutakin, kuin yhden ison näyttelyn tai tapahtuman. Tämän lisäksi majoi- tuspaikkojen tulisi mainostaa alueen eri palveluja, jotka vieraita voisivat kiinnos- ta.

5.4 Tietoisuus Luupin toimipisteistä ja näyttelyn asiakaspalaute

Tämän kysymyksen tarkoituksena oli kartoittaa sitä, kuinka hyvin Age of the Dinosaur -näyttelyn kävijät tiesivät Luupin muista toimipisteistä. Alla olevassa taulukossa 5 olen verrannut oululaisten vastauksia muualta tulleiden vastauk- siin. Kysymykseen vastasi suuri osa (N=240) kyselyyn vastanneista henkilöistä.

Taulukko 5, Luupin toimipisteet (N=240)

	Kotipaikka	
	Oulu (N=84)	Muu, Mikä? (N=156)
Tiedekeskus Tietomaa	89 %	83 %
Pohjois-Pohjanmaan museo	64 %	21 %
Oulun Taidemuseo	77 %	57 %
Kierikkikeskus	37 %	15 %
Turkansaaren ulkomuseo	60 %	20 %
Merimiehenkotimuseo	27 %	6 %
Pateniemen sahan museo	14 %	1 %

Taulukosta voidaan huomata, että suuri osa vastaajista oli käynyt Tietomaassa. (89 %). Oletan, että muualta tulleet ovat olettaneet dinonäyttelyn sijaitsevan Tietomaassa, sillä Oulun Taidemuseo on saanut huomattavan vähän vastauk- sia muualta tulleilta. Tietenkin voi olla kyseessä, että ihmiset ovat vierailleet ai- emmillä Oulun matkoillaan Tietomaassa.

Jos ei oteta huomioon Tietomaata eikä Taidemuseota, ovat luvut aika pieniä. Vain pieni osa muualta tulleista oli käynyt Luupin muissa palveluissa. Erityisesti Pohjois-Pohjanmaan museon pieni kävijämäärä herättää huomiota. Museo sijaitsee kuitenkin hyvin lähellä Tietomaata ja Taidemuseota. Toivottavasti nämä vastaajat ovatkin menneet museoon dinonäyttelyn jälkeen.

Juuri näillä Luupin muilla kohteilla on mahdollisuus pidentää muualta tulevan matkailijan matkan kestoa. Suuren näyttelyn tai tapahtuman toimiessa houkuttimena voidaan Luupin muiden kohteiden ympärille rakentaa ohjelmaa useammalle päivälle. Tämä vaatii huomattavaa panostusta markkinointiin ja mahdollisesti liikenneyhteyksien parantamiseen. Erityisesti Kierikkikeskus Yli-Kiimingissä olisi varmasti kiinnostava kohde muualta tuleville matkailijoille. Matka keskukseen tulisi sujua vaivattomasti.

Mielestäni Luupin asiakaspalvelun henkilökunnan tulisi osata kertoa edustavasti muiden toimipisteiden sisällöstä ja sijainneista. Kassahenkilö yhdessä näyttelyssä voisi antaa kiinnostavan kuvan toisesta toimipisteestä asiakkaalle. Uskon tilanteen parantuvan ajan myötä, kun Luupin sisällä eri toimipisteet tutustuvat toistensa toimintaan paremmin.

Kyselyn lopussa oli avoin kohta, jossa voi antaa asiakaspalautetta Age of the Dinosaur -näyttelyn järjestäneelle Luupille. Palautetta tuli kaiken kaikkiaan 120 kappaletta. Näyttely oli herättänyt ennen sen alkamista jo keskustelua oululaisessa taideympäristössä, sillä kaikki eivät hyväksyneet sitä, että näyttely sijoitettaisiin taidemuseoon. Muun muassa tämän vuoksi oli tärkeitä saada selville ihmisten mielipiteitä näyttelystä. Näyttelyssä ei ollut erityisiä asiakaspalauttejärjestelmiä, joten tämän kyselyn palautteet ovat tärkeitä, kun näyttelyn lopputuloksia pohditaan.

Palautteista 27 oli negatiivista ja 93 positiivista. Negatiiviset palautteet olivat yleensä pidempiä ja tarkempia kuin positiiviset. Positiivisissa palautteissa kiiteltiin ja keuhuttiin näyttelyä. Lisäksi asiakaspalvelu sai monta kehua vastaajilta.

Negatiivisissa palautteissa esille nousi eniten näyttelyn hinta ja sen koko. Moni negatiivisen palautteen jättänyt henkilö piti näyttelyn pääsymaksua liian korkeana ja näyttelyn sisältöä liian suppeana. Toinen merkittävä kritiikin kohde oli näyttelyn sijainti Taidemuseossa. Monet ihmiset olisivat halunneet näyttelyn

Tietomaahan. Näiden joukossa oli luultavasti oululaisia vastaajia, sillä asia on tullut esille paikallisten lehtien mielipidepalstoilla ja internetin keskustelupalstoilla.

Nämä asiakaspalautteet voidaan ottaa huomioon tulevia näyttelyjä ja tapahtumia suunniteltaessa. Kuitenkin positiivista palautetta tuli huomattavasti enemmän kuin negatiivista.

6 NÄYTTelyn ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

6.1 Laskentamalli

Laskentamallissa auttoi Lapin yliopiston yhteiskuntatieteiden tiedekunnan hankesuunnittelija Pasi Satokangas, joka antoi sähköpostin välityksellä esimerkkejä laskentatavoista samankaltaisissa tutkimuksissa. Pasi Satokangas oli aiemmissa tutkimuksissa myös laskentamallien yhteyshenkilönä. Tutkimukseen avuksi Pasi Satokangas antoi laskentamallin, jossa tutkittiin Pyhän ja Luoston musiikkitapahtumien taloudellisia vaikutuksia. (Satokangas 2014.) Tätä laskentamallia käytettiin pohjana tutkimuksen laskentamallia muodostettaessa.

Laskennassa selvitettiin aluksi se, kuinka moni kävijä tuli Ouluun täysin tai jonkin verran dinonäyttelyn vuoksi. Osittain dinonäyttelyn takia tulleiden henkilöiden lukumäärä puolitettiin. Tulokseksi saatu lukumäärä jaettiin sen mukaan, missä majoitustyyppissä henkilöt olivat olleet (maksullinen, maksuton ja päiväkävijä).

Tämän jälkeen Webropol ohjelmasta otettiin eri näiden majoitusryhmien kulutuksen keskiarvot, sekä näiden ryhmien keskimääräinen viipymä. Näiden lukujen avulla saatiin kertomalla jokaisen ryhmän kokonaiskulutus. Ryhmien kulut yhteen laskettuna saatiin lopullinen kokonaiskulutus henkilöille, jotka tulivat Ouluun dinonäyttelyn vuoksi.

Lopuksi laskettiin myös oululaisten kävijöiden kulutus, jota ei kuitenkaan laskettu mukaan kokonaiskulutukseen, sillä he eivät saapuneet Ouluun dinonäyttelyn vuoksi.

6.2 Laskennan tulokset

Laskennan eteneminen ja tarkemmat tulokset on esitelty liitteessä (Liite 2). Tuloksista erottui selkeästi, että eniten rahaa kuluttivat täysin dinonäyttelyn takia Ouluun tulleet matkailijat. He kuluttivat rahaa eniten näyttelyyn, ravintoloihin ja kauppoihin. Lisäksi he majoittuivat usein maksullisessa majoituksessa.

Kokonaiskulutusta varten laskettiin motivoituneiden henkilöiden määrä näyttelyn kävijöistä. Tämä luku oli 20 710 kävijää. Nämä henkilöt olivat tulleet Ouluun täysin tai osittain dinonäyttelyn takia. Tämän ryhmän kokonaiskulutus oli 7 604 879,62 €. Tämän verran kuluttivat siis täysin ja jonkin verran dinonäytte-

lyn vuoksi Ouluun tulleet vastaajat. Luku on huomattavan suuri ja siihen pitää suhtautua kriittisesti pienen otannan ja kyselyn aikana havaittujen ongelmien takia. Kuitenkin tulos on suuntaa-antava tulevia näyttelyitä ja tapahtumia silmällä pitäen.

7 POHDINTA

7.1 Tulosten analyysiä

Age of the Dinosaur -näyttely oli haaste Luupille ja tämä tutkimus toimi yhtenä palautejärjestelmän osana. Tutkimuksen avulla saatiin selville esimerkiksi dinonäyttelyssä käyneiden ihmisten motivaatiot ja kulutus. Tämän tutkimuksen tuloksia voidaan käyttää, kun suunnitellaan tulevia näyttelyitä ja tapahtumia.

Tässä tutkimuksessa suuri osa vastaajista tuli ainakin osittain Ouluun juuri dinonäyttelyn takia. Motivaatio näkyi siinä, kuinka kaukaa dinonäyttelyyn tultiin. Täysin dinonäyttelyn takia tulleet kävijät saapuivat Oulun lähialueilta, Pohjanmaalta ja Etelä-Lapista. Mitä kauempaa Ouluun tultiin, sitä pienempi merkitys dinonäyttelyllä oli matkaan.

Dinonäyttelyn takia Ouluun saapuneet matkailijat majoittuivat yleensä maksullisessa majoituksessa. Dinonäyttelyn takia Ouluun tulleet kävijät olivat yleensä Oulussa noin yhden yön. Olisi tärkeää, että nämä matkailijat saataisiin pysymään kaupungissa pidempään. Tarvitaan tehokasta matkailun markkinointia ja yhteistyötä alueen yritysten välillä. Vastaajien keskuudessa Tiedekeskus Tietomaa oli kaikkein tutuin Luupin kohteista. Jotta matkailijoiden viipymää saataisiin pidennettyä, olisi tärkeää, että vierailijat kävisivät myös muissa Luupin kohteissa. Myös Luupin eri kohteiden välistä markkinointia pitäisi tehostaa.

Aluetaloudellisia vaikutuksia laskettaessa maksullinen ja maksuton majoitus pääsivät melkein samoihin summiin, sillä maksuttoman majoituksen pidempi viipymä nosti tämän ryhmän kokonaiskulutusta. Lisäksi maksuttomassa majoituksessa olleet ihmiset kuluttivat enemmän rahaa esimerkiksi kulttuuriin sekä muihin menoihin. Tämä tarkoitti sitä, että muualta tullut matkailija, joka majoittui maksuttomasti, viipyi pidempään ja kävi muissakin palveluissa. Kun taas maksullisessa majoituksessa vierailleet ihmiset kuluttivat suurempia summia lyhyessä ajassa ydinpalveluihin kuten ravintoloihin ja kauppoihin, mutta eivät ehtineet todennäköisesti lyhyen viipymän vuoksi tutustumaan alueen muihin palveluihin niin hyvin.

Päiväkävijöiden kulutus oli huomattavasti pienempi lähes joka kategoriassa, erityisesti kulttuurin ja muiden kulujen osalta. Tämä selittyy sillä, että heillä oli

aikaa käydä vain dinonäyttelyssä. Lisäksi tämän ryhmän kuluttama raha ravintoloihin ja kauppoihin oli huomattavasti pienempi kuin Ouluun jääneillä ihmisillä.

Oulussa asuvien tuloksia pitää katsoa eri lähtökohdista, sillä he asuvat paikkakunnalla ja voivat suunnitella menonsa vapaammin ilman aikarajoitteita. Tuloksista kuitenkin huomaa, että dinonäyttelyssä käynnin lisäksi moni oli käyttänyt paikallisia ravitsemuspalveluita. Lisäksi oululainen kävijä oli myös käyttänyt hieman enemmän rahaa kulttuuripalveluihin verrattuna muualta tulleeseen päiväkävijään. Tästä voidaan päätellä, että paikalliset asukkaat eivät käyneet vain katsomassa dinonäyttelyä, vaan yhdistivät näyttelyssä käyntinsä ruokailuun kodin ulkopuolella tai esimerkiksi elokuvissa käynnin.

Tämän tutkimuksen kokonaiskulutusta voidaan verrata esimerkiksi Oulun kaupungin taloustutkimuksella tehtyyn tutkimukseen, jossa tutkittiin paljonko kolmen ison musiikkitapahtuman (Qstock, Jalometalli festivaali ja ilmakitaran maailmanmestaruuskilpailut) kävijät toivat rahaa Ouluun. Tutkimuksen loppusaldoksi tuli 5,4 miljoonaa euroa. (Oulun kaupunki 2014.) Nämä tapahtumat olivat tosin erilaisia lyhyen kestoensa takia. Lisäksi tapahtumien kohderyhmät olivat aivan erilaiset kuin dinonäyttelyssä, mikä on vaikuttanut kävijöiden kulutukseen.

7.2 Validiteetti ja reliabiliteetti

Validiteetti eli pätevyys tarkoittaa systemaattisen virheen puuttumista. Pätevällä mittarilla tehdyllä tutkimuksella tulee keskimäärin oikeita vastauksia. Jos mitattavia käsitteitä ja muuttujia ei ole tarkoin määritelty, eivät mittaustuloksetkaan voi olla valideja. Validius on varmistettava etukäteen huolellisella suunnittelulla ja tarkoin harkitulla tiedonkeruulla. (Heikkilä 2005, 29–30.)

Tutkimusta yksin tehtäessä ei otoskoko voi olla suuri. Pieni otanta voi aiheuttaa pohdintaa tulosten validiteetista. Toimeksiantaja antoi otannan tavoitteeksi 300, joka täytettiin.

Reliabiliteetti eli luotettavuus tarkoittaa tulosten tarkkuutta. Tutkimuksen tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia. Tuloksia ei saa yleistää niiden pätevyysalueen ulkopuolelle. Tutkijan on oltava tarkka ja kriittinen koko tutkimuksen ajan. (Heikkilä 2005, 30.)

Tutkimuksen luotettavuutta tarkkailtiin tuloksia kirjattaessa. Tutkimuksen luotettavuus riippuu siitä, miten luotettavia siinä saadut luvut ovat. Tässä työssä ongelmana oli otannan pienuus. Jotta kyselyn tuloksista olisi saatu täysin tarkkoja, olisi otannan pitänyt olla ainakin kymmenkertainen. Tämän toteuttaminen olisi vaatinut huomattavasti enemmän resursseja. Suuremmassa otannassa sattumanvaraisuus vähenisi ja tutkimuksen luotettavuus paranisi. Pieni otanta antoi kuitenkin hyvän kuvan siitä, miten näyttelykävijä kulutti rahaa matkallaan.

Toinen tekijä, joka vaikutti tutkimuksen luotettavuuteen, oli vastaajan rahan kulutusta koskenut kysymys. Tässä kysymyksessä osa vastaajista oli todennäköisesti merkannut koko matkan tai koko perheen kulutuksen, kun kyseessä oli yhden hengen yhden vuorokauden kulutus. Tämän vuoksi tutkimuksessa saadut summat olivat ehkä yli todellisen tason, mutta ero ei luultavasti ole merkittävä.

7.3 Tutkimuksen kehittämiskohdat

Tärkein kehittämiskohta tulevia tutkimuksia varten on kyselylomakkeen selkeyttäminen. Etenkin vastaajan rahan kulutusta koskeva kysymys tulisi miettiä tarkasti. Ehkä kannattaisi kysyä koko matkan kulutus ja lisäksi, kuinka monta henkilöä seurueessa oli. Näin saataisiin tietoa perheen kulutuksessa ilman epäselvyyksiä. Lomake tulisi suunnitella mahdollisimman tarkasti.

Lisäksi tämänkaltaisessa tutkimuksessa olisi tärkeää, että jos vastaaja saisi tarvittaessa apua täyttäessä kyselyä. Resurssipulan vuoksi tämä ei ollut mahdollista tässä tutkimuksessa. Kyselylomake pyrittiin laatimaan helposti ymmärrettäväksi.

7.4 Tulevaisuuden näkymät

Tätä tutkimusta voidaan käyttää pohjana tuleville tutkimuksille myös kulttuurialalla ja myös pitkissä tutkimuksissa. Tutkimuksen menetelmissä esiintyneet ongelmat ovat tiedossa tulevia tutkimuksia suunnitellessa.

Luupille tutkimus on tärkeä, sillä se näyttää konkreettiset rahasummat, mitä dinonäyttely toi oululaiselle matkailulle. Luuppi voi käyttää näitä lukuja pohjana tulevia näyttelyitä suunniteltaessa. Tämä oli ensimmäinen tämänkaltaisen tutkimus toimeksiantajalle ja antoi varmasti mahdollisuudet tuleviin opinnäytetöihin

ja muihin taloustutkimuksiin. Luuppi voi kehittää toimintaansa tutkimuksessa esille tulleiden kehityskohtien perusteella.

Tutkimus osoitti kuinka suuri merkitys kiinnostavalla tapahtumalla on paikkakunnan elinkeinoelämälle. Lisäksi tutkimuksen aikana korostui kuinka tärkeä kyselylomakkeen suunnittelu oli tutkimuksen tulosten kannalta. Tutkimuksen tekeminen ja etenkin tulosten analysointi oli mielenkiintoista. Tulevaisuudessa voisi toteuttaa samantyyppisiä tutkimuksia mahdollisesti jollekin matkailuyrityksille.

7.5 Onnistumiset

Tutkimukseni onnistui mielestäni resursseihin nähden hyvin. Tutkimuksessani saadut tulokset olivat vertailukelpoisia muihin samankaltaisiin tutkimuksiin nähden. Lisäksi kyselylomakkeesta saadut muut tulokset olivat hyvin tärkeitä osoittaessaan tavallisen kävijän mieltymyksiä. Erityisesti motivaation merkitys matkan eri seikkoihin, kuten viipymään, oli huomattava. Luupin toimipisteitä koskenut kysymys antoi paljon kehittämisen aihetta Luupille siihen, miten tehdä omaa toimintaa tunnetuksi. Löysin kehittämisen kohteita Luupille ja koko oululaiselle matkailulle. Tutkimuksen esittämät luvut toimivat hyvänä pohjana näille ideoille.

Pääsin myös otantaani, vaikka kyselyä ei mainostettu kovinkaan paljon. Hyvät palkinnot ja kyselypaikan sijainti, houkuttelivat ihmisiä vastaamaan. Pystyin myös käymään töideni ohella seuraamassa kyselyn vastaamisen edistymistä. Pohjois-Pohjanmaan Museo antoi minun vapaasti liikkua dinonäyttelyn ja museon välillä. Oli tärkeää käydä kysymässä dinonäyttelyn henkilökunnalta, onko kysely toiminut odotusten mukaan ja onko siitä tullut kritiikkiä. Toimeksiantaja osoitti joustavuutta järjestelyissä.

Vastausten perusteella pystyi näkemään suuria pääkohtia, joiden avulla voidaan lähteä kehittämään Luupin toimintaa sekä koko oululaista matkailua. Tutkimusta voidaan myös käyttää pohjana tehtäessä vastaavia tutkimuksia tulevaisuudessa.

LÄHTEET

- Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2008. Festival & special event management. Fourth edition. Milton: Wiley Australia Tourism Series.
- Business Oulu 2014. Oulun seudun matkailustrategian päivitys 2020 ja toimenpideohjelma 2014-2020; 30.4.2014. Business Oulu. Oulu.
- Getz, D . 2005. Event management & event tourism. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. 5-6. painos. Helsinki. Edita Prima Oy.
- Heinonen, J. & Lahti, M. 2001. Museologian perusteet. Jyväskylä: Suomen museoliiton julkaisuja 49.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13.painos. Keuruu. Otavan kirjapaino Oy.
- Hirvonen, A-R. 2014. Oulun Luupin asiakaspalvelupäällikön haastattelu 6.10.2014.
- Hirvonen, A-R. 2014. Luuppi. Sähköposti mikko.maki@edu.lapinamk.fi 5.11.2014. Tulostettu 6.11.2014.
- Hällström, J. af. 2011. Näyttelyviestintä. Helsinki: Suomen museoliitto. Suomen museoliiton julkaisuja 60.
- Härö, J-M. 2014. Dinosaurukset Luupin alla. Forum24 20.5.2014, 4.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, Miksi, Kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry. SLU julkaisusarja 10/04.
- Kauppila, P. 2001. Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset: pohjoismaisen mallin matkailijatutkimukset. Naturpolis Kuusamo koulutus- ja kehittämispalvelut. 2001:3. Kuusamo: Kuusamon kaupunki.
- Mikkonen J. Pesonen, K. & Taskinen, H. 2008. Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitoksen julkaisuja n:o 1. Joensuu: Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos.
- Mustonen, M & Nuutinen, N. 2011. Taloudelliset vaikutukset. Case: Kontiolahden ampumahiihdon SM-kilpailu 1.-3.4.2011. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Oulun kaupunki 2014. Oululaisilla tapahtumilla merkittäviä taloudellisia vaikutuksia. Viitattu 11.10.2014. http://www.ouka.fi/etusivu/-/asset_publisher/jUb2/content/id/6084383.
- Oulun Luuppi 2014. Historian, elämyksellisen tieteen ja taiteen keskus. Viitattu 10.10.2014. <http://www.oulu.fi/2014/04/12/museo-ja-tiedekeskus-luuppi-historian-elamyksellisen-tieteen-ja-taiteen-keskus/>.

- Piekkola, H. Suojanen, O. & Vainio, A. 2013. Museoiden taloudellinen vaikuttavuus. Vaasan yliopisto. Vaasa. Levon-instituutti.
- Saarinen, J. 2009. Tapahtumamatkailun sosiokulttuuriset ja taloudelliset vaikutukset paikallisyrittäjiin. Pirkanmaa. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Satokangas, P. 2014. Ohjeet talousvaikutusten laskennasta P-L musiikkitapahtumat. Sähköposti mikko.maki@edu.lapinamk.fi 18.9.2014. Tulostettu 29.10.2014.
- Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful Event Management : a practical handbook. 2nd edition. London: Thomson Learning.
- Tietomaa 2014. Tietomaan historia. Viitattu 27.10.2014. <http://www.tietomaa.fi/info/historia>.

LIITTEET

Liite 1. Age of the Dinosaur -näyttelyn suomenkielinen kysely

Liite 2. Tulosten laskenta

Liite 1. Age of the Dinosaur –näyttelyn suomenkielinen kyselylomake

Age of the Dinosaur -näyttelyn talousvaikutusten tutkimus

Oulun museo- ja tiedekeskus Luupin ja Lapin ammattikorkeakoulun yhteinen tutkimus Age of the Dinosaur -näyttelyn tuomista vaikutuksista alueen taloudelle. Kysely suoritetaan näyttelyn yhteydessä kesä-heinäkuun aikana.

Vastanneiden kesken arvotaan kahden hengen viikonloppupaketti Sokos hotelliin (arvo noin 200 €). Lisäksi palkintoina on Luupin tuotteita. Arvonta suoritetaan heinäkuun loppuun mennessä. Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti. Kysely on tarkoitettu yli 18-vuotiaille.

1. Sukupuoli

Mies Nainen

2. Ikä

- 18-24
 25-30
 31-40
 41-50
 51-60
 60+

3. Kotipaikka *

Jos vastauksena on Oulu, siirry kysymykseen 8

Oulu Muu, Mikä? _____

4. Matkustuksesi syy

- Loma
- Työ
- Sukulaiset
- Muu, Mikä? _____

5. Missä määrin Age of the Dinosaur -näyttely vaikutti Ouluun saapumiseen?

- Ei ollenkaan
- Jonkin verran
- Täysin

6. Yöpyminen paikkakunnalla

- Maksullinen majoitus
- Maksuton majoitus
- Olen päiväkävijä

7. Montako yötä viivyt Oulussa?

- 1 yötä
- 2 yötä
- 3 yötä
- 4 yötä
- 5 yötä tai enemmän
- Päiväkävijä

8. Oletko vierailut seuraavissa Luupin pisteissä?

- Tiedekeskus Tietomaa
- Pohjois-Pohjanmaan museo
- Oulun Taidemuseo
- Kierikkikeskus
- Turkansaaren ulkomuseo
- Merimiehenkotimuseo
- Pateniemen sahan museo

9. Vastaajan rahan käyttöarvio (€) *

Vastaajan rahankäyttö yhden vuorokauden aikana Oulussa. Vastaa summa euroina.

Age of the Dinosaur -näyttely (liput, museokauppa jne)

Majoitus

Ravitsemuspalvelut (ravintolat, kahvilat jne)

Vähittäiskauppa (kaupat, tavaratalot jne)

Liikkuminen (taksit, paikallisbussit, polttoaine jne)

Kulttuuri ja virkistys (konsertit, elokuvat, urheilutapahtumat jne)

Muut palvelut

10. Palaute

11. Yhteystiedot

Yhteystiedot arvontaa varten (vapaaehtoinen)

Etunimi _____

Sukunimi _____

Matkapuhelin _____

Sähköposti _____

Osoite _____

Postinumero _____

Postitoimipaikka _____

Maa _____

Liite 2. Tulosten laskenta

Laskenta tapahtuu jakamalla vastaajat ryhmiin majoituksen mukaan (Kysymys 6). Ryhmiä on kolme kappaletta: Maksullisessa majoituksessa majoittuneet (ryhmä 1), maksuttomassa majoituksessa majoittuneet (ryhmä 2), sekä päiväkävijät (ryhmä 3). Lisäksi lopuksi lasketaan oululaisten kulutusta näyttelyssä, mutta tämä lasketaan eri kategoriaan.

Ensin lasketaan motivoituneiden henkilöiden määrä.

Näyttelyn kokonaiskävijämäärä oli yhteensä **53 670**. Kyselyn mukaan kävijöistä 71,62 % tuli Oulun ulkopuolelta. Tämä tarkoittaa, että **38 438** kävijöistä tuli muualta.

Kysely osoitti myös, että muualta tulleista 37,44 % oli tehnyt matkan täysin dinonäyttelyn takia ja 32,88 % osittain dinojen takia. Tästä voidaan laskea seuraavat määrät: **14 391** henkilöä, joka tuli täysin dinonäyttelyn takia ja **12 638** osittain dinonäyttelyn takia. Tässä vaiheessa voidaan osittain näyttelyyn tulleista henkilöiden määrä puolittaa, sillä heidän motivaationsa näyttelyyn tulon oli vain osittainen. Tämän myötä osittain näyttelyyn tulleita, jotka lasketaan kyselyyn, on **6319** henkilöä.

Nämä luvut yhdistetään laskentaa varten: $14\ 391 + 6319 = \mathbf{20\ 710}$

Kyselyn perusteella on myös selvitetty, että maksulliseen majoitusta käyttäneitä oli 40,65 %, maksuttomassa majoituksessa 28,97 % ja päiväkävijöitä 30,37 %.

Kertomalla nämä prosenttiluvut henkilömäärällä saadaan seuraavat luvut:

Maksullinen majoitus = $20\ 710 * 0,4065 = \mathbf{8419}$

Maksuton majoitus = $20\ 710 * 0,2897 = \mathbf{6000}$

Päiväkävijä = $20\ 710 * 0,3037 = \mathbf{6290}$

Tämän jälkeen tarkastellaan maksullisessa majoituksessa yöpyneitä vastaajien kulutusta (Ryhmä 1).

Ryhmään kuulunut henkilö kulutti keskimäärin VUOROKAUDESSA seuraavat summat eri toimialoille (Taulukko 6):

Taulukko 6, Rahan käyttö maksullinen majoitus

	Keskiarvo
Age of the Dinosaur -näyttely (liput, museokauppa jne)	61,07
Majoitus	113,15
Ravitsemuspalvelut (ravintolat, kahvilat jne)	69,88
Vähittäiskauppa (kaupat, tavaratalot jne)	49,83
Liikkuminen (taksit, paikallisbussit, polttoaine jne)	24,94
Kulttuuri ja virkistys (konsertit, elokuvat, urheilutapahtumat jne)	3,37
Muut palvelut	5,3

Tämän jälkeen pitää laskea, kuinka paljon tämän ryhmän henkilö käytti rahaa matkansa aikana. Maksullisessa majoituksessa olleet kävijöiden matkan viipymä oli **1,7** vuorokautta. Vastaaja ei kuitenkaan ole todennäköisesti käynyt dino-näyttelyssä, kuin kerran, minkä vuoksi näyttelyn viipymäksi jätetään 1 vuorokausi.

Kuinka paljon ryhmään kuulunut henkilö kulutti matkansa aikana:

Age of the Dinosaur -näyttely	$61,07 \text{ €} \times 1 = 61,07 \text{ €}$
Majoitus	$113,15 \text{ €} \times 1,7 = 192,36 \text{ €}$
Ravitsemispalvelut	$69,88 \text{ €} \times 1,7 = 118,80 \text{ €}$
Vähittäiskauppa	$49,83 \text{ €} \times 1,7 = 84,71 \text{ €}$
Liikkuminen	$24,94 \text{ €} \times 1,7 = 42,40 \text{ €}$
Kulttuuri ja virkistys	$3,37 \text{ €} \times 1,7 = 5,73 \text{ €}$
Muut palvelut	$5,3 \text{ €} \times 1,7 = 9,01 \text{ €}$

Ryhmään kuuluva henkilö käytti keskimäärin matkallaan **514,08 €**

Jotta saadaan maksullisen majoituksen kokonaiskulutus, kerrotaan yhden henkilön koko matkan keskimääräinen kulutus maksullisessa majoituksessa majoituneiden henkilöiden kokonaismäärällä.

Age of the Dinosaur -näyttely	$61,07 \text{ €} \times 8419 = 514\,148,33 \text{ €}$
Majoitus	$192,36 \text{ €} \times 8419 = 1\,619\,478,84 \text{ €}$
Ravitsemispalvelut	$118,80 \text{ €} \times 8419 = 1\,000\,177,20 \text{ €}$
Vähittäiskauppa	$84,71 \text{ €} \times 8419 = 713\,173,49 \text{ €}$
Liikkuminen	$42,40 \text{ €} \times 8419 = 356\,965,60 \text{ €}$
Kulttuuri ja virkistys	$5,73 \text{ €} \times 8419 = 48\,240,87 \text{ €}$
Muut palvelut	$9,01 \text{ €} \times 8419 = 75\,855,19 \text{ €}$

Kun nämä summat lasketaan yhteen, saadaan koko maksullisen majoituksen ryhmän kokonaiskulutus:

Ryhmä 1 = 4 328 039,52 €

Seuraavaksi lasketaan niiden henkilöiden kulutus, jotka olivat maksuttomassa majoituksessa (Ryhmä 2).

Ryhmään kuulunut henkilö kulutti keskimäärin VUOROKAUDESSA seuraavat summat eri toimialoille (Taulukko 7):

Taulukko 7, Rahan käyttö maksuton majoitus

	Keskiarvo
Age of the Dinosaur -näyttely (liput, museokauppa jne)	45,11
Majoitus	0,00
Ravitsemuspalvelut (ravintolat, kahvilat jne)	37,97
Vähittäiskauppa (kaupat, tavaratalot jne)	45,5
Liikkuminen (taksit, paikallisbussit, polttoaine jne)	12,76
Kulttuuri ja virkistys (konsertit, elokuvat, urheilutapahtumat jne)	8,39
Muut palvelut	8,23

Tämän jälkeen pitää laskea, kuinka paljon tämän ryhmän henkilö käytti rahaa matkansa aikana. Tässäkin kohdassa näyttelyyn menevä kulutus kerrotaan vain 1 vuorokaudella, koska vastaaja ei ole todennäköisesti käynyt näyttelyssä, kuin vain kerran matkansa aikana. Maksuttomassa majoituksessa olleiden kävijöiden matkan viipymä oli **3,3** vuorokautta.

Kuinka paljon ryhmään kuulunut henkilö kulutti matkansa aikana:

Age of the Dinosaur -näyttely	45,11 € x 1 = 45,11 €
Majoitus	0,00 €
Ravitsemuspalvelut	37,97 € x 3,3 = 125,30 €
Vähittäiskauppa	45,50 € x 3,3 = 150,15 €
Liikkuminen	12,76 € x 3,3 = 42,11 €
Kulttuuri ja virkistys	8,39 € x 3,3 = 27,69 €
Muut palvelut	8,23 € x 3,3 = 27,16 €

Ryhmään kuuluva henkilö käytti keskimäärin matkallaan **417,52 €**

Jotta saadaan maksullisen majoituksen kokonaiskulutus, kerrotaan yhden henkilön koko matkan keskimääräinen kulutus maksuttomassa majoituksessa henkilöiden kokonaismäärällä.

Age of the Dinosaur -näyttely	45,11 € x 6000 = 270 660 €
Majoitus	0,00 € x 6000 = 0,00 €
Ravitsemispalvelut	125,30 € x 6000 = 751 800 €
Vähittäiskauppa	150,15 € x 6000 = 900 900 €
Liikkuminen	42,11 € x 6000 = 252 660 €
Kulttuuri ja virkistys	27,69 € x 6000 = 166 140 €
Muut palvelut	27,16 € x 6000 = 162 960 €

Kun nämä summat lasketaan yhteen saadaan koko maksuttoman majoituksen ryhmän kokonaiskulutus:

Ryhmä 2 = 2 505 120,00 €

Seuraavaksi lasketaan päiväkävijöiden käyttämä kokonaissumma (Ryhmä 3).

Ryhmään kuulunut henkilö kulutti keskimäärin VUOROKAUDESSA seuraavat summat eri toimialoille (Taulukko 8):

Taulukko 8, Rahan käyttö päiväkävijä

	Keskiarvo
Age of the Dinosaur -näyttely (liput, museokauppa jne)	51,15
Majoitus	0,00
Ravitsemuspalvelut (ravintolat, kahvilat jne)	27,77
Vähittäiskauppa (kaupat, tavaratalot jne)	30,4
Liikkuminen (taksit, paikallisbussit, polttoaine jne)	11,98
Kulttuuri ja virkistys (konsertit, elokuvat, urheilutapahtumat jne)	0,42
Muut palvelut	0,97

Tämän jälkeen pitää laskea, kuinka paljon tämän ryhmän henkilö käytti rahaa matkansa aikana. Päiväkävijöiden tapauksessa viipymäksi laitetaan **1** vuorokausi.

Kuinka paljon ryhmään kuulunut henkilö kulutti matkansa aikana:

Age of the Dinosaur -näyttely	51,15 € x 1 = 51,15 €
Majoitus	0,00 €
Ravitsemispalvelut	27,77 € x 1 = 27,77 €
Vähittäiskauppa	30,40 € x 1 = 30,40 €
Liikkuminen	11,98 € x 1 = 11,98 €
Kulttuuri ja virkistys	0,42 € x 1 = 0,42 €
Muut palvelut	0,97 € x 1 = 0,97 €

Ryhmään kuuluva henkilö käytti keskimäärin matkallaan **122,69 €**

Jotta saadaan päiväkävijöiden kokonaiskulutus, kerrotaan yhden henkilön koko matkan keskimääräinen kulutus päiväkävijöiden kokonaismäärällä.

Age of the Dinosaur -näyttely	51,15 € x 6290 = 321 733,50 €
Majoitus	0,00 € x 6290 = 0,00 €
Ravitsemispalvelut	27,77 € x 6290 = 174 673,30 €
Vähittäiskauppa	30,40 € x 6290 = 191 216,00 €
Liikkuminen	11,98 € x 6290 = 75 354,20 €
Kulttuuri ja virkistys	0,42 € x 6290 = 2641,80 €
Muut palvelut	0,97 € x 6290 = 6101,30 €

Kun nämä summat lasketaan yhteen, saadaan päiväkävijöiden kokonaiskulutus:

Ryhmä 3 = 771 720,10 €

Muualta tulleiden kokonaiskulutus saadaan laskemalla edellä laskettujen ryhmien kulutukset yhteen.

Ryhmä 1 = 4 328 039,52 €

Ryhmä 2 = 2 505 120,00 €

Ryhmä 3 = 771 720,10 €

YHTEISKULUTUS = 7 604 879,62 €

Viimeisenä lasketaan oululaisten kuluttama rahasumma Age of the Dinosaur -näyttelyn aikana. Tätä summaa ei voida pitää matkailutulona, sillä nämä ihmiset asuvat paikkakunnalla. Näyttely on voinut pitää oululaiset ihmiset paikkakunnalla. Tämä tarkoittaa sitä, että oululaiset olisivat vaihtoehtoisesti voineet matkustaa toiselle paikkakunnalle tämänkaltaisen elämyksen perässä.

Ensin lasketaan oululaisten osuus kokonaiskävijämäärästä. Kyselyn mukaan oululaisia oli 28,38 % kaikista kävijöistä.

$53\,670 \times 0,2838 = 15\,232$ kävijää

Oululaisilta ei kysytty heidän motivaatiostaan, joten käytän laskuissa edellä mainittua lukua.

Oululaisen kävijän keskimääräinen kulutus yhden vuorokauden aikana on esitetty seuraavassa taulukossa (Taulukko 9):

Taulukko 9, Rahan käyttö Oululaiset

	Keskiarvo
Age of the Dinosaur -näyttely (liput, museokauppa jne)	35,87
Majoitus	0,00
Ravitsemuspalvelut (ravintolat, kahvilat jne)	14,02
Vähittäiskauppa (kaupat, tavaratalot jne)	7,97
Liikkuminen (taksit, paikallisbussit, polttoaine jne)	2,54
Kulttuuri ja virkistys (konsertit, elokuvat, urheilutapahtumat jne)	1,99
Muut palvelut	0,59

Oululaisten tapauksessa kaikki ovat päiväkävijöitä, joten heidän viipymänsä on **1** vuorokausi.

Näin saadaan heidän koko matkansa aikainen kokonaiskulutus:

Age of the Dinosaur -näyttely	35,87 € x 1 = 35,87 €
Majoitus	0,00€
Ravitsemispalvelut	14,02 € x 1 = 14,02 €
Vähittäiskauppa	7,97 € x 1 = 7,97 €
Liikkuminen	2,54 € x 1 = 2,54 €
Kulttuuri ja virkistys	1,99 € x 1 = 1,99 €
Muut palvelut	0,59 € x 1 = 0,59 €

Ryhmään kuuluva henkilö käytti keskimäärin matkallaan **62,98 €**

Oululaisten kokonaiskulutus saadaan kertomalla yhden henkilön koko matkan aikaisen kulutuksen oululaisten kävijöiden lukumäärällä.

Age of the Dinosaur -näyttely	35,87 € x 15 232 = 546 371,84 €
Majoitus	0,00 € x 15 232 = 0,00 €

Ravitsemispalvelut	$14,02 \text{ €} \times 15\,232 = 213\,552,64 \text{ €}$
Vähittäiskauppa	$7,97 \text{ €} \times 15\,232 = 121\,399,04 \text{ €}$
Liikkuminen	$2,54 \text{ €} \times 15\,232 = 38\,698,28 \text{ €}$
Kulttuuri ja virkistys	$1,99 \text{ €} \times 15\,232 = 30\,311,68 \text{ €}$
Muut palvelut	$0,59 \text{ €} \times 15\,232 = 8\,986,88 \text{ €}$

Laskemalla nämä summat yhteen saadaan oululaisten kävijöiden kokonaiskulutus:

Oululaiset = 959 320,36 €