

TURUN AURAJOKIALUEEN KULTTUURIMATKAILUTARJONTA PAIKALLISTEN LAPSIPERHEIDEN SILMIN

Viivi Mustonen

Opinnäytetyö
Toukokuu 2010

Matkailun koulutusohjelma
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala





Tekijä(t) MUSTONEN, Viivi	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 12.5.2010
	Sivumäärä 99	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi TURUN AURAJOKIALUEEN KULTTUURIMATKAILUTARJONTA PAIKALLISTEN LAPSIPERHEIDEN SILMIN		
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) NIKMO, Auli		
Toimeksiantaja(t) Turku Touring, Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskus, Kulttuurin Ketju -hanke		
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tarkoituksena oli kuvailla turkulaisten lapsiperheiden vierailua paikallisissa kulttuuri-matkailukohteissa. Tutkimus oli rajattu erityisesti perheisiin, joissa on alle 12-vuotiaita lapsia sekä Aurajoen varrella sijaitseviin kulttuurimatkailukohteisiin. Työn tavoitteena oli kuvailla kohderyhmän vierailua näissä kohteissa ja selvittää lapsiperheiden kulttuurin kuluttamista sekä heidän tarpeitaan ja toiveitaan kulttuurimatkailutarjontaa kohtaan. Tutkimus tehtiin toimeksiantona Turku Touringille, Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskukselle sekä Kulttuurin Ketju -hankkeelle.</p> <p>Tutkimusaineisto kerättiin puolistrukturoidulla kyselylomakkeella informoidun kyselyn keinoin. Vastajaat valittiin satunnaisotannalla lapsiperheitä kiinnostavista vapaa-ajan kohteista. Vastauksia saatiin yhteensä 75 kappaletta, joten tuloksia voidaan pitää suuntaa-antavina enemmän kuin yleistettävänä. Kyselyn vastaukset on esitetty sekä kirjoitetussa että graafisessa muodossa.</p> <p>Tutkimustulokset osoittivat, että lapsiperheet kokevat löytävänsä helposti tietoa kulttuurimatkailutarjonnasta. Erilaiset kulttuurimatkailukohteet tunnettiin melko hyvin, ja ne arvioitiin pääosin lapsiystävällisiksi, mutta niissä ei ole lasten kanssa silti erityisen vilkkaasti vierailtu. Enemmistö arvioi-kin käyvänsä kotikaupunkinsa kulttuurikohteissa keskimäärin kerran puolessa vuodessa. Tärkeimpiä oheispalveluita vastaajille olivat kohteen erilaiset ruokapalvelut sekä lapsille suunnatut aktiiviteetit.</p> <p>Tutkimustulosten toivotaan hyödyttävän toimeksiantajia lapsiperheille suunnattua kulttuurimatkailutarjontaa kehitettäessä. Tutkimusta ja sen tuloksia voivat hyödyntää tietolähteenä myös muut kulttuurimatkailun parissa työskentelevät toimijat sekä aiheesta kiinnostuneet alan opiskelijat.</p>		
Avainsanat (asiasanat) kulttuuri, kulttuurimatkailu, lastenkulttuuri, lapsilähtöisyys, lapsiperhe, Turku, kyselytutkimus		
Muut tiedot		



Author(s) MUSTONEN, Viivi	Type of publication Bachelor´s Thesis	Date 12.05.2010
	Pages 99	Language Finnish
	Confidential () Until	Permission for web publication (X)
Title CULTURAL TOURISM IN TURKU THROUGH THE EYES OF LOCAL FAMILIES		
Degree Programme Degree Programme in Tourism		
Tutor(s) NIKMO, Auli		
Assigned by Turku Touring, Centre Of Expertise in Tourism and Experience, Chain of Culture program		
Abstract <p>The purpose of the thesis was to describe visits of local families in Turku cultural tourism destinations. The study was defined in families with children under 12 years, and culture tourism destinations located by the river Aurajoki. The aim of the thesis was to describe the target groups' visits in these destinations and, thereby, add understanding of cultural consumption of families. Another aim was to find out the needs of the families and wishes regarding different destinations. The survey was commissioned by Turku Touring, Centre Of Expertise in Tourism and Experience and Chain of Culture program.</p> <p>The data was collected by a semi-structured questionnaire. The respondents were chosen randomly among local families visiting leisure destinations. Altogether 75 responses were received, which indicate that the results can be considered indicative rather than generalized. The responses were presented in written and graphical form.</p> <p>The results indicated that families consider it easy to find information about the Aurajoki area cultural tourism destinations. Different destinations were fairly well-known and were mainly evaluated as child-friendly, but, however, not frequently visited. Most of the parents estimated visiting local culture destinations twice a year. The most important supplementary services for families were different food services and activities aimed at children.</p> <p>The results of the thesis are intended to be utilized by the commissioners in order to further develop cultural tourism. The study can also be useful to other entrepreneurs working within cultural tourism as well as for students interested in the subject.</p>		
Keywords culture, cultural tourism, children´s culture, families, children, Turku, survey		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	4
2 KULTTUURIN KYDYSSÄ	7
2.1 Kulttuuri	7
2.2 Lastenkulttuuri ja sen merkitys lapsen kehittymisen kannalta	9
3 SUOMALAISET LAPSIPERHEET KULTTUURIN KULUTTAJINA	10
3.1 Lapsiperhe Suomessa	10
3.2 Suomalaisten perheiden vapaa-aika ja kulttuuripalvelujen käyttö	12
3.3 Lapsi kulttuurin kuluttajana	15
3.4 Lapsilähtöisyys	16
4 MATKAILUN JA KULTTUURIN YHTEISTYÖ	17
4.1 Kulttuurimatkailu	18
4.1.1 Museot kulttuurimatkailukohteina	19
4.1.2 Kulttuurimatkailija	20
4.2 Kulttuurin matkailullinen tuotteistaminen	21
4.2.1 Matkailutuote	21
4.2.2 Tuotteistaminen	23
4.2.3 Tuotekehitys	25
4.3 Paikallinen kävijä turkulaisessa kulttuurimatkailuyrityksessä	25
5 TUTKIMUKSEN VAIHEET	26
5.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite	26
5.2 Tutkimusmenetelmät	28
5.3 Tutkimuksen otos	28
5.4 Aineiston keruu ja analysointi	29
5.5 Tutkimuksen luotettavuus	31

6 TUTKIMUSTULOKSET	32
6.1 Lapsiperheiden taustamuuttajat	33
6.2 Tiedonsaanti Turun kulttuurikohteista ja – tapahtumista	38
6.3 Kulttuurimatkailukohteiden tunnettuus ja perheiden vierailutiheys	42
6.4 Kulttuurimatkailukohteiden sisältö ja oheistoiminnot	48
6.5 Kulttuurimatkailukohteiden lapsiystävällisyys	50
6.6 Vanhempien kehitysideat Turun kulttuurimatkailulle	53
7 POHDINTA	59
LÄHTEET	62
LIITTEET	66
Liite 1. Aurajokialueen kulttuurimatkailukohteet	66
Liite 2. Perheet tyypeittäin vuosina 1990 – 2008	71
Liite 3. Hyvä matkailutuote eri toimijoiden näkökulmista.	72
Liite 4. Lapsiperheille jaettu kyselylomake	74
Liite 5. Tunnettuuden arvosanat kohteittain.	80
Liite 6. Lapsiystävällisyyden arvosanat kohteittain	90
KUVIOT	
Kuvio 1. Perheen tausta	34
Kuvio 2. Huoltajan / huoltajien iät	35
Kuvio 3. Lasten iät	36
Kuvio 4. Lasten lukumäärä perheissä	37
Kuvio 5. Kodin etäisyys Turun keskustasta	37
Kuvio 6. Tärkeimmät tietolähteet	39
Kuvio 7. Tiedon löytäminen	40

Kuvio 8. Kulttuurikortti.....	42
Kuvio 9. Kohteiden tunnettuuden keskiarvot	44
Kuvio 10. Keskimääräinen kulttuurikohteissa vierailu.....	48
Kuvio 11. Kiinnostavimmat taiteenalat.....	49
Kuvio 12. Kohteen oheistoiminnot	50
Kuvio 13. Lapsiystävällisyys, keskiarvot.....	52
Kuvio 14. Lapsiystävällisyys, keskiarvot / 2.....	53

1 JOHDANTO

Paikallisten asukkaiden vierailua oman kotikaupunkinsa matkailukohteissa tai erilaisissa tapahtumissa ei perinteisesti ole luokiteltu matkailuksi. Kuitenkin paikallisilla vierailijoilla saattaa olla suurikin merkitys matkailuyrittäjille, etenkin sesongin ulkopuolisina aikoina.

European Cities Marketing –järjestön seminaarissa tänä keväänä puhunut professori Alf Rehn ennustaa lisäksi, että tulevaisuudessa lähilomailu tulee entistä suosittumaksi. Rehn arvioi, että aikaa vietetään enemmän kotona ja etelään lennetään noin kerran kolmessa vuodessa. Syitä ovat hänen mukaansa ilmastonmuutoksen lisäksi erityisesti lentoliikenteen tulevaisuuden epävarmuus sekä maailmanlaajuinen vesikriisi. (Kuusela 2010, 16.) Tulevaisuudessa matkailuelämyksiä ja –kokemuksia saatetaankin hakea yhä lähempää.

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on kuvailla turkulaisten lapsiperheiden vierailua kotikaupunkinsa kulttuurimatkailukohteissa. Aihe valittiin yhteistyössä toimeksiantajien kanssa, niin että se hyödyttäisi mahdollisimman paljon kaikkia osapuolia. Aihe on kiinnostava henkilökohtaisesti, sillä se opettaa paljon uutta lapsille ja lapsiperheille suunnatusta matkailusta. Aihe sopii myös kurssivalintoihini, sillä olen opiskellut matkailun koulutusohjelman ohessa kasvatustieteiden kursseja sosiaali- ja terveystieteiden koulutusohjelmasta. Tämän aiheen myötä voin hyödyntää aiempia oppejani ja kykyjäni molemmilta aloilta. Tulevaisuudessa tulen toivottavasti työskentelemään lapsille suunnattujen matkailutuotteiden ja – palvelujen parissa. Aihe on myös ajankohtainen, sillä Turku on vuoden 2011 Euroopan kulttuuripääkaupunki yhdessä Tallinnan kanssa. Aiempaa, vastaavaa tutkimusta ei ole tehty, joten työllä on lisäksi tietynlainen uutuusarvo.

Kohderyhmäksi valittiin lapsiperheet, sillä heiltä on saatu toimeksiantajan teettämässä aiemmassa, ”Anna palautetta kulttuurikohteista” - asiakastyytyväisyyskyselyssä keskimääräistä huonompaa palautetta. Lapsiperheeksi luokitellaan virallisesti perhe, jossa asuu vähintään yksi alle

18-vuotias lapsi (Tilastokeskus 2009). Tämä tutkimus on kuitenkin rajattu perheisiin, joissa on alle 12-vuotiaita lapsia. Usein yläasteelle siirtyvät lapset kokevat olevansa jo nuoria ennemmin kuin lapsia ja kaipaavat erilaisia, enemmän nuorten makuun suunnattuja palveluita.

Tutkimus rajattiin koskemaan Aurajokialueen kulttuurimatkailukohteita, sillä niitä halutaan toimeksiantajan puolesta erityisesti kehittää. Joen rannalla sijaitseekin kaupungin tärkeimpiä ja tunnetuimpia kulttuurikohteita, ja Aurajoen kokee moni turkulainen kaupungin sydämeksi. Aurajokialue ei ole virallinen kaupunginosa, vaan tässä tutkimuksessa käytetty määritelmä, jolla tarkoitetaan Tuomiokirkolta Turun Linnaan saakka ulottuvaa joen läheisyyttä.

Tutkimukseen liittyvät kulttuurimatkailukohteet on esitelty lyhyesti liitteessä 1. (Ks. Liite 1.)

Aurajoen alue on suosittu ajanviettopaikka, jossa viihtyvät niin paikalliset asukkaat kuin matkailijatkin. Alue muodostaakin yhdessä Turun Kauppatorin ja sitä sivuavien katujen kanssa Varsinais-Suomen vilkkaimman matkailullisen keskittymän. Matkailukohteiden kävijätutkimuksesta vuodelta 2007 käyvät ilmi Turun eniten matkailijoita keräävät kohteet, joista Aurajoen rannalla sijaitsevat Turun tuomiokirkko (198 000 kävijää), Aboa Vetus & Ars Nova (184 000), Turun linna (132 000), Forum Marinum (59 000), Wäinö Aaltosen museo (27 000), Apteekkimuseo ja Qwenselin talo (15 200) sekä Sibelius museo (10 000). (Kurki 2009, 6.)

Tutkimusongelmana työssä on selvittää millaisissa kulttuurimatkailukohteissa paikalliset lapsiperheet vierailevat, mitä he kohteilta kaipaavat ja toivovat. Tutkimusongelman ratkaisemiseksi laadittiin puolistrukturoitu kyselylomake, jossa on pääasiassa valmiita vastausvaihtoehtoja, mutta myös muutama avoin kysymys. Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen menetelmä, koska sen avulla saatiin helposti ja nopeasti laaja tutkimusaineisto.

Kyselyyn vastaajat valittiin satunnaisotannalla edustamaan vastaajaväestöä mahdollisimman monipuolisesti, ja lomake jaettiin henkilökohtaisesti vastaajille eli kyseessä oli informoitu kysely. Kyselyt suoritettiin huhtikuun 2010 aikana Turun pääkirjastossa, elokuvateatterissa, leikkipuistoissa, Cygnaeuksen koulun iltapäiväkerhossa, tivolissa sekä kahdessa lapsille suunnatussa

kulttuuritapahtumassa. Kyselypaikat valittiin sen mukaan mistä löytyy paikallisia perheitä, joissa on eri-ikäisiä kohderyhmään kuuluvia lapsia. Kyselylomakkeita jaettiin kulttuurikohteiden ulkopuolella, jotta saataisiin mahdollisimman kattava otos myös kulttuurikohteissa harvemmin vierailevia perheitä.

Tutkimuksen tavoitteena on kuvailla turkulaisten lapsiperheiden vierailua paikallisissa kulttuurimatkailukohteissa. Työn toivotaan lisäävän ymmärrystä lapsiperheiden kulttuurin kuluttamisesta sekä heidän tarpeistaan ja toiveistaan Aurajokialueen kulttuurimatkailutarjontaa kohtaan.

Turku on matkailukaupunki, jossa on poikkeuksellisen paljon mielenkiintoisia, monipuolisia kulttuurimatkailukohteita sekä paikallista historiaa. Ongelmana saattaa kuitenkin olla, että kulttuurimatkailukohteet ja erilaiset matkailutuotteet ovat yksittäisiä, irrallisia muusta kokonaisuudesta, eikä niiden tarjontaa tunneta riittävän hyvin. Kulttuurikohteiden resurssit saattavat myös olla melko pienet, ja sesonkiluonteisuus tuo aina toiminnalle omat haasteensa. Yhteistyötä alueen yrittäjien kesken tulisikin mahdollisesti lisätä, jotta saataisiin aikaan lapsiperheitä houkuttelevia tuotekokonaisuuksia.

Tutkimuksen toivotaan antavan toimeksiantajille lisää tietoa lapsiperheiden kulttuurin kuluttamisesta sekä tarpeista ja toiveista, joiden pohjalta kulttuuritarjontaa voidaan kehittää entistä lapsilähtöisempään suuntaan.

Toimeksiantajat

Toimeksiantajina tutkimuksessa toimi kolme tahoa: Turku Touring, Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskus sekä Kulttuurin Ketju –hanke.

Turku Touring on koko Varsinais-Suomen maakunnan kattava, alueellinen matkailun markkinointi- ja myyntiorganisaatio. Sen tavoitteena on tuottaa lisäarvoa maakunnan matkailuelinkeinolle, asukkaille ja vierailijoille olemalla matkailun alueellinen asiantuntija ja aktiivinen toimija. (Turku Touring, matkailu- ja kongressitoimisto 2010.)

Kulttuurin Ketju –hankkeen tavoitteena on edistää kulttuurimatkailun tuotekehitystä ja rakentaa kulttuurikohteiden matkailullinen laadun kehittämisohjelma. Hanke edistää kulttuuri- ja matkailualan verkostomaisen yhteistyön kehittymistä ja kehittää käytännön laatu- ja tuotekehityksen välineitä kulttuurimatkailualan yrityksille ja toimijoille. Lähes kolmevuotinen hanke kestää vuoden 2011 loppuun, ja se toteutetaan Turun, Helsingin ja Rovaniemen kaupunkien sekä Mäntän Gösta Serlachiuksen taidesäätiön yhteistyönä. (Kulttuurin Ketju – kulttuurin matkailullinen tuotteistaminen 2009.)

Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskus on eri organisaatioiden muodostama osaamisklusteri, jonka tavoitteena on kehittää kilpailukykyisiä tuotteita ja liiketoimintamalleja. Osaamiskeskus pyrkii soveltamaan ja hyödyntämään uusinta teknologiaa sekä palveluinnovaatioiden mahdollisuuksia. Toiminnan päämääränä on tehokas, tuotekehitystä tukeva innovaatiojärjestelmä, joka edistää matkailuyritysten toimintaa, kansainvälistymistä ja kilpailukykyä. (Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskus 2009.)

Toimeksiantajien luvalla tutkimus luovutetaan myös Turun Lasten Päivä – tapahtuman järjestäjille. Tapahtuma toimi yhtenä kyselyiden keräyspaikkana, ja tapahtuman järjestäjät toivoivat tutkimusta oman toimintansa mahdolliseksi kehittämisvälineeksi.

2 KULTTUURIN KYYYDISSÄ

2.1 Kulttuuri

Kulttuurin käsitettä on vaikea pukea sanoiksi, ja sanalle onkin olemassa lukemattomia määritelmiä. Suppeimmillaan kulttuurilla tarkoitetaan usein perinteisiä, taiteiksi hyväksytyjä aloja. Tätä kulttuurin määritelmää on nimitetty myös korkeakulttuuriksi. Korkeakulttuuriin luetaan muun muassa kuvataide,

teatteritaide, musiikki sekä kirjallisuus. Laajimmillaan ymmärrettynä kulttuuri voi kuitenkin käsittää kaiken henkisen ja aineellisen, joka on ihmisen aikaansaamaa, yhteisön koko elämäntapaa. Tällöin kulttuuriksi käsitetään muun muassa uskomukset, asenteet, arvot, tottumukset sekä perinteet. (Vieraan kulttuurin ymmärtämisestä 1991, 9.)

Tämän tutkimuksen kannalta kulttuuria voidaan lähestyä seuraavan, Ilkka Niinison, määritelmän kautta. Niinison mukaan kulttuurilla tarkoitetaan ihmisten harjoittamaa luovaa toimintaa, jonka tuloksena syntyy aatteita ja ajattelua, tiedettä ja taidetta, kuvia ja kirjallisuutta, käyttöesineitä ja rakennuksia sekä tapoja ja sosiaalisia instituutioita. (Toimituskunta Elo, Järnefelt, Kaila & Lönnblad 2006, 8.)

Tutkimukseen liittyvät Aurajokialueen kulttuurimatkoille esittelevät pääasiassa korkeakulttuuriin liittyviä taiteenaloja, mutta kohteista löytyy myös paikallisiin tapoihin, perinteisiin ja aatteisiin liittyviä tarjontaa.

Taiteen keskustoimikunnan ja opetusministeriön käyttämän määritelmän mukaan taiteenaloja on kaikkiaan yksitoista: elokuvataide, kuvataide, tanssitaide, näyttämötaide, sirkus- ja estraditaide, rakennustaide, sanataide, säveltaide, muotoilu, valokuvataide sekä kotiseutu- ja perinnetyö. (Jauni 2009, 56–57.) Tätä taiteenalojen jaottelua on hyödynnetty myös tutkimuksen empiirisessä osassa.

Kulttuurin ensisijaista arvoa pidetään lähinnä kulttuurissa itsessään, mutta kulttuurilla on lisäksi huomattavia taloudellisia ja sosiaalisia vaikutuksia. Kulttuurikohteeseen saapuvat asiakkaat eivät välttämättä pelkää vierailu kohteessa, vaan saattavat samalla kuluttaa rahaa erilaisiin lisäpalveluihin. Niitä ovat muun muassa ravintola- ja kuljetuspalvelut, mahdollisuus ostosten tekoon sekä erilaiset kohteen lisäaktiviteetit. Kulttuuripalveluilla on lisäksi yksilötason vaikutuksia, sillä ne antavat mahdollisuuden itseilmaisuun, henkiseen kasvuun ja hyvinvointiin. (Riukulehto 2001, 14–15.) Etenkin lapsille kulttuurin suomat mahdollisuudet itseilmaisuun ja sosiaaliseen kanssakäymiseen ovat tärkeitä kasvun ja kehityksen kannalta.

2.2 Lastenkulttuuri ja sen merkitys lapsen kehittymisen kannalta

Lastenkulttuurilla tarkoitetaan 0 - 18-vuotiaille suunnattua kulttuuritoimintaa, johon he osallistuvat joko tekijöinä tai yleisönä. Lastenkulttuuri on hyvä erottaa termistä ”lasten kulttuuri”, jolla tarkoitetaan lasten itsensä ylläpitämää leikki- ja tapakulttuuria. Lastenkulttuuritoimintaa voidaan järjestää kaikilla aiemmin mainituilla taiteen aloilla. Lastenkulttuuritoimintaa ovat myös erilaiset lapsille suunnatut tapahtumat sekä laajasti ymmärrettynä liikuntaharrastukset. (Jauni 2009, 56–57.)

Suomi on pieni kulttuurialue, ja olemmekin pienuutemme vuoksi pystyneet säilyttämään oman, vahvan lastenkulttuurimme. Lastenkulttuurista löytyy monipuolisesti lasten mielipiteitä, kotimaisten kirjoittajien jännittäviä tarinoita, suomalaisia satuhahmoja sekä kansansatuja, uutta ja vanhaa lastenmusiikkia, kansanperinteitä sekä pelejä. (Koskiranta 2001, 105.)

Lastenkulttuuritoiminta on kuitenkin usein paradoksaalisesti aikuisten tekemää kulttuuria lapsille. Lasten laulut ovat aikuisten kirjoittamia ja säveltämiä, lasten teatteria tekevät yleensä aikuiset ja lasten kirjoja kirjoittavat aikuiset. (Karlsson 2006.) Matkailualan yrityksissäkin voitaisiin ottaa huomioon lasten näkökulma ja toiveet entistä useammin, kun suunnitellaan lapsille suunnattuja matkailutuotteita ja –palveluita. Aikuisten olisi hyvä olla enemmänkin toiminnan mahdollistajia kuin ”oikean ratkaisun” näyttäjiä.

Yhä useampi tutkija kokee, että kulttuuri ja taide-elämään osallistuminen ja niistä osalliseksi pääseminen edistävät ihmisen hyvinvointia ja terveyttä. Erityisesti lapsuusiän kokemusten katsotaan heijastuvan myöhempään elämään monin eri tavoin. Merkitykset eivät ole vain kulttuurissa itsessään, vaan toiminnan sosiaalisessa ja osallistavassa luonteessa. Lapsi saa kulttuuri- ja taidetoiminnan kautta kestäviä muistoja ja kokemuspohjaa, joiden varaan hän jäsentää olemassaoloaan ja identiteettiään. Lastenkulttuuri ehkäisee parhaimmillaan jopa myöhempiä ongelmia ja syrjäytymistä sekä auttaa lasta muodostamaan ehjän identiteetin ja minäkuvan. (Jauni 2009, 67–68.)

Taiteelliset peruskokemukset syntyvät lapselle musiikillista, kuvallista, tanssillista ja draamallista toimintaa, kädentaitoja ja lasten kirjallisuutta vaalivassa kasvuympäristössä. Taiteellisessa ympäristössä lapsella on ympärillään oppimisen iloa, muotoja, ääniä, värejä, tuoksua, tuntemuksia ja eri aistialueiden yhdistelmiä. Taiteeseen liittyy niin oppimiseen ja harjoitteluun liittyvää säännönmukaisuutta kuin mahdollisuuksia mielikuvitusmaailmaan. Taiteellisten kokemusten ja tekemisen kautta lapsi kehittyy sekä yksilönä että ryhmässä. Näiden varhaisten kokemusten varaan rakentuvat myös lapsen myöhemmät taidemieltymykset ja kulttuurinen arvostus. (Varhaiskasvatussuunnitelman perusteet 2005, 23–24.)

Kuten kulttuuri- ja urheiluministerimme Stefan Wallin (Wallin 2010) sanoi Turussa 11.4.2010 pitämässään puheessa, on tärkeää, että lapsille suunnattua kulttuuria löytyy muulloinkin kuin kesäsesonkina ja juhlapyhinä. Lastenkulttuuri luo ympärivuotisesti onnistumisen hetkiä, vahvistaa itsetuntoa, antaa mahdollisuuden ilmaista itseään sekä luo hyviä muistoja.

Kulttuuripalvelut tarjoavat lisäksi lasten luontaiselle energialle mielekkään ja merkityksellisen purkautumiskanavan sekä kannustavat luovuuteen. Niiden tulisikin olla kaikkien lapsiperheiden saatavilla, rahatilanteesta tai asuinpaikasta huolimatta.

3 SUOMALAISET LAPSIPERHEET KULTTUURIN KULUTTAJINA

3.1 Lapsiperhe Suomessa

Lapsiperhe on virallisten määritelmien mukaan perhe, johon kuuluu vähintään yksi kotona asuva alle 18-vuotias lapsi. Suomalaisessa lapsiperheessä asui Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan vuoden 2008 lopulla kotona keskimää-

rin 1,83 lasta, ja lapsiperheiden lopullinen lapsiluku oli keskimäärin 2,4 lasta. (Tilastokeskus 2009.) Lasten lukumäärä perhettä kohti onkin Suomessa melko pieni ja lasten huoltajat iältään yhä vanhempia.

Mitä koulutetummista naisista on kyse, sitä myöhemmin ja vähemmän he synnyttävät lapsia. Ensisynnyttäjien keski-ikä nousee jatkuvasti. Se on nykyään noin 28 vuotta ja yli 30-vuotiaita ensisynnyttäjiäkin on jo noin 58 prosenttia kaikista. Lasten hankintaa siirretään useimmiten opintojen keskeneräisyyden ja taloudellisen epävarmuuden takia. (Melanen 2007, 21.)

Perheitä oli Suomessa yhteensä vuoden 2008 lopussa 1 444 000 kappaletta, joista lapsiperheitä oli 585 000. Perheiden määrä oli kasvanut 6 700 perheellä edellisestä vuodesta, kun taas lapsiperheitä oli 2 500 vähemmän edellisvuoteen verrattuna. Lapsiperheisiin kuuluu tutkimuksen mukaan 41 % koko väestöstä, ja yleisin perhemuoto on edelleen avioparin perhe. (Tilastokeskus 2009.)

Lasten elämään vaikuttavat monet yhteiskunnassa tapahtuvat, nopeat muutokset; nykypäivän lapset kasvavat jo hyvin erilaiseen maailmaan kuin aiemmat sukupolvet. Yhteiskunnassa on havaittavissa globalisoitumista; välimatkat ovat lyhentyneet ja kulttuurit kohtaavat pienissäkin kaupungeissa. Suurimmalla osalla suomalaisista perheistä on aineellinen turvallisuus sekä hyvinvointi taattu, ja äitienkin on jo täysin tavallista käydä kokopäivätoissa. Vapaa-ajan vieton mahdollisuudet ovat lisääntyneet, mutta työelämän hektisyys tuntuu vievän paljon aikaa monilta lapsiperheiltä. Myös perheiden eri muodot ovat tulleet arkipäiväisemmiksi. (Anttila 2007.) Seuraavassa esiteltyjä perheen eri muotoja on käytetty myös tutkimuksen empiirisessä osiossa taustamuuttujina.

Avioparien muodostamia perheitä on lapsiperheistä 62 % ja avoparien muodostamia 18 %. Niitä perheitä, joissa asuvat yhdessä eri sukupuolta olevat, lapsen biologiset vanhemmat, joilla ei ole lapsia muista avioliitoista, kutsutaan ydinperheiksi. Yksinhuoltajaäitien muodostamia perheitä on kaikista lapsiperheistä 17 %, kun taas yksinhuoltajaisät ovat harvinaisia, vain alle 3 % lapsiperheistä. Saman sukupuolen rekisteröity pari on vanhempina 187 lapsiperheessä. Perheitä, jotka eivät muodostu perinteisen heteroseksu-

aalisen parisuhteen ympärille, on kutsuttu myös sateenkaariperheiksi. Uusperheitä oli vuoden 2008 lopussa 54 000. Uusperheessä on siis aina vähintään yksi alle 18-vuotias vain toisen vanhemman lapsi. Näitä lapsia oli lähes 78 000. Uusperheiden määrä on lisääntynyt noin 200 perheellä vuodesta 2007. (Tilastokeskus 2009.)

Liitteestä 2 (Ks. Liite 2.) huomataan, että avioparien lapsiperheet ovat vähentyneet vuosien mittaan ja avoparien muodostamat lapsiperheet lisääntyneet. Yksinhuoltajien lapsiperheiden määrä on sen sijaan pysynyt suhteellisen samana. Rekisteröityjen mies- ja naisparien lapsiperheiden määrä on kasvussa.

Kuten edellisistä faktoista voimme todeta ja kuten Tilastokeskus ilmoittaa Suomalainen lapsi 2007 –julkaisussaan, on lasten määrä väestöstä vähenemässä ja perhemuodot muuttumassa. Lapsiperheet ovatkin ”hupeneva luonnonvara” ja joka kymmenes lapsi jää perheensä ainoaksi. Myös perhemuodot ovat muutoksen kohteena; avopari on yhä useammin lapsen huoltajana ja uusperheiden määrä kasvaa hitaasti. (Tilastokeskus 2007, 31, 46.)

3.2 Suomalaisien perheiden vapaa-aika ja kulttuuripalvelujen käyttö

Lapset olisi hyvä tutustuttaa kulttuurin monipuoliseen tarjontaan jo varhain, jotta kulttuuripalveluilla riittää jatkossakin kuluttajia. Mitä nuorempina lapset tottuvat käyttämään erilaisia kulttuuripalveluja, sitä pienempi kynnys heillä on myöhemminkin vierailta kulttuuri- ja kulttuurimatkoille.

Suomalaisien vapaa-aikaa selvittäneen tutkimuksen mukaan suurin osa suomalaisista viettää vapaa-aikaansa katsellen televisiota, kuunnellen musiikkia, tietokoneen äärellä, liikuntaa harrastamalla tai kirjoja lukemalla. Sen sijaan konserteissa, teattereissa tai näyttelyissä useita kertoja kuukaudessa kertoo käyvänsä vain 5 % tutkimukseen vastanneista suomalaisista ja

16 % ilmoitti, ettei vietä vapaa-aikaansa edellä mainituissa paikoissa lainkaan. Elokuvissa useita kertoja kuukaudessa ilmoitti käyvänsä 2 % vastanneista, 80 % harvemmin ja 18 % ei koskaan. (Zacheus 2008, 77.)

Jallinoja puolestaan tarkastelee artikkelissaan suomalaisten harrastamista yhdessä perheenjäsenten kanssa. Artikkelissa esitelty tutkimus on tehty 7-17 – vuotiaiden lasten vanhemmille. Vastanneista miehistä 43 % ilmoittaa käyneensä kulttuuritilaisuudessa viimeisen vuoden aikana samassa taloudessa asuvien lasten kanssa, naisilla vastaava luku oli 59 %. Näyttelyssä ilmoittaa miehistä käyneen 29 % ja naisista 39 %. Kulttuuritilaisuuksiin osallistuminen sisältää teatterissa, elokuvissa, konserteissa tai muussa vastaavissa tilaisuuksissa käymisen. Näyttelyssä käyminen sisältää lisäksi museoissa käymisen. (Jallinoja 2009, 59–60.)

Kulttuurin harrastaminen yhdessä perheenjäsenten kanssa edellyttää usein kodin ulkopuolelle lähtemistä ja vaatii hieman enemmän vaivannäköä. Sen nähdään näin ollen olevan yhteydessä perhemyönteiseen ajattelutapaan, haluun viettää vapaa-aikaa perheen kanssa. (Mts. 60–61.)

Vuoden 2002 vapaa-aikatutkimus tukee lisäksi oletusta, että vanhempien harrastustoiminta vaikuttaa lasten ja nuorten harrastuksiin sekä vapaa-ajan viettoon. Korkeakulttuuria harrastavien vanhempien lapsilla on suurempi taipumus harrastaa itsekin korkeakulttuuria. Yhteiskunnallisesti passiivisten vanhempien lapset taas eivät useimmiten harrasta säännöllisesti kulttuuria. Heistä enemmistö on ollut harvemmin kuin kerran vuodessa mukana jossakin kulttuuri- tai taidejärjestön toiminnassa, kun yhteiskunnalliseen toimintaan vapaa-aikanaan aktiivisesti osallistuneiden vanhempien lapset puolestaan osallistuivat vähintään kerran kuukaudessa. (Helve 2009, 266.)

Lastenkulttuurikohteet ja -tapahtumat ovat aikuiselle ja lapselle hyviä mahdollisuuksia viettää hetki yhdessä puuhastellen ja irtautua arjesta. Siihen tulisi panostaa erityisen paljon, etenkin kun tänä päivänä työelämä tuntuu vievän suuren osan vanhempien ajasta ja voimavaroista.

Lasten vanhempien työelämän paineet ovat kasvaneet, ja vanhemmat viettävät yhä vähemmän aikaa lastensa kanssa vaativan työelämän takia.

Työssä koettu kiire ja työn epävarmuus kiristävät kotona perheenkin ilmapiiriä. Perhemyönteinen ajattelu on vielä harvinaista työelämässä, mutta sitä olisi tärkeää kehittää, sillä monet pienten lasten vanhemmat tekevät pitkää päivää. (Kohtaamispaikkana lapsuus 2001, 109.)

On merkittävää lapsen kasvun kannalta, että hän voi keskustella aikuisen kanssa näkemästään ja kokemastaan, saada vastauksia mieltä askarruttaviin kysymyksiin ja peilata omia mielipiteitään toisen ihmisen kanssa. Päiväkodeilla sekä kouluilla on aina rajallisesti aikaa käydä lasten kanssa kulttuurikohteissa ja siksi vanhempien tuki on ensiarvoisen tärkeää. (Lange 2001, 83.)

Lähes 70 prosentilla alle kouluikäisistä lapsista asuu ainakin yksi isovanhempi 20 kilometrin säteellä. (Tilastokeskus 2007, 71.) Tämä on tieto, jota voitaisiin hyödyntää kulttuurimatkailemismarkkinoinnissakin. Isovanhemmat, ja varmasti myös lapset, nauttivat takuulla yhteisestä ajasta ja antaisivat vanhemmille samalla hieman ”omaa aikaa”.

Suomalaisten lapsiperheiden tulot ovat kasvaneet selvästi viime vuosina, mutta silti yhä useampi lapsiperhe tilastoidaan pienituloiseksi. Pelkkä tulotaso ei siis kerro juuri mitään, tärkeämpää on se mihin tulot riittävät. Lapsiperheissä korostuvat usein välttämättömät kulutusmenot; asuminen, syöminen, vaatteet ja jalkineet. Lapsiperheiden kulttuuriin, vapaa-aikaan ja harrastamiseen liittyvät kulutuskohteet ovat suuntautuneet peleihin, leluihin, harrastus- ja ulkoiluvälineisiin sekä soittimiin. Lapsettomilla pareilla taas kulutus keskittyy kulttuuripalveluihin, lemmikkieläimiin ja ulkomaan matkoihin. Tietoliikennemenoihin liittyvä kulutus sen sijaan on lapsiperheissä kasvanut nopeimmin, lapsiperheissä esimerkiksi tietokone ja Internet-yhteydet ovat yleisempiä kuin muissa kotitalouksissa. Vuoden 2006 tutkimuksen mukaan 94 prosentilla lapsiperheistä on tietokone ja 90 prosentilla Internet-yhteys. (Tilastokeskus 2007, 289–291.)

3.3 Lapsi kulttuurin kuluttajana

Lapsilla on synnynnäinen halu tutkia, oppia, kerrata ja toistaa asioita. Lapselle ominaisia tapoja toimia, ajatella ja oppia ovat leikkiminen, liikkuminen, tutkiminen ja eri taiteen alueisiin liittyvä ilmaiseminen. Toimiessaan mielekkäällä ja merkityksellisellä tavalla lapsi kokee oppimisen ja onnistumisen iloa, vahvistaa käsitystä itsestään sekä omaa hyvinvointiaan. (Varhaiskasvatussuunnitelman perusteet 2005, 18–20.)

Lapselle leikit, liikunta, lukeminen, musiikin kuuntelu, soittaminen tai luonnossa liikkuminen eivät ole vain toimintaa ja käyttäytymistä. Ne ovat myös elämyksiä ja oppimista, jotka synnyttävät rakenteellisia valmiuksia, kykyjä suoriutua aikuisuudesta. (Lönqvist 2001, 7.)

Taiteellisten kokemusten intensiivisyys ja lumous virittävät lapsen toiminnallisuuden ja tempaavat mukaansa. Taiteessa lapsella on mahdollisuus kokea mielikuvitusmaailma, jossa kaikki on mahdollista ja leikisti totta. Lapsi nauttii taiteesta, taidoista ja ilmaisusta tehdessään sitä yksin sekä osallistuessaan tuotoksiin muiden kanssa. Taiteellisen kokemisen ja tekemisen kautta lapsi kehittyy yksilönä ja ryhmän jäsenenä. (Varhaiskasvatussuunnitelman perusteet 2005, 23–24.)

Lapsi kulttuurin kuluttajana, esimerkiksi teatterinäytöksen katsojana, ei poikkea aikuisesta paljonkaan. Lapsella on omat kokemuksensa, tietonsa, tunteensa ja odotuksensa, joiden perusteella hän lähestyy näytelmää. Lapsille ei tulisi tarjota kulttuurielämyksistä vain puolikasta, vaan kokonainen, taiteellinen kokemus. Hyvä lastenkulttuuri on monimuotoista, tosissaan ja taitavasti tehtyä eikä mahdollisimman halvalla ja helpolla koottua. Kulttuurielämyksellä täytyy olla jotain erityistä annettavaa juuri lapselle. (Lange 2001, 82.)

Lapsilla tulisi olla mahdollisuus kokea taiteellisia elämyksiä sekä aikaa ja tilaa tutkia vapaasti materiaaleja, testata ideoitaan ja harjoitella monipuolisesti taitojaan. Ja koska on kyse lapsista, välillä on tärkeää leikkiä ja peuhata ihan vain leikkimisen ilosta, ei sen takia, että toiminta kehittää eri osa-alueita.

3.4 Lapsilähtöisyys

Lapsilähtöisyys on varhaiskasvatuksen alalla käytettävä termi, jolla tarkoitetaan lasten intressien ja kiinnostuksen kohteiden asettamista toiminnan määrittäjiksi. Samanlaista ajatusmaailmaa voitaisiin tietyiltä osiltaan hyödyntää myös matkailualan yrityksissä ja etenkin kohteissa, joiden tärkeimpinä pääkohderyhminä ovat lapset ja lapsiperheet. Tällöin on tärkeää, että lapsen kanssa keskustellaan, hänen toiveitaan kuunnellaan ja häntä kohdellaan asiakkaana, siinä missä aikuistakin.

Kun toimintaa suunnitellaan lapsen näkökulmasta, voidaan lähtökohtana pitää lapsen luontaista uteliaisuutta ja tutkivaa asennetta ympäristöään kohtaan. Toiminnan tulisi olla konkreettista, toiminnallista, leikinomaista sekä elämyksellistä ja pohjautua pitkälti tutkimiseen ja kokeiluun. Kun toiminta ja oppiminen on lisäksi liitetty lapsen elämänpäiiriin ja kokemuksiin, on toiminta lapselle mielekästä ja merkityksellistä. (Hintikka, 2007a.)

Lapsilähtöisessä toiminnassa kannustetaan lapsia oma-aloitteisuuteen, luovuuteen, itsensä ilmaisuun ja tunteiden näyttöön. Toiminnasta on löydettävä jonkin verran joustavuutta ja tilanteen mukaan toimimista, kaikkea ei voi aikatauluttaa valmiiksi. Lapsille olisi hyvä luoda monipuolinen ja kokemuksellinen toimintaympäristö, jossa on kohtuudella valinnanvaraa. Täysin ”lasten pillin mukaan” toimimista lapsilähtöisyydellä ei kuitenkaan tarkoiteta, vaan toiminnalle täytyy asettaa tietyt rajat, jotka perustellaan lapselle. Toiminnan johdonmukaisuus sekä turvallisuuden tunne ovat lapselle myös tärkeitä. On lisäksi huomioitava lasten kehitystaso ja yksilöllisyys, kaikki saman ikäiset lapset eivät välttämättä ole kehitystasoltaan samassa vaiheessa. (Hintikka, 2007b.)

Lapsilähtöisyys vaatii toiminnan ohjaajalta lapsen kunnioittamista ja huomioimista. Ohjaajan täytyy osata käyttää työssään tutkimista ja ihmettelyä tukevia menetelmiä, havainnoida toimintaa ja toimia tilanteen vaatimalla tavalla. Sukeltaminen lasten maailmaan tuo mukanaan myös tietynlaista epävarmuutta, jolloin improvisointi ja tilannetaju ovat tärkeitä ominaisuuksia

ohjaajalle. Lapsilähtöisessä toiminnassa on hyvä tarttua aiheisiin, joista lapset keskusteleivat luonnostaan ja hyödyntää heidän omaa osaamistaan, kokemuksiaan ja oma-aloitteisuuttaan. (Hintikka, 2007a.)

Aidosti osallistava ohjaaja antaa muille tilaa ympäriltään ja todella kuuntelee lapsia, ei vain kuule. Hän etsii lasten kiinnostuksen kohteet ja luo ympärilleen seikkailunhalua ja lapsenmielisyttä. Tärkeintä toiminnassa ei olekaan lopputulos, vaan tekemisen ilo. Lapsilähtöinen ohjaaja myös luottaa lapsiin ja asettaa etusijalle lapsen tarpeet, edun ja hyvinvoinnin. (Hintikka, 2007b)

4 MATKAILUN JA KULTTUURIN YHTEISTYÖ

Matkailussa, kulttuurimatkailu mukaan luettuna, on karkeasti määriteltynä kyse ihmisten liikkumisesta ja toimimisesta päivittäisen asuin- ja työympäristönsä ulkopuolella. (Vuoristo 1998, 20.) Matkailu perustuu pitkälti ihmisten vaihtelunhaluun. Sillä haetaan vaihtelua arkirutiineihin sekä tuttuun työ- ja asuinympäristöön. Tavoitteena on tällöin löytää kohde, joka joko poikkeaa mahdollisimman paljon tutusta kotimiljööstä tai täydentää sitä joltakin osin. (Mts. 29.) Matkailu on usein mahdollista vasta, kun ihmisen perustarpeet on jo tyydytetty ja tuloylijäämää voidaan käyttää toissijaisiin tarpeisiin. Tämän lisäksi vapaa-aika on tärkeä matkailua synnyttävä elementti. (Mts. 32.)

Kulttuuri on yksi tärkeimmistä matkustusmotiveista kotimaan matkailussakin. Ihmiset haluavat nähdä asioita, joihin eivät jokapäiväisessä elämässään törmää. He haluavat vaihtelua arkeen käymällä teatterinäytöksissä tai konserteissa. He voivat myös etsiä täydennystä omaan kotimiljööseensä, tutustumalla esimerkiksi tarkemmin oman kotikaupunkinsa historiaan.

Suuri osa Suomen kulttuurivetovoimasta sijaitsee Etelä- ja Lounais-Suomessa, niin sanotulla Kulttuurialueella. Kulttuuritarjonta tällä alueella on monipuolista sekä runsasta, ja keskittyy pääkaupunkiseudulle, pääradan

varren kaupunkeihin sekä rannikon perinteisiin matkailukaupunkeihin, kuten Turkuun. (Mts. 95–98.)

4.1 Kulttuurimatkailu

Kuten kulttuurin, myös kulttuurimatkailun määritelmiä on lukemattomia. Useimmissa määritelmissä kulttuurimatkailu nähdään kuitenkin matkailun muotona, joka korostaa kohteiden, elämysten ja aktiviteettien kulttuurillisia, kulttuurihistoriallisia ja taiteellisia piirteitä. Kulttuurimatkailussa keskeistä on kulttuurikohteista, eri kulttuureista ja aktiviteeteista oppiminen sekä niiden ymmärtäminen. Kulttuurimatkailun piiriin voidaan nykyään lukea korkeakulttuurin lisäksi myös populaarikulttuuri, jokapäiväinen kulttuuri ja elämäntavat, erilaiset alakulttuurit sekä etniset kulttuurit. (Mikkonen, Pasanen & Taskinen 2008, 11.)

Suomen valtakunnallisen matkailustrategian mukaan kulttuurimatkailu on määritelty matkailuksi, jossa tuotetaan alueellisia sekä paikallisia kulttuurin voimavaroja arvostaen erilaisia matkailutuotteita sekä - palveluita. Tavoitteena on luoda elämyksiä ja mahdollisuuksia tutustua erilaisiin kulttuuriin voimavaroihin, oppia niistä sekä osallistua niihin, niin paikallisille kuin alueen ulkopuolisillekin. (Matkailun edistämiskeskus 2008, 5.)

Kulttuurimatkailun voimavaroina pidetään kaikkea ihmisten aikaansaamaa ja muokkaamaa; historiaa, kulttuurimaisemia, rakennettua ympäristöä, arkeologisia kohteita, museoita, esittävää taidetta, visuaalista taidetta, tapahtumia, käsitöitä, kieltä, makuja, perinteitä, tapoja, arvoja, aatteita, elämäntyyliä, uskontoa, luonteenpiirteitä sekä saavutuksia tieteessä, taiteessa, teknologiassa ja elinkeinoissa. (Mts., 5.)

Kulttuuriympäristö on vetovoimatekijä, joka luo kulttuurimatkailua. Kulttuuriympäristö koostuu erilaisista kyseiselle kulttuurille ominaisista seikoista, kuten rakenteista ja rakennuksista, tyyli suunnista, maankäyttömuodoista sekä

kulttuurimiljöistä, jotka ilmenevät maisemallisina ja alueellisina kokonaisuuksina. Kiinteää kulttuuriympäristöä täydentää väestö tapoineen, perinteineen, juhlineen ja muine toimintoineen. Oma kulttuurimatkailun tyyppinsä on historiallinen, museoitu kulttuuriympäristö, joka sekin voidaan herättää eloon esimerkiksi erilaisten tapahtumien tai näytösten avulla. (Vuoristo 1998, 216.)

Kiinnostus kulttuurimatkailua kohtaan on kasvanut kaikissa ikäluokissa viime vuosina. Suosiota on selitetty muun muassa sillä, että matkailijat ovat kyllästyneet perinteisiin matkailun muotoihin ja haluavat jotain uutta. Lisäksi ihmisten vapaa-ajan, koulutuksen ja käytettävissä olevien tulojen kasvu on johtanut kulttuurituotteiden lisääntyvään kulutukseen. (Mikkonen, Pasanen & Taskinen 2008, 12.)

4.1.1 Museot kulttuurimatkailukohteina

Museot ovat matkailijoita innostavia vetonauloja kaikkialla maailmassa. Aurajokialueenkin kulttuurimatkailukohteista suuri osa lukeutuu museokohteisiin.

Museoilla on matkailullisen merkityksen lisäksi tärkeä kasvatuksellinen ja opetuksellinen tehtävä, sillä siellä pääsemme vuorovaikutukseen historiamme kanssa. Museot ovatkin muuttuneet vierailukohteista aktiivisiksi oppimisen paikoiksi. Enää ei riitä, että museossa huolehditaan vain kokoelmista, täytyy huolehtia myös asiakkaista. Museoissa voi toimia lisäksi niin sanottuja innostajia, jotka saavat työnsä ohessa selville tietoa vierailijoista ja heidän tarpeistaan sekä toiveistaan. Tämän pohjalta museossa voidaan suunnitella uusia projekteja, kohderyhmille sopiviksi. (Kurki 2008, 168–169.)

Kävijälle tulee jäädä museovierailusta tunne, että hän on todella kokenut ja oppinut jotakin. Ihmisiä kiinnostavat hyvin erilaiset asiat, joten pitkästymisen vaara saattaa museossa olla suuri. Asioista ei tulisikaan esitelmöidä liian pitkään tai tylsästi, vaan pitäisi pyrkiä välittämään perusinformaatio ja tämän jälkeen antaa kävijälle mahdollisuus vapaaehtoisuuteen; kävijä voi liikkua

omassa rytmissään ja välillä vaikka poistua kierrokselta. Museokokemus, siinä missä muutkin matkailukokemukset, on aina persoonallinen. (Mts. 171.)

Etenkin lasten kanssa olisi ihanteellista, mikäli jonkinasteinen mahdollisuus vapaaehtoisuuteen pystyttäisiin luomaan. Lapset eivät välttämättä jaksakaan keskittyä samaan asiaan pitkään ja heidän kanssaan voi olla vaikeaa noudattaa erilaisia aikatauluja ja suunnitelmia.

Museossa toimivan innostajan ja asiakkaiden välinen suhde on vierailun yksi tärkeimmistä elementeistä. Innostajan tulee olla aidosti kiinnostunut puhumastaan asiasta ja vakuuttunut sen tärkeydestä. Innostajan tulisi myös tuntea käsittelemänsä aiheet syvemmin, ei pelkkien fraasien avulla. Jokainen ryhmä on erilainen, joten innostajan pitäisi osata vastata juuri tietyn ryhmän tarpeisiin. Näin museokäynnistä saadaan dialoginen tapahtuma, ei pelkkää kiertelyä. Tällöin asiakkaat osallistuvat itse matkailutuotteen tuottamiseen. (Kurki 2008, 172.)

Varsinkin lasten kanssa toimittaessa, on innostamisen ja motivoinnin taito tärkeää, sillä he elävät mielikuvien ja tutkimisen kautta. Toiminnallisuus ja itse tekeminen ovat lapsille olennaisia toiminnan muotoja.

Museoissa voidaan järjestää monenlaista muutakin aktiviteettia ja oheispalveluja kuin ohjattuja kierroksia. Mahdollisuuksia ovat muun muassa työpajat, informaatiopakettit, tehtävävihkoset, videoesitykset, ohjelmanumerot, matkamuistomyymälät, kahvilat sekä ravintolat. (Mts.172.)

4.1.2 Kulttuurimatkailija

Kulttuurimatkailija hankkii usein mielellään uutta tietoa ja oppii uusia asioita. Hän pitää itsensä kehittämisestä, niin henkisesti kuin fyysisestikin. Tähän oppimiseen voi sisältyä voimakasta elämyksellisyyttä, onhan kyse kuitenkin vapaa-ajan toiminnosta. Kulttuurimatkailijan kiinnostuksen kohteina voivat olla niin historialliset nähtävyydet, taidemuseot, rock-konsertit kuin myytit, nostalgia tai hiljaisuus. (Lehtonen 2009.)

Kulttuurimatkailijoista voidaan erotella matkailijat, joille kulttuuri on ensisijainen matkustusmotiivi sekä matkailijat, joille kulttuuri on toissijainen tai satunnainen motiivi. Mikkosen, Pasasen ja Taskisen teoksessa on esitetty Bywaterin (1993) teoria, jonka mukaan kulttuurimatkailijat voidaan jakaa motiivien ja kulttuurin kiinnostuksen asteen mukaan kolmeen luokkaan; *kulttuurisesti motivoituneisiin, kulttuurisesti innostuneisiin ja kulttuurista kiinnostuneisiin matkailijoihin*. Kulttuurisesti motivoituneet matkailijat ovat laajasti kiinnostuneet kulttuurista ja matkustavat usein kulttuurin vuoksi. Kulttuurisesti innostuneet matkailijat taas matkustavat kulttuurin vuoksi, mutta vain muutamiin haaveidensa kohteisiin. Pääosa kulttuurimatkailijoista kuuluu kuitenkin kulttuurista kiinnostuneiden matkailijoiden ryhmään, joille ensisijainen matkustusmotiivi on jokin muu kuin kulttuuri, mutta matkakohteessa ollessaan he hyödyntävät kohteen kulttuuritarjontaa. (Mikkonen, Pasanen & Taskinen 2008, 11.)

Kun kulttuurikohteessa vierailee lapsiperhe, saattaa perheestä löytyä kaikkia edellä mainittuja kulttuurimatkailijan muotoja. Heidän kaikkien tarpeet tulisi huomioida matkailutuotteita ja – palveluja suunniteltaessa sekä toteutettaessa.

4.2 Kulttuurin matkailullinen tuotteistaminen

4.2.1 Matkailutuote

Boxberg ja Komppula (2002, 92.) määrittelevät matkailutuotteen seuraavasti:

Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotantoprosessiin.

Matkailutuote on perimmäiseltä luonteeltaan palvelu, joten sen tarkastelussa painottuvat palvelujen markkinointiin liittyvät erikoispiirteet; tuotteen aineettomuus, varastoimattomuus, muiden asiakkaiden vaikutus tuotteen käyttöön sekä tuotteen käytön kokemuksellisuus ja henkilökohtaisuus. Matkailutuote yleensä myös tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, esimerkiksi ohjatut museokierrokset. Palvelun aineettomuus aiheuttaa myös sen, että sen laadun mittaaminen on hankalaa eikä epäonnistunutta palvelukokemusta ei voida palauttaa. (Mts. 10–11.) Samakin asiakas voi eri tilanteissa ja eri aikoina kokea saman palvelun eri tavalla. Myös toiset asiakaspalvelutilanteessa olevat asiakkaat saattavat vaikuttaa koettuun lopputulokseen.

Tunnetuin matkailutuotteesta käytetty määritelmä esittää matkailutuotteen pakettina, joka koostuu viidestä komponentista: kohteen vetovoimatekijät, kohteen palvelut, saavutettavuus, mielikuvat kohteesta sekä hinta. (Boxberg & Komppula 2002, 11.)

Matka on matkailijalle aina yksi kokemus, kokonaismatkailutuote, joka alkaa matkan suunnittelusta ja päättyy kotiinpaluuseen. Tämä kokonaistuote on palvelupaketti, johon kuuluu sekä aineellisia että aineettomia osia, ja joka perustuu johonkin toimintaan kohteessa. Jotta matka olisi onnistunut ja kohteen kokonaismatkailutuote olisi vetovoimainen ja tarjoaisi laadukkaita palveluja, pitäisi kohteen yritysten ja muiden toimijoiden pystyä kokoamaan palvelut edellä mainitun komponenttimallin mukaisesti yhteen ilmentämään yhteistä kohdeimagoa. Matkailutuotteen tuotekehityksessä on pitkälti kyse yritysten ja vetovoimakohteiden yhteistyöstä, jonka avulla kehitetään kohdetta kokonaisuutena. (Mts.12–13.) Kulttuurimatkailussa yhteistyö kulttuurialan toimijoiden sekä matkailualan toimijoiden välillä onkin äärimmäisen tärkeää.

Kun matkailutuote koostuu monen yrityksen palveluelementeistä, on jokaisen vastattava omalta osaltaan onnistumisesta. Asiakas ei tee eroa eri toimijoiden välillä, vaan hän näkee matkailutuotteen kokonaisena pakettina ja heikoin lenkki voi pilata koko elämyksen. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 220–221.)

Matkailutuotteeseen kohdistavat siis omia odotuksiaan niin asiakas, tuottaja, jälleenmyyjä kuin itse toimintaympäristökin. Nämä odotukset tukevat

parhaimmillaan toisiaan, mutta voivat olla myös voimakkaassa ristiriidassa keskenään. (Boxberg & Komppula 2002, 90.) Tämä tulee tuotekehityksessä ottaa huomioon ja miettiä minkä ryhmän vaatimuksia sekä odotuksia halutaan täyttää. Hyvän matkailutuotteen ominaisuuksia on listattu tarkemmin näiden neljän eri toimijan näkökulmista liitteessä 3. (Ks. Liite 3.)

Matkailutuote ei ole koskaan valmis tai lopullinen, vaan tarvitaan jatkuvaa tuotekehitystä, jotta tuote vetoaisi sekä entisiin että uusiin asiakkaisiin (Vuoristo 1998, 180.). Kun matkailutuote on tarkkaan mietitty ja sen sisältö selkeästi kuvattu kaikille eri toimijoille, on myyminenkin helpompaa. Tuote on tällöin helposti viestittävässä markkinointiviestinnän avulla, kohderyhmän saamat edut ja hyöty voidaan esitellä, tuote ammattimainen ja uskottava, laatutason määrittely ja arviointi sekä hinnoittelu helpottuvat. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 222–223.)

4.2.2 Tuotteistaminen

Kulttuurin voimavarojen matkailullisella tuotteistamisella tarkoitetaan asiakaslähtöisten, eri kohderyhmille suunnattujen, helposti hankittavien, kulttuuriin pohjautuvien matkailutuotteiden ja – palveluiden aikaansaamista, markkinointia ja myyntiä. Tämä edellyttää kulttuurin ja matkailun toimialojen yhteistyön tiivistämistä, ennakointia, tietopohjan, tilastoinnin ja seurannan vahvistamista. (Opetusministeriö 2008, 8.)

Matkailun edistämiskeskus on määritellyt kansainvälisille markkinoille suunnatussa kulttuurimatkailun kehittämisstrategiassaan tavoitteeksi, että matkailuyrittäjät pystyvät hyödyntämään tehokkaasti kulttuuritoimijoiden osaamista ja kulttuurisisältöjä omassa liiketoiminnassaan ja päinvastoin. Näin syntyneitä vetovoimaisia, laadukkaita ja oikein hinnoiteltuja kulttuurimatkailutuotteita on myynnissä eri matkailun jakelukanavissa. Lisäksi tavoitteena olisi, että tarjonta löytyy helposti sähköisestä mediasta sellaisessa muodossa, että asiakkaat pystyvät helposti myös itse kokoamaan niistä itselleen haluamaansa kokonaisuuden. Kulttuurikohteiden laadun edistäminen ja asiakastuntemuksen

kerryttäminen ovat tärkeitä tarjonnan kehittämisessä asiakaslähtöiseksi. (Matkailun edistämiskeskus 2009, 7.) Sama tavoite voisi olla toimia pienemmässä mittakaavassa, alueellisilla matkailun- ja kulttuuritoimijoilla.

Matkailumarkkinoinnin ongelmana on Suomessa pidetty sitä, ettei meillä ole riittävästi myytäviä matkailutuotteita. Kotimaanmatkailijat varaavat usein kuljetuksen, majoituksen ja ohjelmapalvelut erikseen, suoraan palvelujen tuottajilta. Näin ollen he rakentavat oman kokonaismatkailupaketkinsa itse. Tuotteistamisessa kohteiden tarjoamat mahdollisuudet muokataan tuotteiksi, joilla on selkeä arvoa tuottava ydin sekä hinta. Tuotteistamisessa on pitkälti kyse uusien tuotteiden kehittämisestä. Siinä matkailijoille pyritään luomaan maksullisia mahdollisuuksia kokea elämyksiä tekemällä jotakin, jossakin, jonkin aikaan ja johonkin hintaan. (Boxberg & Komppula 2002, 92–93.)

Tuotteen asiakaslähtöinen määrittely ja tuotepäätökset ovat matkailuyritykselle tärkeä markkinoinnin kilpailukeino, sillä ilman tarjottavia tuotteita tai palveluita ei tarvitse miettiä hintoja tai markkinointiviestintääkään. Mikäli tuote on alusta asti suunnattu väärille kohderyhmille tai mennyt muutoin vikaan, ei sitä mainonta enää pelasta. Koska matkailutuote on perimmäiseltä luonteeltaan usein palvelua, elämyksiä ja kokemuksia, tarvitaan tuotteistamista, jotta asiakas ymmärtää mitä ja millaisia palveluja hän on ostamassa ja niistä saamansa hyödyn. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 220.)

Asiakkaan näkökulmasta matkailutuote, jonka jokaisen palan joutuu itse rakentamaan, voi ymmärretysti tuottaa mielikuvan hankalasta ostoprosessista. Kulttuurimatkailutuotteiden tunnettuus on lisäksi usein vähäistä, ja vähenee mitä kauemmas kohteesta mennään.

Välttämättä ajattelu perinteen lyömisestä puhtaasti rahoiksi ei ole kannattavaa. Asiakkaan näkökulmasta tuote on tärkeä ja sillä voi olla pitkäkestoisiakin muistojälkiä, siihen kannattaa siis panostaa. Halvalla ja nopeasti tuotettuja matkailutuotteita voi lisäksi olla vaikea markkinoida ja myydä. On tärkeää saada aikaan palveluja ja tuotteita, joita todella halutaan sekä kaivataan.

4.2.3 Tuotekehitys

Kun matkailutuote on saatu markkinoille, on sen kehittäminen tärkeää, jotta saadaan pidettyä vanhat asiakkaat tyytyväisinä ja houkutelua uusia.

Tuotekehitys pitää yrityksen ajan tasalla ja auttaa menestymään luomalla uusia tuotteita tai parantamalla olemassa olevien laatua. Tuotekehityksen tavoitteena voi myös olla puhtaasti myynnin lisääminen. Asiakkaiden muuttuneet kulutustottumukset tai kilpailutilannekin voivat tehdä tuotekehityksestä tarpeellisen välineen yritykselle. (Boxberg & Komppula 2002, 94.)

Tuotekehityksen vaihtoehtoja ovat; halvemman mallin kehittäminen vanhasta tuotteesta, paremman mallin kehittäminen vanhasta tuotteesta tai täysin uuden tuotteen kehittäminen. (Vuoristo 1998, 180.) Tuotekehityksen muotoina voidaan tarkennetummin nähdä muun muassa seuraavat vaihtoehdot: 1. uudet innovaatiot eli kokonaan uudet tuoteideat, joiden kohdemarkkinoitakaan ei ole vielä tarkennettu, 2. uudet liiketoiminnot eli uudet palvelut markkinoille, joille jo tarjotaan samaa tarvetta tyydyttävää tuotetta, 3. uudet tuotteet nykyisille asiakkaille, 4. nykyisen valikoiman laajentaminen, 5. olemassa olevan palvelutuotteen parannukset sekä 6. tyylinmuutos; vähäiset muutokset varsinaisessa palvelutuotteessa. (Boxberg & Komppula 2002, 93.)

4.3 Paikallinen kävijä turkulaisessa kulttuurimatkailuyrityksessä

Perinteisten matkailun määritelmien mukaan matkustaja, joka ei yövy kohteessa ei ole matkailija. Kyseiset vierailijat lasketaan matkailun tilastoissa päiväkävijöiksi. Oman kotikuntansa alueella liikkuva päiväkävijä voi kuitenkin itse kokea olevansa matkailija, jos kohteet eivät ole osa hänen jokapäiväistä elinympäristöään. Päiväkävijät voivat olla myös taloudellisesta näkökulmasta matkailuyrittäjälle aivan yhtä arvokkaita asiakkaita kuin kaupunkiin majoittuvat matkailijatkin. Tämän vuoksi paikallisten asukkaiden virkistysharrastus saattaa olla matkailuyrittäjälle tärkeä tulonlähde, vaikkakaan se ei virallisten määritelmien mukaan ole matkailua. (Boxberg & Komppula 2002, 9-10.)

Turun kulttuurimatkailun sesonkiaika on kesällä, jolloin kaupungissa on paljon tapahtumia ja kohteiden aukioloajat ovat laajemmat. Erityisesti kesäsesongin ja juhlapyhien ulkopuolisina aikoina paikalliset päiväkävijät tuovat yrittäjille tärkeitä tuloja.

Paikallisväestöllä on usein myös erilainen näkemys tutun kotikaupunkinsa kohteista matkailijoihin verrattuna. Paikallisten kokemusmaailma on matkailijoita arkisempi, kun taas matkailijoilla on rennompi ja uusille vaikutteille avoimempi asenne, mikä osaltaan auttaa myös matkailuyrittäjää luomaan ja ylläpitämään kohteessa kokemusta tietynlaisesta tunnelmasta. (Toivonen & Ylätaalo 2004, 47.)

Turun keskiaikaisilla markkinoilla tehdyn asiakastutkimuksen mukaan paikallisväestö kokee Turun kulttuuritarjonnan olevan monipuolista ja kattavaa. Vastaajista 46 % koki Turussa olevan paljon aitoja alkuperäisiä nähtävyyksiä. Historiallista arkkitehtuuria oli 45 % mielestä paljon. Museoita ja kulttuurinähtävyyksiä koki enemmistö vastaajista myös olevan runsaasti. Suurin osa piti omaa kotikaupunkiaan kulttuurisesti erottuvana alueena ja 19 % erittäin paljon erottuvana. (Toivonen & Ylätaalo 2004, 85–88.)

5 TUTKIMUKSEN VAIHEET

5.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoite

Tutkimuksella on aina jokin tarkoitus tai tehtävä, joka ohjaa tutkimusstrategisia valintoja. Tutkimuksen tarkoitus voi olla kartoittava, kuvaileva, selittävä tai ennustava. Samaankin tutkimukseen voi kuitenkin sisältyä useampia tarkoituksia ja ne voivat muuttua tutkimuksen edetessä. (Hirsjärvi ym. 2001, 127.)

Tähän tutkimukseen on valittu kuvaileva tarkoituserä. Kuvaileva tutkimus dokumentoi ilmiöistä keskeisiä, kiinnostavia piirteitä tai esittää tarkkoja kuvauksia henkilöistä, tapahtumista ja tilanteista (Hirsjärvi ym. 2001, 128). Opinnäytteen tarkoituksena on kuvailla turkulaisten lapsiperheiden vierailua oman kotikaupunkinsa kulttuurimatkailukohteissa.

Työn tavoitteena on kuvailla turkulaisten lapsiperheiden vierailua paikallisissa kulttuurimatkailukohteissa ja tämän myötä lisätä ymmärrystä lapsiperheiden kulttuurin kuluttamisesta sekä heidän tarpeistaan ja toiveistaan Aurajokialueen kulttuurimatkailutarjontaa kohtaan. Tutkimustulokset on tarkoitettu toimeksiantajan käyttöön lasten kulttuurimatkailun kehittämiseksi.

Tutkimusongelma ja osaongelmat

Tutkimuksessa on aina mahdollisuuksien mukaan syytä pyrkiä esittämään tutkimusongelma mahdollisimman selkeästi ja tarkkarajaisesti, pääongelman avulla. Pääongelman analysointi ja täsmentäminen voi johtaa siihen, että tutkimukselle saadaan vielä niin sanottuja osaongelmia. Pääongelma on usein yleisluontoinen kysymys, joka auttaa hahmottamaan tutkittavaa kokonaisuutta. (Hirsjärvi ym. 2001, 114.)

Pääongelma tässä tutkimuksessa on, *millaisissa kulttuurimatkailukohteissa turkulaiset lapsiperheet vierailevat?* Vastausta etsitään seuraavien osaongelmien avulla; Mistä he saavat tietoa eri kohteista ja tapahtumista? Mitkä eri kulttuurimatkailukohteet ovat heille ennestään tuttuja ja miten usein he vierailevat niissä? Miten lapsiystävällisinä he kokevat eri kohteet? Mikä saa heidät vierailemaan tutuissa kohteissa uudelleenkin? Mitkä eri taiteenalat ovat perheiden mielestä erityisen kiinnostavia? Mitä eri oheispalveluita he toivovat kulttuurimatkailukohteista löytyvän? Mikä saisi heidät vierailemaan kohteissa useamminkin? Miten he itse kehittäisivät lasten kulttuurimatkailua? Vastauksia edellä lueteltuihin kysymyksiin pyrittiin hakemaan kyselylomakkeiden avulla. Kysymysten asettelut vanhemmille jaetussa lomakkeessa pohjautuvat näihin tutkimuksen osaongelmiin.

5.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmäksi työlle on valittu kvantitatiivinen lähestymistapa, jonka avulla halutaan selvittää edellisessä kappaleessa mainittu tutkimusongelma sekä sen osaongelmat.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeistä ovat 1. *aineiston keruun suunnitelma*; on tärkeää huomioida, että aineisto soveltuu määrälliseen mittaamiseen, 2. *koehenkilöiden valinta*; määritellään perusjoukko, josta otetaan otos, 3. *muuttujien saanti taulukkomuotoon ja aineiston saattaminen tilastollisesti käsiteltävään muotoon* sekä 4. *päätelmien teko* havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin perustuen. (Hirsjärvi ym. 2001, 129.)

Tutkimusongelman ratkaisemiseksi laadittiin puolistrukturoitu kyselylomake, joka on helppo muuttaa määrälliseen muotoon ja analysoida. Aineisto syötettiin SPSS - ohjelmaan, jonka avulla se saatiin tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Vastaukset esiteltiin sekä kirjallisesti että graafisesti.

5.3 Tutkimuksen otos

Tutkimuksen otoksena ovat turkulaiset lapsiperheet, joilla on vähintään yksi alle 12-vuotias lapsi. Tavoitteena oli saada vähintään 200 vastausta, jotta tutkimusta voitaisiin pitää luotettavana ja vastauksia yleistettävissä olevina. Tavoitteesta jouduttiin kuitenkin joustamaan, kun pääasiallisiksi suunniteltuihin kyselykohteisiin, eli lapsille suunnattuihin tapahtumiin, saapuikin reilusti odotettua vähemmän lapsiperheitä. Aikataulu opinnäytetyön tekemiseen oli tiukka eikä lisää vastauksia ollut enää mahdollista jäädä keräämään. Vastausten keräily yksin oli yllättävän haastavaa ja aikaa vievää, etenkin kun toteutusmuotona oli informatiivinen kysely.

Kyselyyn saatiin yhteensä 75 vastausta. Otoksen jäädessä niinkin pieneksi, voidaan tuloksia pitää suuntaa antavina enemmän kuin täysin yleistettävissä

olevina. Otoksen jäädessä pieneksi, voidaan myös ajatella, että toinen tutkimustapa olisi voinut tuottaa onnistuneemman tuloksen.

Perheet valittiin satunnaisotoksella, kysymällä mahdollisimman monelta kohteesta löytyvältä henkilöltä kiinnostusta osallistua opinnäytetyöhön. Kriteereinä oli, että perheen tulee olla turkulainen ja heillä on oltava vähintään yksi alle 12-vuotias lapsi. Kyselyitä pyrittiin jakamaan tasaisesti eri kellaikoihin, eri-ikäisten lasten vanhemmille ja eri paikoissa, jotta saataisiin mahdollisimman kattava otos. Suurin osa suostui kyselyyn vastaamaan, osa jouduttiin kuitenkin jättämään tutkimuksen ulkopuolelle erinäisistä tutkimuksen rajaukseen liittyvistä syistä, esim. väärä paikkakunta tai liian vanhat lapset. Suorat kieltäytymiset johtuivat usein kiireestä, lasten malttamattomuudesta tai perheen mielenkiinnon puutteesta aihetta kohtaan.

5.4 Aineiston keruu ja analysointi

Tutkimuksen empiirinen osa toteutettiin keväällä 2010. Maaliskuun aikana suunniteltiin ja laadittiin kyselylomake, yhdessä ohjaavan opettajan sekä toimeksiantajien kanssa. Huhtikuun ensimmäiset kolme viikkoa kerättiin kyselyihin vastauksia, informoidun kyselyn keinoin. Tämän jälkeen vastaukset syötettiin tilasto-ohjelmaan ja analysoitiin.

Informoidussa kyselyssä tutkija jakaa kyselylomakkeet henkilökohtaisesti paikkoihin, joissa tutkimuksen kohdejoukot ovat tavoitettavissa. Tutkija kertoo tutkimuksen tarkoituksesta, selostaa kyselyä ja vastaa kysymyksiin jakaessaan lomakkeita. Vastaajat täyttävät lomakkeet omalla ajallaan ja palauttavat sovitusti. (Hirsjärvi ym. 2001, 183 - 184.)

Kyselytutkimuksen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto. Se on menetelmänä tehokas, sillä se säästää tutkijan aikaa ja vaivaa. Huolellisesti suunniteltu kyselylomake voidaan käsitellä ja tallentaa nopeasti sekä analysoida se eri ohjelmien avulla. Kyselytutkimukseen liittyy kuitenkin myös heikkouksia; aineisto saattaa jäädä hyvin pinnalliseksi ja tulosten tulkinta

osoittautua ongelmalliseksi. Tutkija ei myöskään voi olla varma, miten vakavasti vastaajat ovat suhtautuneet tutkimukseen, miten onnistuneita vastausvaihtoehdot ovat olleet tai miten hyvin vastaajat ovat perehtyneet kyselyn aihealueeseen. (Hirsjärvi ym. 2001, 182.)

Kyselylomakkeilla mitattiin muun muassa lapsiperheiden tietolähteitä, erilaisten kulttuurikohteiden tunnettuutta sekä niiden lapsiystävällisyyttä, toivottuja oheispalveluita ja lapsiperheitä kiinnostavimpia taiteenaloja. Lisäksi lomakkeen alusta löytyy perheiden taustaa selventäviä kysymyksiä.

Aineiston keruu suoritettiin lapsiperheiden suosimissa paikoissa, eri puolilla kaupunkia. Vastauksista 25 kpl saatiin Turun pääkirjaston lasten osastolta, 20 kpl lapsiperheille suunnatusta Turun Lasten päivä –tapahtumasta, 12 kpl Cygnaeuksen koulun iltapäiväkerhosta, 10 kpl leikkipuistoista, 4 kpl lasten musiikkikonsertista, 2 kpl tivolistä sekä 1 kpl elokuvateatterista. Yhden lomakkeen täyttöpaikka oli jäänyt merkitsemättä. Kyselyyn vastanneista 61 % (46 kpl) oli naisia, 20 % (15 kpl) miehiä ja 19 % (14 kpl) oli merkitsemättömiä lomakkeita. Pysin kirjoittamaan vastauspaikan lomakkeen yläkulmaan aina huoltajan palauttaessa vastauksensa minulle. Mikäli olin nähnyt tai olin muuten varma siitä, täyttikö kyselyn mies vai nainen, merkitsin myös tämän myöhempää käyttöä varten lomakkeeseen. Joissain tapauksissa kysely luovutettiin pariskunnalle, jolloin en voinut olla varma siitä kumpi lomakkeen lopulta täytti.

Näissä edellä mainituissa kohteissa oli mahdollisuus saada otokseen myös niitä perheitä, jotka eivät välttämättä kulttuurimatkoissa usein vieraile. Paikkojen valinnassa huomioitiin myös se, että vanhemmilla oli rauhassa aikaa vastata kun lapset puuhastelivat itsenäisesti muuta. Kaikista kyselypaikoista varmistettiin etukäteen lupa suorittaa kyselyjä. Kaikille kyselyyn vastanneille pyrittiin lisäksi kertomaan mistä työssä on kyse, työn luottamuksellisuudesta sekä vastaamisen tärkeydestä. Samat asiat mainitaan myös kyselylomakkeen alussa.

Kyselyn vastausten analysointiin käytettiin SPSS-ohjelmistoa, joka on kehitetty nimenomaan tietojen analysointiin. Ohjelmaan syötettiin ensin kyselylomakkeen kysymykset ja määriteltiin eri muuttujat. Tämän jälkeen

lomakkeiden vastaukset syötettiin lomake kerrallaan ohjelmaan. Erilaiset avoimien kysymyksien vastaukset kirjattiin myös ohjelmaan. Kyselylomakkeet numeroitiin kyselypaikoilla, mikä helpotti tietojen syöttöä ohjelmaan, sekä mahdollisten tallennusvirheiden tarkistamista. Kyselylomakkeiden tulokset saatiin graafiseen muotoon, erilaisiksi diagrammeiksi, Excel-ohjelman avulla. Ohjelmasta ne siirrettiin suoraan tutkimukseen.

5.5 Tutkimuksen luotettavuus

Lomakkeet pyrittiin tekemään selkeiksi, mahdollisimman lyhyiksi ja niistä pyrittiin karsimaan väärinymmärrysten mahdollisuus. Lomake pyrittiin tekemään myös mahdollisimman helposti ja nopeasti täytettäväksi. Suurin osa kyselyyn vastanneista vanhemmista oli liikkeellä lasten kanssa ja tällöin ei välttämättä ole aikaa vastata moneen avoimeen kysymykseen.

Lomakkeen valmistelussa oli tarkoitus käyttää apuna esitestausta, jonka avulla olisin pystynyt tarkistamaan mahdollisia virheitä sekä korjaamaan muutamien kysymysten muotoilua. Lomakkeen testaus oli tarkoitus suorittaa opinnäytetyöseminaarissa muiden opiskelijoiden avulla. Opinnäytetyöseminaarissa vähäisestä osallistujamäärästä johtuen testautin kyselylomaketta lopulta muutamilla perheenjäsenillä ja sukulaisilla ennen käyttöönottoa. Lomaketta hiottiin myös sekä opinnäytetyön ohjaajan että toimeksiantajien kanssa. Ennen kyselyn toteuttamista sen analysointia ja määrälliseen muotoon toimivuutta testattiin vielä Exceliin tehdyllä taulukkopohjalla.

Numeroin jokaisen kyselylomakkeen ennen niiden jakamista, jotta varmistaisin suuressa tapahtumassa, että saan kaikki jaetut lomakkeet takaisin. Korjasin lomakkeiden numerointia tarpeen mukaan ennen vastausten tallentamista, jotta pystyisin tarkistamaan jokaisen lomakkeen tarvittaessa. Mahdolliset tallennusvirheet pyrin karsimaan käymällä lomakkeet kahdesti läpi ja testaamalla ne vielä SPSS -ohjelmasta löytyvällä testiohjelmalla.

Tutkimuksen otos jäi melko pieneksi, mikä johtui opinnäytetyön kiireellisestä aikataulusta ja kenties tutkimuksen aineistonkeruun menetelmästä. Sähköi-

sesti toteutetulla tutkimuksella olisimme saattaneet saada nopeammin useampia vastauksia, sillä lapsiperheet ovat hyvin tottuneita sähköisen viestinnän käyttäjiä.

Kysely toteutettiin informatiivisena kyselynä, joten pyrin pitämään huolen siitä, etten omilla mielipiteilläni vaikuttanut vastauksiin. Kaikki epäselvät ja tyhjät vastaukset jätettiin tutkimustulosten ulkopuolelle. Tuloksia ei ole muokattu, kaunisteltu, yleistetty eikä vähätelty. Kaikki avoimet vastaukset pyrittiin kirjoittamaan tutkimukseen samanlaisin sanamuodoin kuin ne lomakkeissa luki. Lomakkeeseen on annettu mahdollisuus vastata myös ruotsiksi, sillä Turku on kaksikielinen kaupunki. Lomakkeiden kysymykset oli kuitenkin laadittu ainoastaan suomeksi, joten mahdollisuus väärinymmärryksiin on olemassa. Kaikkien vastaajien nimettömyys on tutkimuksessa taattu.

6 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimustulokset esitellään tässä kappaleessa pääosin samassa järjestyksessä kuin aiheet ovat lapsiperheille jaetuissa kyselylomakkeissakin olleet. Ainoastaan kysymys numero 11, ”Mikä saisi teidät vierailemaan kotikaupunkiinne kulttuurikohteissa useammin”, on luonteensa vuoksi yhdistetty viimeiseen, kehitysideoita antavaan osioon. Kyselylomake löytyy kokonaisuudessaan liitteestä 4 (Ks. Liite 4).

Tutkimustulosten perusteella ”tavallinen” turkulainen perhe on ydinperhe, jossa on 1 tai 2 lasta. He kokevat löytävänsä helposti tietoa kaupungin eri kohteista ja tapahtumista, tärkeimpinä tiedonlähteinä ollessa sanoma- sekä ilmaisjakelulehdet ja Internet. Ystävien, tuttavien ja sukulaisten kautta tuleva tieto on myös tärkeää. Erilaiset kulttuurimatkoille tunnuttiin tuntevan melko hyvin ja ne arvioitiin pääosin lapsiystävällisiksi, mutta niissä ei ole lasten kanssa syystä tai toisesta erityisen vilkkaasti vierailtu. Enemmistö arvioikin käyvänsä kotikaupunkinsa kulttuurikohteissa keskimäärin kerran

puolella vuodessa. Tärkeimpiä oheispalveluita vastaajille olivat kohteesta löytyvät ruokapalvelut sekä lapsille suunnatut aktiviteetit. Tavoiteltaessa perheitä asiakkaiksi onkin tärkeää muistaa lapset. Vaikka aikuiset usein tekevät lopullisen ostopäätöksen, lasten viihtyminen kohteessa on hyvin oleellista. Tutkimustulokset on esitelty tarkemmin seuraavissa kappaleissa sekä liitteissä 5 ja 6 (Ks. Liite 5 ja Liite 6). Vastausten määrä jäi kuitenkin melko pieneksi, joten tuloksia voidaan pitää lähinnä suuntaa antavina enemmän kuin täysin yleistettävissä olevina.

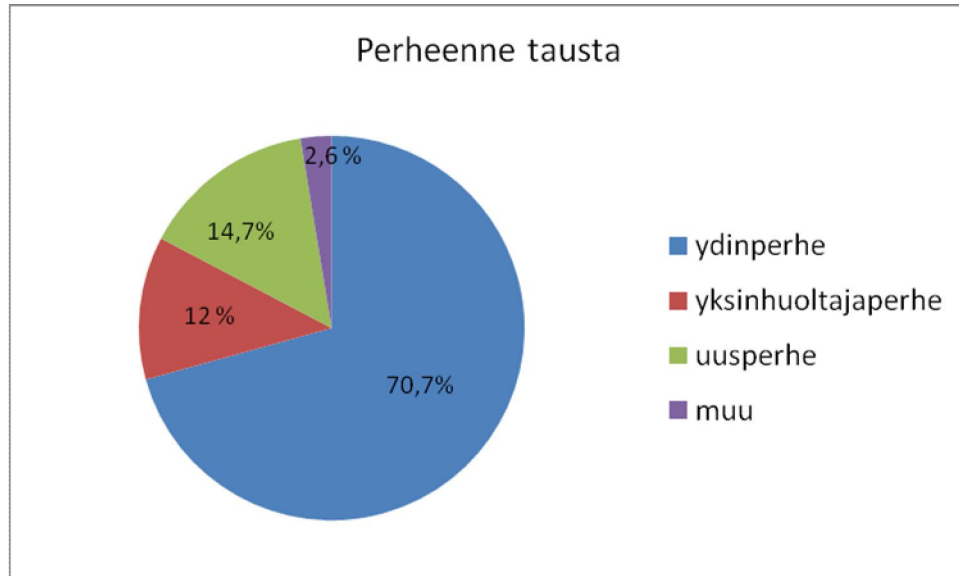
6.1 Lapsiperheiden taustamuuttajat

Perheiden muodot

Kyselyyn vastanneista perheistä suurin osa, 70,7 % (53 kpl), oli ydinperheitä. Tämä on totutusti Suomessa perinteisin ja sen myötä yleisin perhemuoto. Uusperheitä oli kyselyyn vastanneista 14,7 % (11 kpl). Kuten teoriaosassa aiemmin todettiin, tämä perhemuoto on kasvussa. Kyselyyn vastanneista 12 % (9 kpl) oli yksinhuoltajaperheitä. Tutkimuksessa ei tarkemmin määriteltä, toimiko perheen huoltajana isä vai äiti.

Puhtaasti sateenkaariperheitä ei kyselyyn vastanneista ollut yksikään. Yksi vastaajista (1,3 %) valitsi kuitenkin sekä sateenkaariperheen että uusperheen määritelmät kuvaamaan oman perheensä muotoa. Kysymykseen annettiin vastausvaihtoehdoksi myös ”muu, mikä”. Tämän valitsi yksi vastaaja (1,3 %), joka ilmoitti perhemuodokseen eronnut, mutta yhteishuoltajuudessa.

Kysymykseen saatiin vastaus kaikilta lomakkeen palauttaneilta. Seuraava kuvio havainnollistaa vastaukset sektoridiagrammin avulla.



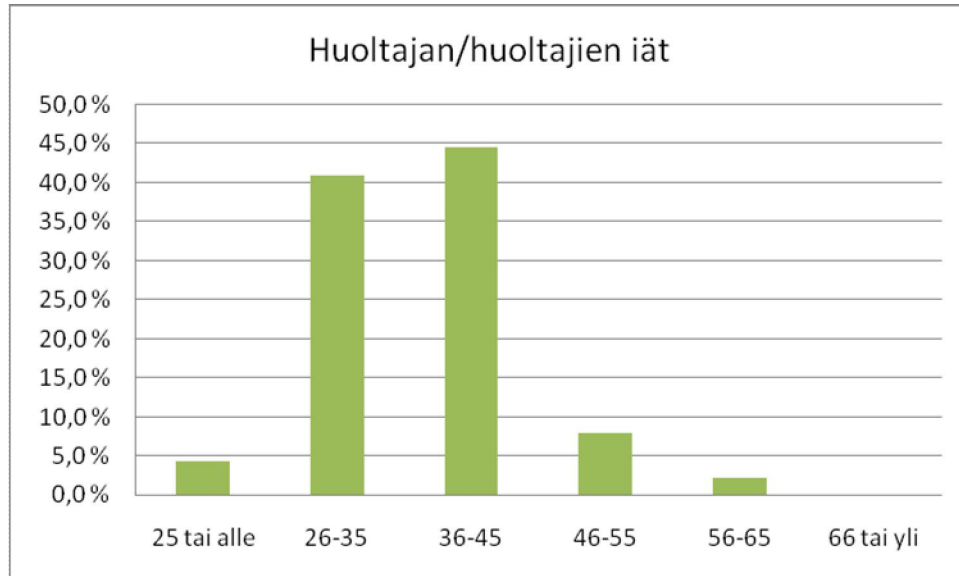
KUVIO 1. Perheen tausta

Huoltajien iät

Lomakkeessa on huoltajien ikää tiedusteleavan kysymyksen vastausvaihtoehtojen kohdalla aina kaksi ruutua. Näistä toiseen oli tarkoitus rastittaa toisen huoltajan (useimmiten isä) ikä ja toiseen toisen huoltajan (useimmiten äiti) ikä. Kyselyssä haluttiin kuitenkin kunnioittaa niitä perheitä, joissa ei ole perinteisiä äitiä ja isää. Tämän vuoksi kysymysmuodossa käytettiin nimitystä huoltaja, mikä saattoi aiheuttaa vastaajille hämmennystä.

Kyselyvastauksia saatiin 75 kpl, joten oletusarvoisesti vanhempia olisi 150 kpl. Vastauksia kysymykseen saatiin kuitenkin vain 137 kpl, joten lopulliset vastausprosentit on laskettu tämän mukaan.

Kyselyyn vastanneista vanhemmista suurin osa, 44,5 %, oli iältään 36–45-vuotiaita (61 kpl). Ikäluokkaan 26–35-vuotiaat, kuului 40,9 % vastaajista (56 kpl). Loput vastanneista olivat 46–55-vuotiaita (8 %, 11 kpl), 25-vuotiaita tai sen alle (4,4 %, 6 kpl) sekä 56–65-vuotiaita (2,2 %, 3 kpl). Ikäryhmää ”66 tai yli” ei valinnut yksikään vastaajista.



KUVIO 2. Huoltajan / hoitajien iät

Lasten iät

Vastaaja sai lasten ikää kartoittavassa kysymyksessä luetella, pilkulla erotellen, perheeseensä kuuluvien lasten iät. Vastaajilla oli yhteensä 135 lasta, joiden mukaan seuraavat tunnusluvut on laskettu.

Mikäli vastaaja on ilmoittanut puolikkaita ikävuosia tai kuukausia, on vastaukset pyöristetty aina alaspäin, lapsen todelliseen ikävuoteen. Kyselyyn vastanneiden lapsista näin ollen 5,2 % (7 kpl) on luokassa 0–vuotias. Kaikki yli 12-vuotiaat on sen sijaan laskettu samaan, kohderyhmän ylittävään ryhmään, ovat he sitten 13- tai 24-vuotiaita lomakkeissa ilmoitettuja lapsia. Näitä vastauksia oli yhteensä 11 kpl, eli 8,1 %.

Eniten vastauksia saatiin 3-vuotiaiden (20 kpl, 14,8 %) sekä 6-vuotiaiden (18 kpl, 13,3 %) lasten vanhemmilta. Vähiten vastauksia saatiin 10–12-vuotiaiden vanhemmilta, joten kaikkien tutkimusten vastausten voidaan katsoa koskevan pääasiassa pienten lasten perheitä. 10-vuotiaita lapsia oli kyselyyn vastanneilta kolmella (2,2 %), 11-vuotiaita lapsia löytyi viidestä perheestä (3,7 %) ja 12-vuotiaita kahdelta (1,5 %) vanhemmalta.

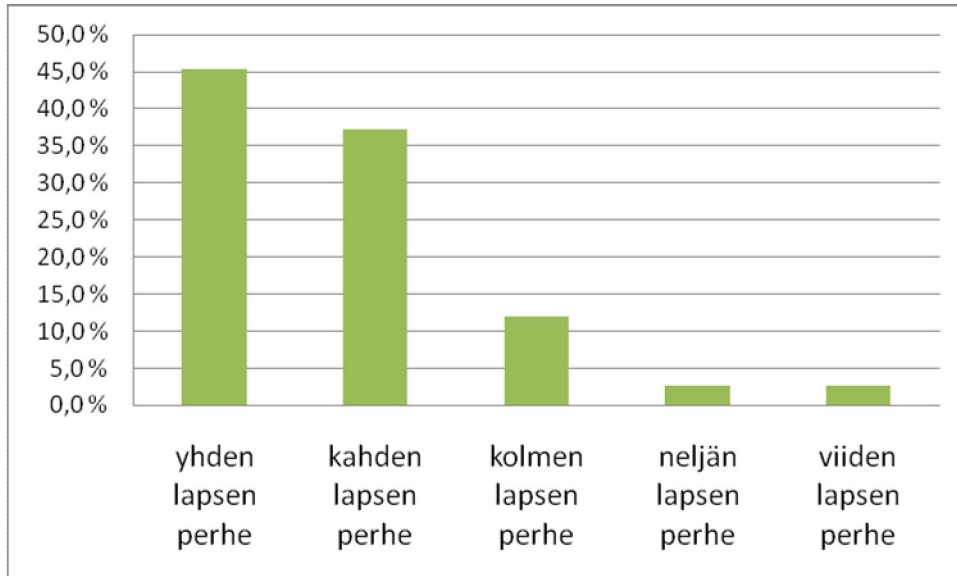
Muita vastauksia saatiin melko tasaisesti, 1-vuotiaita lapsia oli yhteensä 11 kpl (8,1 %) ja 2-vuotiaita 10 kpl (7,4 %). 5-vuotiaita lapsia löytyi 13 kpl (9,6 %), 7-vuotiaita 7 kpl (5,2 %), 8-vuotiaita 13 kpl (9,6 %) ja 9-vuotiaita 9 kpl (6,7 %). 4-vuotiaiden vanhempien määrä jäi kyselyyn vastanneiden joukosta vähäiseksi. Heitä oli vain 6 kpl eli 4,4 %.

Lasten keskimääräinen ikä kyselyyn vastanneissa perheissä oli 5,1. Kohderyhmän iän ylittäneet lapset jätettiin tästä keskiarvosta pois.



KUVIO 3. Lasten iät

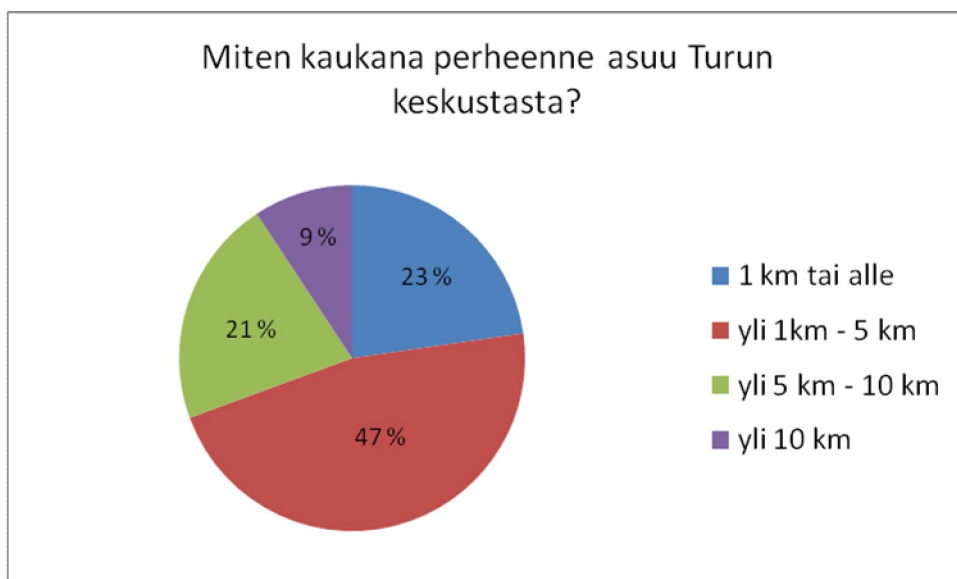
Tämän lisäksi vastauksista laskettiin, montako lasta perheissä keskimäärin on. Pienin lapsiluku oli 1, ja suurimmassa perheessä oli viisi lasta. Selvästi eniten kyselyyn vastasi yksi- tai kaksilapsisia perheitä. Yksilapsisia perheitä oli 34 kpl (45,3%), kaksilapsisia perheitä taas 28 kpl (37,3%). Kolmilapsisia perheitä oli vain 9 kpl (12%). Neljä- ja viisilapsisia perheitä oli molempia 2 kpl (yhteensä 5,4%). Yli 5 lasta kellään vastaajista ei ollut.



KUVIO 4. Lasten lukumäärä perheissä

Perheiden kodin etäisyys Turun keskustasta

Lomakkeen täyttäneistä perheistä 23 % (17 kpl) asui alle kilometrin päässä Turun keskustasta, 47 % (35 kpl) 1 - 5 km päässä ja 21 % (16 kpl) yli 5 – 10 kilometrin päässä. Yli kymmenen kilometrin päässä keskustasta asui vain 7 perhettä (9 %). Kysymykseen vastasi jokainen lomakkeen täyttäjä.



KUVIO 5. Kodin etäisyys Turun keskustasta

6.2 Tiedonsaanti Turun kulttuurikohteista ja – tapahtumista

Tärkeimmät tietolähteet

Tiedusteltaessa lapsiperheiden tärkeimpiä tietolähteitä kaupungin kulttuurimatkailutarjonnasta, pyydettiin heitä numeroimaan tärkeysjärjestykseen kolme tärkeintä tietolähdettä. Suurin osa vastaajista kuitenkin vain rastitti tärkeimmät kolme, joten kaikki tulokset on analysoitu sen mukaan. Seuraavat vastausprosentit on laskettu siis kaikista vastauksista yhteensä, ei tärkeysjärjestyksessä. Hyväksytyjä vastauksia tähän kysymykseen kertyi 210 kpl (93 %).

Tärkein tietolähde turkulaisille lapsiperheille paikallisista kulttuurikohteista ja -tapahtumista ovat sanomalehdet sekä ilmaisjakelulehdet, 29,5 % (62 kpl) vastaajista. Nämä vastaukset on kuviossa merkitty kohtaan ”sanomalehti”. Tärkeinä lähteinä pidettiin myös Internetiä, 21,9 % (46 kpl), sekä ystäviä, tuttavien ja sukulaisia, jonka valitsi 20,9 % (44 kpl) vastaajista. Puskaradiokinkin kutsuttu tietolähde on merkitty kuviossa 6 kohtaan ”tuttavat” (Ks. Kuvio 6.)

Internetiä suosivista ja tarkentavaan kysymykseen vastanneista vanhemmista valtaosa löytää tiedon Turun kaupungin sivustoilta (18 kpl). Tarkentavia vastauksia annettiin yhteensä 27 kpl. Vastaajat löytävät tietoa myös seuraavilta sivustoilta: kulttuurikortti-sivusto (1 kpl), Facebook (2 kpl), Turun sanomien sivustot (2 kpl) sekä Seikkailupuiston sivut (1 kpl). Vastaajista 2 kpl ilmoitti seuraavansa erityisesti Turun kaupungin sivuilta löytyvää tapahtumakalenteria ja yksi vastaaja sähköpostiinsa saamia kulttuurikorttiuutisia.

Kuviossa 6 olevaan kohtaan ”esitteet” kuuluvat seuraavat vaihtoehdot: Turku-opas, Vapaa-ajan Kulttuurikalenteri ja muut esitteet. Ne koki yhdeksi tärkeimmistä tietolähteistään 14,8 % vastaajista (31 kpl). Vähiten tärkeäksi tietolähteeksi koettiin TV ja radio, sillä vain 3,3 % (7 kpl) vastasi TV:n ja 4,8 % (10 kpl) radion.

Muita tietolähteitä oli muun muassa kaupungin matkailuneuvonta, jonka valitsi vastaajista vain 0,5 % (1 kpl). Kysymykseen jätettiin myös viimeiseksi vaihtoehdoksi ”muu, mikä”, joka keräsi 9 kpl (4,3 %) vastauksia.

Näitä tietolähteitä olivat seuraavat.

- ”kauppojen ilmoitustaulu” (1kpl)
- ”kulttuurikaupunki sähköposti” (1kpl)
- ”sähköpostiin tuleva kulttuurikortti – palvelu” (6 kpl)
- ”lapsen koulu” (1kpl)
- ”sähköpostiviestit turun linnan ritarkerhosta” (1kpl)



KUVIO 6. Tärkeimmät tietolähteet

Tiedon löytäminen

Selvä enemmistö, 94,7 % (71 kpl), vastasi löytävänsä tietoa Turun kulttuuri-kohteista ja -tapahtumista helposti. Vain 5,3 % (4 kpl) vastaajista kertoi, ettei

löydä tietoa helposti. Kysyttäessä miten / mistä he toivoisivat tietoa löytyvän, he ehdottivat seuraavia tiedotuskanavia.

- *"olisi hyvä olla oma portaali"*
- *"omaan sähköpostiin"*
- *"sähköpostiin"*
- *"TS:ssa nyt aika suppeasti"*



KUVIO 7. Tiedon löytäminen

Kulttuurikortti

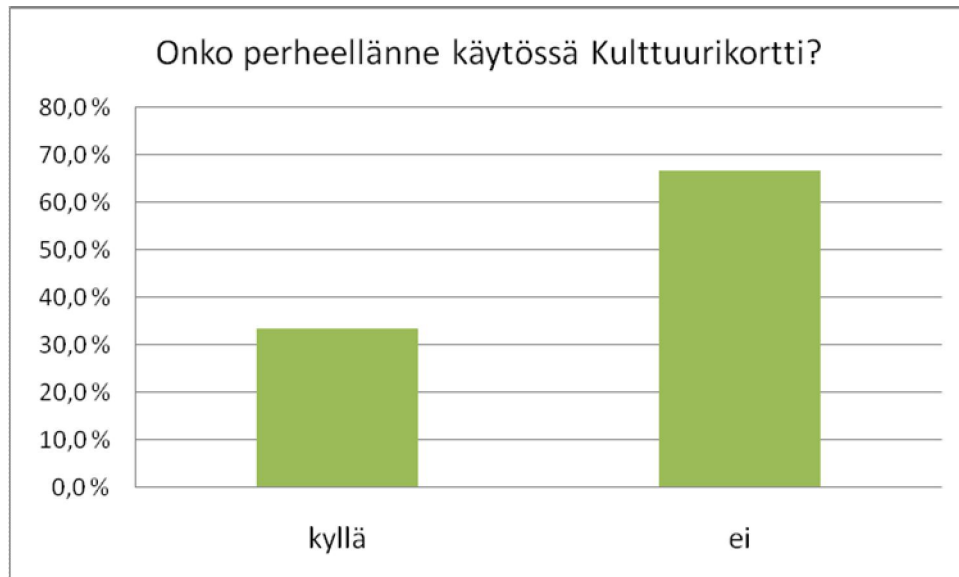
Kulttuurikortti löytyy kyselyyn vastanneista perheistä vain 33,3 % (25 kpl). Muut 66,7 % (50 kpl) ilmoittivat, ettei heiltä kyseistä korttia vielä löydy.

"Ei"-vastaukseen esitettiin vielä jatkokysymys, "miksei". Vastauksista näkyy selvästi, ettei Kulttuurikortti ole vielä kovin tunnettu palvelu. Kaikki ei-vastauksen valinneet eivät selvittäneet vastaustaan tarkemmin, mutta

tarkentavia vastauksia saatiin silti melko runsaasti, 72 % (36 kpl). Syiksi kortin puuttumiseen lueteltiin seuraavia;

- *"ei käytetä palveluja paljon"*
- *"ei ole ehditty perehtyä, mikä kulttuurikortti on"*
- *"ei ole haettu"*
- *"ei ole käynyt mielessä"*
- *"ei ole ollut aikaa"*
- *"ei ole ollut tarvetta"*
- *"ei ole ollut tietoa sellaisen olemassaolosta"*
- *"ei ole tarpeeksi tietoa ko. kortista, ei ole tullut edes törmättyä mainokseen"*
- *"ei ole tullut hankittua" (2 kpl)*
- *"ei ole tullut hankittua ja olemme aika aktiivisia kulttuurin "käyttäjiä" muutenkin"*
- *"ei ole tullut hankittua, ei ole niin paljon käyttöä sille"*
- *"ei ole tuttu"*
- *ei ole vain tullut hankittua"*
- *"ei tiedä mistä saa"*
- *"ei toistaiseksi tarvittu"*
- *"ei tunneta"*
- *"en koe tarpeelliseksi"*
- *"en ole kuullut"*
- *"en ole kuullutkaan" (2 kpl)*
- *"en ole kuullutkaan sellaisesta" (2 kpl)*
- *"en ole lukenut sellaisesta, kuulen ensimmäistä kertaa"*
- *"en ole saanut"*
- *"en ole tutustunut paremmin"*
- *"en tiedä mikä se on"*
- *"en tiedä siitä mitään"*

- *"kuulin kyseisestä kortista ensimmäisen kerran nyt"*
- *"käyttö varmaan olis aika pientä tai olematonta"*
- *"lapset vielä niin pieniä, että käynnit satunnaisia"*
- *"mikä on kulttuurikortti?"*
- *"mikä se on?" (2 kpl)*
- *"tietoa asiasta on, mutta ei ole saatu aikaiseksi hankkia, vaikka suunnitelmissa on ollut"*
- *"vieras kortti"*



KUVIO 8. Kulttuurikortti

6.3 Kulttuurimatkoilukohteiden tunnettuus ja perheiden vierailutiheys

Kohteiden tunnettuus

Kyselyssä pyydettiin kulttuurikortin jälkeen arvioimaan erilaisten Aurajokialueelta löytyvien kohteiden tunnettuutta. Kaikkien 19 eri kohteen ja 75

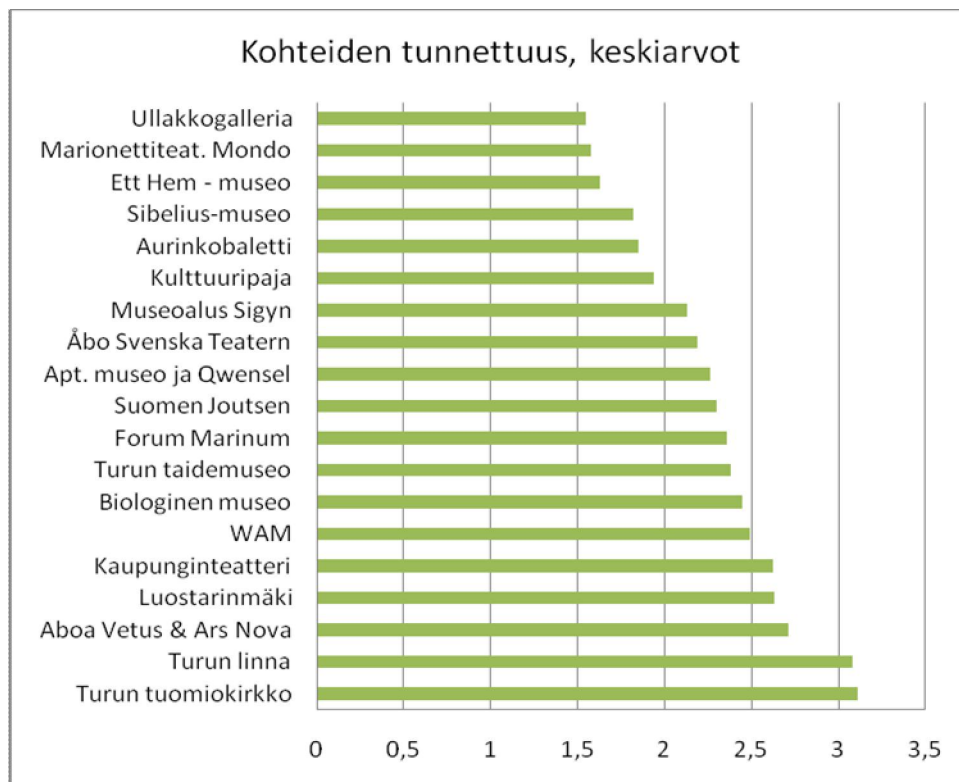
vastauslomakkeen joukosta suurin osa vastauksista kohdistui arvioon ”tunnen kohteen, mutten ole vierailut siellä lasteni kanssa”, 53,7 % (742 kpl). Seuraavaksi suosituin vastaus oli ”kyseinen kohde ei ole lainkaan tuttu”, joka ruksattiin 16,9 % (234 kpl) vastauksista. Useammin käyntiä mittaavat arviot ”olemme käyneet kohteessa lasten kanssa kerran” (14,6 %, 202 kpl) ja ”olemme käyneet kohteessa lasten kanssa useammin kuin kerran” (14,8 %, 204 kpl) olivat saaneet vastauksia tasaisesti. Kohteet ovat siis keskimäärin melko hyvin tunnettuja, mutta niissä ei ole syystä tai toisesta vierailtu lasten kanssa.

Tunnetuimpia kohteita olivat Turun Linna sekä Turun tuomiokirkko, jotka tunsivat kaikki vastanneet jossain määrin. Kohteista vierailuimpia olivat Turun Linna (33 kpl), Tuomiokirkko (30 kpl), Aboa Vetus & Ars Nova (19 kpl), Turun kaupunginteatteri (18 kpl) sekä Luostarinmäen käsityöläismuseon (17 kpl). Sulkeissa olevat lukumäärät ilmaisevat ”Olemme käyneet lasten kanssa kohteessa useammin kuin kerran” – vastausten lukumäärää. Kaikkein vieraimpia kohteita vastanneille perheille olivat Lasten ja nuorten Ullakkogalleria (43 kpl), Marionettiteatteri Mondo (37 kpl), Ett Hem – kulttuurikotimuseo (31 kpl) sekä Kulttuuripaja (28 kpl). Nämä sulkeista löytyvät lukumäärät ilmaisevat ”kyseinen kohde ei ole lainkaan tuttu” vastausvaihtoehdon valinneiden määrää.

Kohteiden saamat keskiarvot (asteikolla 1-4) tunnettuuden suhteen olivat seuraavat. Liitteestä 5 (Ks. Liite 5.) selviää lisäksi tarkemmin, kuinka vastaukset jakaantuivat eri kohteiden kesken.

- Turun tuomiokirkko 3,11
- Turun Linna 3,08
- Aboa Vetus & Ars Nova 2,71
- Luostarinmäen käsityöläismuseo 2,63
- Turun kaupunginteatteri 2,62
- Wäinö Aaltosen museo 2,49
- Turun biologinen museo 2,45
- Turun taidemuseo 2,38

- Forum Marinum 2,36
- Suomen Joutsen 2,30
- Apteekkimuseo ja Qwenselin talo 2,26
- Åbo Svenska Teatern 2,19
- Museoalus Sigyn 2,13
- Kulttuuripaja 1,94
- Aurinkobaletti 1,85
- Sibelius-museo 1,82
- Ett Hem – kulttuurikotimuseo 1,63
- Marionettiteatteri Mondo 1,58
- Lasten ja nuorten Ullakkogalleria 1,55.



KUVIO 9. Kohteiden tunnettuuden keskiarvot

Tämän kysymyksen ohessa kysyttiin myös avoin kysymys ”mikä saa perheenne vierailemaan samassa kohteessa useamman kerran”. Vastauksia saatiin runsaasti, 48 kpl (64 %), tässä ne kaikki lueteltuna:

- *det har varit intressant och trevligt ställe att gå till*
- *esim. hyvä tarjonta, sopivuus lapsiperheille, toiminnallisuus, sijainti "matkan varrella"*
- *halpa hinta / ilmainen hyvä kohde on Kuralan kylämäki*
- *helposti tavoitettavissa, teemat kiinnostavat kaikkia, piha- tai ulkotilat aina hyviä*
- *historia yleensä ja taide*
- *hyvä ohjelma*
- *hyvä tarjonta, laadukas ohjelma, erittäin usein käydään teatteriesityksiä katsomassa Turun seikkailupuistossa, mikä on meille ehkä tärkein paikka*
- *hyvä, mielenkiintoinen tapahtuma, jossa kaikki viihtyy*
- *jos lapset viihtyvät, he pyytävät menemään toistekin*
- *jos lapsi viihtyy, voitaisiin mennä (täytyy aikuistenkin viihtyä kyl...)*
- *kesäisin kiva paikka, sisäpihalla on leikkipaikka, kahvila/ravintola on viihtyisä*
- *kiinnostavat tapahtumat*
- *kiinnostus keskiaikaan, hyvät näytelmät*
- *kohde liittyy perheen muuhun elämään*
- *kohteen pitää kiinnostaa koko perhettä*
- *lapsen oma kiinnostus, WAM:iin äidin pakottamana :)*
- *lapset ovat olleet erityisen kiinnostuneita näistä kohteista, ehkä niiden iän ja jännittävyyden takia*
- *lapset ovat tykänneet kohteesta, vaihtuvat näyttelyt, eri kylässä olevat vieraat haluavat käydä samoissa kohteissa*
- *lapset ovat tykänneet, lähellä*

- *lapset pyysivät uudestaan*
- *lapset viihtyvät, sopiva hinta(kun paljon lapsia, ei hinta henkeä kohden saa olla kovin iso), hyvät kulkuyhteydet, paikoitus*
- *lapsi haluaa tiettyihin kohteisiin usein*
- *lapsi päättää oliko kivaa*
- *lapsi viihtyy tai pyytää sinne uudelleen*
- *lapsiemme eno on siellä töissä :) lasten kasvaessa toki käynnit varmaan muutenkin lisääntyvät eri kohteisiin*
- *lapsille järjestetyt tapahtumat (ei riitä pelkkä museossa käynti tms.)*
- *lapsille suunnatut esitykset*
- *lasten mielestä oli kivaa*
- *lasten synttärit, henk.koht. syy, kerhokäynti*
- *leikkipaikka, helppo käydä lasten kanssa*
- *lounas ja hiekkalaatikko! kirkossa lasten tapahtumat & päiväkodin tapahtumat*
- *läheinen sijainti kotiin nähden*
- *lähellä keskustaa*
- *mielenkiintoinen kohde, ja ohjelmatarjonta*
- *mukava tunnelma, tekemistä, hinta-laatu-suhde hyvä*
- *ohjelma, elämys, tekeminen*
- *oma kotikirkko!*
- *siellä on kivaa, kiinnostavaa*
- *sijainti*
- *sopiva ohjelma, teema*
- *syntymäpäivät, sukulaisten vierailu*
- *teemat, annettavaa eri ikäisille lapsille*
- *tuomiokirkko on niin ihana*

- *Turun linnasta löytyy aina uutta katsottavaa, ja teatterissa tietysti ohjelmisto vaihtuu*
- *vaihtelevuus, kun pienempi kasvaa, käymme kohteessa varmasti uudestaan*
- *vaihtuvat näyttelyt*
- *vaihtuvat teemat*
- *vanhempien ja lasten kiinnostus, lasten kasvaessa käyntejä tulee olemaan laajemmin ja enemmän*
- *vieraat / teatterissa eri näytelmät.*

Vierailutiheys

Pyydettäessä arvioimaan keskimääräistä vierailuaan kotikaupunkinsa kulttuurikohteissa, suurin osa vastanneista (73 kpl vastauksia) arvioi käyvänsä niissä vähintään kerran puolessa vuodessa (30 kpl, 41,5 %) tai vähintään kerran kuukaudessa (23 kpl, 31,5 %). Vähintään kerran vuodessa arvioi käyvänsä vastaajista 15 % (11 kpl). Yhtä paljon vastauksia saivat molemmat vastausvaihtoehtojen ääripäät eli ”vähintään kerran viikossa” (3 kpl, 4 %) sekä ”harvemmin kuin kerran vuodessa” (3 kpl, 4 %). Loppuun oli jätetty tilaa avoimelle vastaukselle, kysymyksen ”muu, mikä” – muodossa, johon oli vastannut 3 henkilöä (4 %).

Tähän avoimeen vastaukseen kirjoitettiin seuraavat vastaukset:

- *”Lapsi niin pieni ettei vielä ”käytäntöä”. Uskon, että tulemme vierailemaan kohteissa usein.”*
- *”Lapsi on vielä kovin pieni”*
- *”Muiden lasten kanssa on käyty, mutta oma on vielä hieman pieni ed. mainittuihin kohteisiin”.*



KUVIO 10. Keskimääräinen kulttuurikohteissa vierailu

6.4 Kulttuurimatkailukohteiden sisältö ja oheistoiminnot

Lapsiperheitä kiinnostavimmat taiteenalat

Kyselyssä haluttiin myös selvittää, mitkä taiteenalat ja teemat kiinnostavat lapsiperheitä. Eniten kiinnostusta herättivät elokuvat (17,7 %, 58 kpl) sekä näyttämötaide (13,8 %, 45 kpl). Kotiseutu- ja perinnetyön valitsi vastaajista 11,6 % (38 kpl), säveltaiteen 11,3 % (37 kpl), sirkus- ja estraditaiteen 10,1 % (33 kpl), kuvataiteen 8,9 % (29 kpl), muotoilun 7,3 % (24 kpl) ja tanssitaiteen 7 % (23 kpl). Vähiten kiinnostavimpien joukkoon kuuluivat sanataide 4,6 % (15 kpl), rakennustaide 3,7 % (12 kpl) sekä valokuvataide 3,7 % (12 kpl). ”Muu, mikä” – vaihtoehdon valitsi yksi henkilö (0,3 %), hänen vastauksensa oli ”keskiaikamarkkinat”.

Tähän kysymykseen saatiin yhteensä 327 vastausta, eli 87 % vastaajista, valitsi kiinnostavimmat taiteenalat.

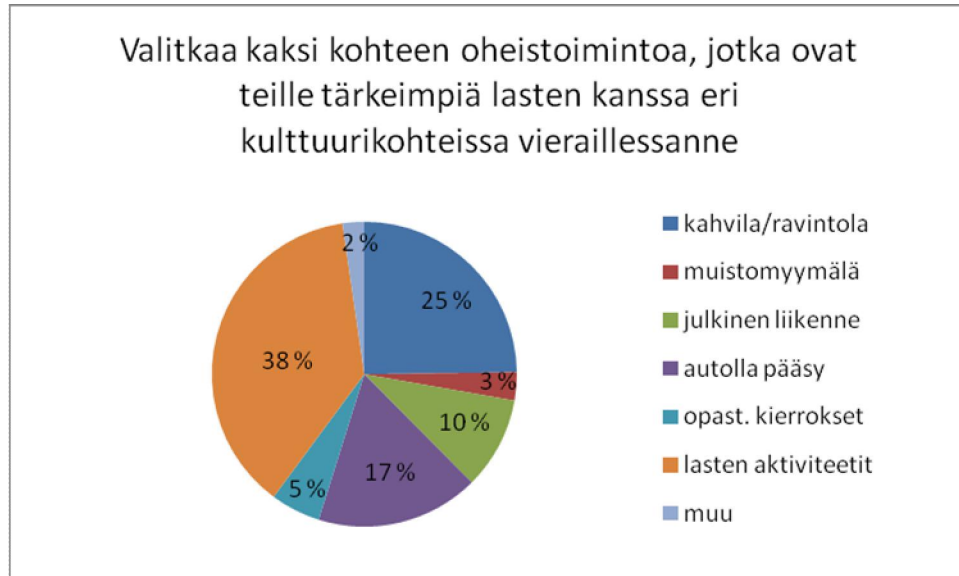


KUVIO 11. Kiinnostavimmat taiteenalat

Kohteiden oheistoiminnot

Lomakkeessa pyydettiin vanhempia valitsemaan kaksi tärkeintä kohteen oheistoimintoa lasten kanssa kohteissa vieraillessaan. Selvästi tärkeimmiksi nousivat kahvilan ja/tai ravintolan löytyminen kohteesta (24,8 %, 33 kpl) sekä lapsille suunnatut erilaiset aktiviteetit (37,6 %, 50 kpl), kuten puuhapajat ja tarinatuokiot. Matkamuistomyymälää piti tärkeänä 3 % (4 kpl), julkisilla liikennevälineillä saavutettavuutta 9,8 % (13 kpl), omalla autolla pääsyä sekä parkkipaikkoja 17,3 % (23 kpl) ja erilaisia opastettuja kierroksia 5,3 % (7 kpl). Viimeisenä oli avoin ”muu - mikä” – vaihtoehto, jonka valitsi 2,2 % vastaajista (3 kpl). Ruutuja rastitettiin tähän kysymykseen yhteensä 133 kpl eli vastausprosentti oli 89 %.

Avoimeen ”muu, mikä” - kohtaan vastanneet kokivat tärkeiksi oheistoiminnoiksi lastenhoituhuoneen ja ennen kaikkea potan, kohteen kiinnostavuuden sekä sopivat aukioloajat. Kohtaan vastasi myös yksi vanhemmista, joka ei ollut rastittanut mitään vaihtoehtoa, vain kirjoittanut viivalle ”hinta”.



KUVIO 12. Kohteen oheistoiminnot

6.5 Kulttuurimatkailukohteiden lapsiystävällisyys

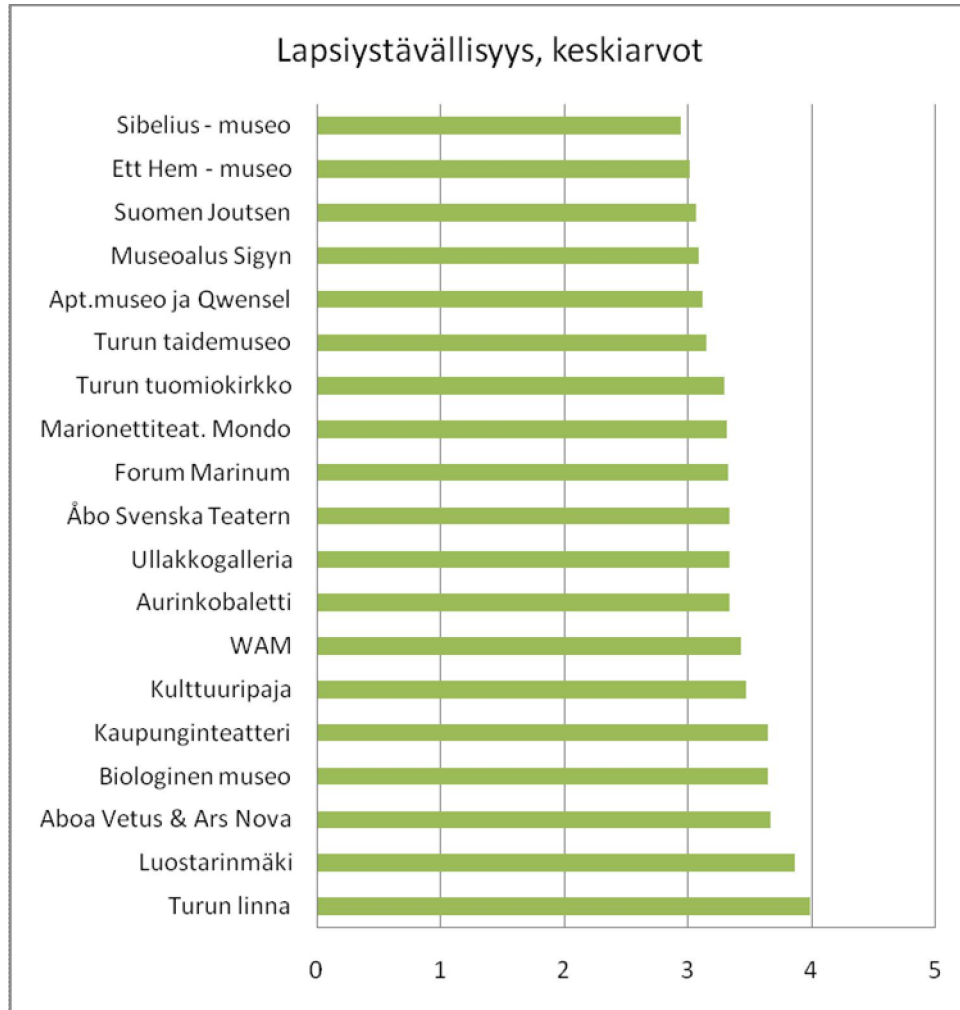
Lapsiystävällisyys

Kohteiden lapsiystävällisyyttä kartoitettiin viisiportaisella kysymyksellä, jossa vastausvaihtoehdot olivat välillä ”erittäin huono” ja ”erittäin hyvä”. Kysymyksessä pyydettiin antamaan arvio kaikista kohteista, myös niistä, joissa ei ole vielä vierailtu. Tällöin arvio suoritetaan sen mielikuvan pohjalta, joka vastaajalle on syntynyt. Tällainen mielikuva voi syntyä esimerkiksi mainonnasta, tuttavien puheista tai ennakkoluuloista. Myös ”en osaa sanoa” – vastausta voidaan pitää tärkeänä, sillä tällöin vastaajalle ei ole syntynyt vahvaa, selkeää mielikuvaa kohteen lapsiystävällisyydestä.

Suurin osa vastauksista, 56,2 % (731 kpl), saatiin luokkaan ”en osaa sanoa”. Hyväksi lapsiystävällisyys arvioitiin yhteensä 28,1 % (365 kpl) ja vastaavasti huonoksi 5,8 % (76 kpl). Erittäin hyvän arvosana rastiin 112 kertaa (8,6 %) ja erittäin huonon 16 kertaa (1,2 %).

Parhaimmat arviot lapsiystävällisyydestä saivat keskimäärin Turun Linna, Luostarinmäen käsityöläismuseo sekä Aboa Vetus & Ars Nova. Huonoiten lapsille arvioitiin soveltuvan Suomen Joutsen, Ett Hem – kulttuurikotimuseo sekä Sibelius – museo. Keskiarvot lapsiystävällisyyksille ovat:

- Turun linna 3,99
- Luostarinmäen käsityöläismuseo 3,86
- Aboa Vetus & Ars Nova 3,67
- Turun biologinen museo 3,64
- Turun kaupunginteatteri 3,64
- Kulttuuripaja 3,47
- Wäinö Aaltosen museo 3,43
- Aurinkobaletti 3,33
- Lasten ja nuorten Ullakkogalleria 3,33
- Åbo Svenska Teatern 3,33
- Forum Marinum 3,32
- Marionettiteatteri Mondo 3,31
- Turun tuomiokirkko 3,29
- Turun taidemuseo 3,15
- Apteekkimuseo ja Qwenselin talo 3,12
- Museoalus Sigyn 3,09
- Suomen Joutsen 3,06
- Ett Hem -kulttuurikotimuseo 3,01
- Sibelius -museo 2,94



KUVIO 13. Lapsiystävällisyys, keskiarvot

Koska ”en osaa sanoa” -vastauksia kertyi kuitenkin melko paljon, tässä kuvio pelkistä erittäin huono, huono, hyvä ja erittäin hyvä -vastausten arvosanoista kaikille kohteille yhteisesti. Tähän kuvioon ei ole myöskään laskettu tyhjiä tai epäselviä vastauksia.



KUVIO 14. Lapsiystävällisyys, keskiarvot / 2

Liitteessä 6 (Ks. Liite 6.) on kaikkien kohteiden saamat arvosanat eriteltynä, kohdekohtaisesti. Niistä on aina laskettu ”valid percent” -arvot, eli luvuissa on huomioitu vain vastanneiden prosentuaaliset arvosanat.

6.6 Vanhempien kehitysideat Turun kulttuurimatkailulle

Mikä saisi vierailemaan useammin?

Avoimeen kysymykseen ”mikä saisi teidät vierailemaan kotikaupunkinne kulttuurikohteissa useammin”, saatiin seuraavia vastauksia. Vastauksia kertyi yhteensä 61 kpl (81 %), joten vanhemmat vastasivat tähän kiitettävästi. Mikäli

sama vastaus on mainittu useampaan kertaan, on se merkitty vastauksen perään.

- *aika (2kpl)*
- *aikaa kun olisi tarjolla enemmän*
- *att det skulle finnas mera kultur utbud på svenska, speciellt rundturer till olika platser*
- *edullisia tarjouksia lapsiperheille*
- *ei ole enempää aikaa*
- *ei varmaankaan mikään, yritän nyt jo käydä niissä*
- *en tiedä*
- *enemmän (vanhempien) vapaata aikaa*
- *enemmän aikaa ja alemmat hinnat*
- *enemmän aikaa vapaa-aikaan*
- *enemmän aikaa, teatterilippujen hintojen alennus?*
- *enemmän vapaa-aikaa (2kpl)*
- *erilaiset lisätapahtumat niissä*
- *erilaiset tapahtumat esim. Turun linnassa, käsityöläismuseossa. miksei esim. käsityöläismuseossa ole kesäteatteria, pidempään auki olevaa kahvilaa jne.? on auki n. klo 10.15, kuka työssäkäyvä pystyy siellä käymään arkena?*
- *halpa hinta, ohjelmatarjonta lapsille, mahdollisuus jättää lapset hoitoon muutamaksi tunniksi kohteeseen*
- *halvemmat hinnat (2kpl)*
- *halvemmat hinnat, etenkin aikuisten liput kalliita*
- *helpompi "ilmasto" lasten kanssa*
- *helppo kohde mennä lasten kanssa*
- *hyvin laadittu, tasokas ohjelma*
- *ilmaiset tapahtumat esim. museot*
- *informaatio tapahtumista*
- *jahka lapset kasvavat*
- *jos olisi aikaa ja seuraa*

- *jos olisi enemmän vapaa-aikaa, jos esim. teatterin esitykset eivät olisi niin usein loppuunmyytyjä*
- *jos olisi itsellä enemmän aikaa, hinta halvempi*
- *jos vaan tulisi lähdettyä*
- *järjestetyissä tapahtumissa tulee pienten lasten kanssa käytyä, mutta varsinaiset museot odottavat lasten kasvu*
- *kiinnostavat, yleisesti tunnetut näyttelyt (esim. Picasso, Edelfelt)*
- *kun lapsemme kasvaa, hänelle kohdistettu kulttuuritarjonta lisääntyy*
- *kun lapset vähän kasvaa*
- *kun lapsi kasvaa, se on mahdollista*
- *kun lapsi on hieman vanhempi, tulee käytyä luultavasti paljon enemmän*
- *käymme useammin kun nuorempikin lapsi jaksaa ikänsä puolesta keskittyä kauemmin kulttuuriin, osa kohteista on sellaisia joissa lapset ovat vierailleet päiväkodin kanssa, mikä johtaa meidät valitsemaan jonkun muun kohteen*
- *laajemmat aukioloajat museoissa, perheliput*
- *lapsiin suunnattua*
- *lapsille suunnattu ohjelma*
- *lapsille suunnatut teemapäivät*
- *lapsille suunnatut teemapäivät tms.*
- *lasten pitää kasvaa hiukan*
- *lisäinformaatio tapahtumista*
- *lisää aikaa ja jaksamista*
- *lisää tunteja vuorokauteen*
- *lisää vapaa-aikaa*
- *maksuttomuus*
- *mikäli rahaa olisi enemmän*
- *no ei juuri mikään...*
- *näkyvämpi mainostaminen*
- *oma aktiivisuus*

- *oma ryhdistäytyminen*
- *oman vapaa-ajan lisääntyminen*
- *saisi enemmän kavereita mukaan*
- *se on vaan itsestään kiinni, pitäisi vaan mennä eri kulttuurikohteisiin*
- *se, että lapsi vähän kasvaa*
- *tarjonta on hyvä, mutta oma aika rajallinen. myös lasten kasvaessa tulee käynnit lisääntymään*
- *tieto tapahtumista*
- *tietoisuus aukioloajoista, tapahtuman lapsisuuntaisuus*
- *vapaa-ajan lisääntyminen*

Miten kehittäisitte lasten kulttuuritarjontaa Turussa?

Kyselylomakkeen viimeisenä kysymyksenä oli avoin kysymys lasten kulttuuritarjonnan kehittämisestä Turussa, johon vanhemmat antoivat seuraavanlaisia, alla listattuja, ehdotuksia. Vastauksia saatiin yhteensä 47 kappaletta eli 63 %. Mikäli sama vastaus on esiintynyt useampaan kertaan, on se merkitty vastauksen perään.

- ?
- *(pienille) pojille erikseen suunnattuja juttuja voisi olla enemmän, nyt on aika paljon sellaista vaaleanpunaista lässyn-lässyn tarjontaa*
- *att det skulle finnas mera utbud på svenska*
- *ei kehitettävää, hyvä on!*
- *en osaa oikein sanoa kun kulttuuritarjonta ei ole tuttua*
- *en osaa vastata. enemmän juttuja VAIN lapsille. ei mitään koko perheen liibalaabaa...*
- *en tiedä (2kpl)*
- *enemmän maksuttomia tapahtumia lapsille*
- eos

- *esim. voisi kehittää kirjaston tarjoamaa lasten kulttuuritarjontaa + ENNEN KAIKKEA olla supistamatta kulttuuri toimintaa yleensä, lopettamatta kirjastoja; kehittää eikä supistaa tarjontaa seikkailupuistossa*
- *Forum Marinumissa pitäisi olla edes jokunen akvaario/taidemuseoihin lapsille mahdollisuuksia itse tehdä taidetta, laittaa valokuvia, tauluja ja muita töitä esille. seikkailupuiston vieressä pitäisi olla varsin suuri lasten ja nuorten kulttuuritalo, jossa olisi monipuolinen ja jatkuva kulttuuritarjonta. saisi olla maksuton/nimellinen maksu, myös vähävaraisille*
- *fossiilimuseo ☺*
- *ilmaisnäytöksiä lisää!*
- *jokirantaan lapsille aktiviteetteja / härveleitä*
- *kesäteatterit ym. tapahtumat lapsille, puuhapajoja ym. Kupittaanpuistossa sellaisia kyllä löytyy, ei ole vaihtoehtona kyselylomakkeessa*
- *kirjastoon liittyen jotain tapahtumia*
- *kulttuuritarjonta on mielestäni hyvä, rahaa ja vapaa-aikaa saisi olla enemmän, jotta tarjontaa voisi hyödyntää enemmän*
- *kun perhe saa lapsen, niin heille voisi tunkea kaiken maailman esitteitä. kulttuurin pitää tulla minun luokseni. en osaa elämänmuutoksessa itse ehkä lähteä hakemaan sitä.*
- *laittaisın 10.000 euroa tiedotukseen ja palkkaisın jonkun ideoimaan "juttuja"*
- *lapsille suunnatuissa kohteissa saisi olla "vapaasti", ei särkyviä esineitä, turvallisuusvaaroja*
- *lapsille suunnatut opastetut kierrokset, ei aina tasatunnein (joskus vaikea aikatauluttaa elämään lasten kanssa). lapsille omat leikki-paikat/lapsiparkit kohteisiin. kuvaesitykset / slide-showt lapsille kohteisiin. liikuntaakin samaan kohteeseen, esim. museoissa joskus vaikeaa olla paikallaan. kouluikäisille kiinnostavista aiheista lisää museoita.*
- *lasten ja nuorten osallistamista suunnitteluun ja ideointiin lisää -> innovatiivisuutta, ennakkoluulottomuutta. lisäksi enemmän koko perheiden yhteistä teemapuuhaa.*
- *liikuntatapahtumia lisää, kulttuurileirit 1-2pv*
- *lisää lasten teatteritarjontaa!*
- *lisää ohjelmaa*
- *lisää tarjontaa vain!*

- lisää toiminnallisia hetkiä
- LISÄÄ, LISÄÄ ja KADUILLE JA TOREILLE eli sinne missä luontevasti liikutaan!
- nostaisi esille yhden kohteen kerrallaan ja tsemppaisi lapsiin. mehua ja aikuisen vakavuus pois eli lasten ehdoilla aina esitelmät
- näin äkkiseltään ei valitettavasti tule mieleen mitään erityistä. hyvä tietysti olisi, että pääsyliput tapahtumiin yms. olisivat kohtuuhintaisia, jotta useammilla olisi mahdollisuus osallistua.
- pienten 0-3v. kulttuuritarjontaa voisi olla enemmän: vauvamaalaus, ihan pienten vauvateatteri tms.
- ruotsiksi enemmän (opastusta) vaikkapa nukketeatteria
- seikkailupuisto, museot jne. yhteyteen lisää tapahtumia
- taidemuseoissa lapset eivät ole erityisesti viihtyneet - voi tosin joutua heistäkin
- tapahtumia enemmän alle kolmivuotiaille ja 3-5 vuotiaalle!
- tarhojen ja koulujen kautta enemmän tietoa eri tapahtumista. siinänsä tarjonta aika hyvä - lukuun ottamatta ruotsinkielisiä elokuvia.
- tarjonta on aika hyvä, mutta kai sitä aina voisi olla enemmän ja ns. "tylsiin" museokohteisiin lapsille omaa puuhaa
- tarjontaa on tarpeeksi
- toiminnallisuutta ja lapsille suunnattuja teemoja/teemapäiviä lisää
- toisaalta aika hintavaa viedä kaksi pientä lasta esim. kyseisiin kohteisiin, lapsiperheille alhaisemmat hinnat!!
- toivoisimme enemmän nukketeatteriesityksiä, jotka on suunnattu 1-3 – vuotiaalle
- tällä hetkellä kaikki ok!
- tätäkin tilaisuutta (11.4.2010 VPK-talo) olisi pitänyt mainostaa enemmän. itsekin kuulin siitä vahingossa. harva tuttuni tiesi tästä.
- ulkoilmatapahtumia lisää, ilmainen sisäänpääsy
- vaihtuvia näyttelyitä yms. ajankohtaisin teemoin
- voisi olla enemmän tapahtumia, joissa laajemmalle ikähaarukalle toimintaa

7 POHDINTA

Tutkimuksen aiheena paikalliset lapsiperheet oli onnistunut valinta. Oli mielenkiintoista tutkia miten kaupungin omat asukkaat kokevat Turun kulttuurimatkailutarjonnan. Lisääntyvä lähimatkailu ja alan sesonkiluonteisuus saattavat tulevaisuudessa tehdä kohderyhmästä entistä tärkeämmän segmentin kulttuurimatkailuyrittäjille. Tutkimuksen rajaus olisi voinut lasten iän osalta olla vieläkin tarkempi, sillä lasten ikä ja kehitystaso määrittävät hyvin pitkälle sopivan toiminnan luonteen ja kiinnostuksen tason.

Aineiston keruumenetelmänä vanhemmille suunnattu kyselylomake oli toimiva, jatkossa aiheeseen voitaisiin syventyä esimerkiksi haastattelemalla tai havainnoimalla myös lapsia. Tähän olisi hyvä ottaa mukaan alan osaajia, sillä lapsilla saattaa kielellisen kehityksen heikkous ja vastausten miellyttävyyden pyrkiminen estää parhaan mahdollisen tuloksen saamisen.

Kyselytulosten perusteella lapsiperheiden tärkeimmät tiedonlähteet kulttuuri-kohteista sekä – tapahtumista ovat sanomalehdet, Internet sekä ”puskaradio”. Näihin markkinointiviestinnän kanaviin kannattaa siis kohteiden panostaa enemmän kuin esimerkiksi radio- tai TV – mainontaan. Testaamisen arvoinen voisi olla myös Internet-sivusto, josta löytyy varta vasten lapsiperheille suunnattua, ajankohtaista tietoa kulttuuritarjonnasta. Lapsiperheitä kiinnostavat kyselyn mukaan hyvin erilaiset taiteenalat, joten tämän puolesta monipuoliselle tarjonnalle löytyisi kiinnostusta. Tarjonta tulisi kuitenkin osata kohdistaa halutulle ikäryhmälle sopivaksi. Myös muuttuvat perhemuodot olisi hyvä huomioida, sillä yhä useammassa perheessä ei ole perinteistä äiti ja isä – asetelmaa.

Tuloksista käy ilmi, että lasten viihtyminen ja kiinnostava ohjelma ovat erityisen tärkeitä kriteereitä kohdetta valitessa ja siellä uudelleen vierailua harkittaessa. Tällä hetkellä suuri osa kohteista oli tunnettuja, mutta niissä vierailtiin lasten kanssa harvoin. Suurin osa vastaajista arvioikin käyvänsä kaupungin kulttuurikohteissa lasten kanssa vähintään kerran puolessa vuodessa. Vierailukertoja saattaisi siis olla mahdollisuus lisätä, luomalla

kohteista lapsiystävällistä mielikuvaa sekä panostamalla tutkimustuloksista ilmi tuleviin lapsiperheiden tarpeisiin. Kulttuuritarjontaa tulisi saada tuotteistettua niin, että sen kuluttaminen on perheille helppoa ja selkeää.

Kun on kyse lapsille suunnatuista palveluista, ei tulisi unohtaa pieniä yksityiskohtia. Esimerkiksi museoissa työskentelevät innoittajat voisivat hyödyntää lapsia kiinnostavia erilaisia rooliasuja, hassuja puhetapoja, jopa pieniä näytelmänpätkiä työssään. Mikä kohteen sisältöön ja muuhun toimintaan sopiikin. Myös maskottien merkitystä lapsiystävällisen markkinointiviestinnän sekä tunnelman luojina kulttuurikohteissa voitaisiin tutkia tarkemmin. Kohteet, joiden nimessä on sana ”museo”, voivat kuulostaa monen mielestä lapsille sopimattomilta, toiminnaltaan tylsiltä ja hiljaisuutta vaativilta paikoilta.

Lapset tulisi kohteissa huomioida asiakkaina, aivan kuten aikuisetkin. Teoriaosassa esitelty lapsilähtöinen ajattelutapa onkin osittain verrattavissa asiakaslähtöiseen ajatteluun. Lapsiperheille suunnattujen kulttuurikohteiden tulisi tarjota mahdollisuus tutkimiseen, kokeiluun ja mielikuvitukseen eikä pelätä meteliä ja sotkua, se on osa lasten maailmaa. Aikuisen on toisinaan myös vaikea tietää, mikä lapsesta on mukavaa toimintaa. Se voi olla jokin hyvin yllättävä, pienikin juttu. Näin ollen aikuisten tulisi välttää omien näkökulmien liiallista tyrkyttämistä.

Markkinointiviestinnässä voitaisiin lisäksi painottaa lähimatkailun ympäristöystävällistä puolta, läheltäkin löytyy – ajatuksella. Ympärivuotisuus on erityisen huomionarvoinen seikka, talvella monet tutkimuksen kohteista ovat suljettuina. Löytyisikö tällekin ajalle kävijöitä paikallisten joukosta, vaikka matkailijoita ei ole liikkeellä?

Lasten kanssa matkaan lähtöä saatetaan pitää vaikeana ja kalliina puuhana, joka tulee suunnitella hyvin etukäteen. Kulttuurin kuluttamisesta olisikin tehtävä mahdollisimman helppoa; hyvä ennakkotiedotus kohteiden tarjonnasta ja tapahtumista, saavutettavuus ja edullisuus. Kenties matkailijoille suunnatun TurkuCard - kortin tyylinen päiväkortti voitaisiin kehittää myös paikallisille, nimenomaan heitä kiinnostavasta näkökulmasta laadittuna? Lisäksi kaupungin kirjastokorttiin saatavissa olevaa kulttuurikorttiominaisuutta, jonka avulla saa

tietoa lähialueen kulttuurikohteista ja – tapahtumista, ja sen tunnettuutta voitaisiin kehittää. Harva tutkimukseen osallistuneista tiesi, mistä kortissa on ylipäättään kyse. Kuitenkin monet niistä, jotka kortin tunsivat, kokivat sen tärkeäksi tiedonlähteeksi.

Erilaiset lapsiperheitä helpottavat palvelut ja oheistoiminnot, kuten lastenhoituhuone, saavutettavuus lastenvaunuilla, kantoliinoinen vuokrausmahdollisuus, lastenhoitopalvelut, omien eväiden syöntimahdollisuus tai kahvila, tärkeiden sekä kiinnostavien asioiden löytyminen lapsen korkeustasolta ja turvallisuus voitaisiin ottaa kohteissa erityisen tarkastelun alle. Kohteiden tarjontaa voisi miettiä palveluiden ja tuotteiden osat kerrallaan, käyttäjän näkökulmasta.

Erään vastaajan kulttuuritarjonnan kehittämiseen liittyvä ajatus, jossa hän ehdotti ”yhden kohteen nostamista esille kerrallaan ja sen lapsiystävällisyyden tsemppaamista”, oli mielenkiintoinen. Tämä voitaisiin toteuttaa esimerkiksi lapsille suunnattuna vuotena, jolloin jokaisena kuukautena esiteltäisiin uusi kulttuurikohde, sen lapsille suunnattuja palveluja ja houkuteltaisiin vierailemaan nekin perheet, joille kohde ei ennestään ole tuttu.

Tutkimuksen tavoitteena oli antaa toimeksiantajille lisää tietoa lapsiperheiden kulttuurin kuluttamisesta sekä tarpeista ja toiveista, joiden pohjalta kulttuuritarjontaa voidaan kehittää entistä lapsiystävällisempään suuntaan. Tutkimuksen toivotaan herättelevän myös innovatiivisuuteen, lapsenmielisyyteen sekä lapsilähtöiseen ajatusmaailmaan kulttuurimatkailupalveluja tuotteistettaessa.

LÄHTEET

Anttila, H. 2007. Varhaiskasvatustyön kurssi. Lasten elämää luonnehtivia tekijöitä – luento. Jyväskylän AMK, sosiaali- ja terveysala.

Boxberg, M. & Komppula, R. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

Helve, H. 2009. Nuorten vapaa-aika, luottamus ja sosiaalinen pääoma. Teoksessa Suomalainen vapaa-aika. Toim. M. Liikanen.

Hintikka, T. 2007a. Lapsilähtöisen toiminnan lähtökohtia. Luentomateriaali. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, sosiaali- ja terveysala.

Hintikka, T. 2007b . Mitä on lapsilähtöisyys? Luentomateriaali. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, sosiaali- ja terveysala.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2001. Tutki ja kirjoita. 6.-7. uud. p. Helsinki: Tammi.

Jallinoja, R. 2009. Perhe yhdessä vapaa-aikana. Teoksessa Suomalainen vapaa-aika. Toim. M. Liikanen.

Jauni, P. 2009. Metkun matkassa: Etelä-Karjalan lastenkulttuurin nykytila ja keskeisimmät kehityskohteet. Teoksessa Kulttuuripalveluita vanhuksille, lapsille ja yrityksille. Kolme opinnäytetyötä. Toim. P. Vartiainen. Humanistinen ammattikorkeakoulu – HUMAK.

Karlsson, L. 2006. Lapset kertovat – hanke. Kerrottu - kirjoitetun ja puhutun kohtauspaikka - Näkökulmia lastenkulttuuriin. Viitattu 15.3.2010.
<http://www.edu.helsinki.fi/lapsetkertovat/lapset/Julkaisut/ARTIKKELIT/LastenkulttuuriLiisa.htm>

Koskiranta, J-P. 2001. Hyvä tv-ruutu lapselle. Teoksessa Kohtaamispaikkana lapsuus. Vuoropuhelua lapsen maailmasta. Toim. S. Sulku & J. Aromaa. Helsinki: Edita.

Kulttuurin Ketju – kulttuurin matkailullinen tuotteistaminen. 2009. Viitattu 25.2.2010. [Http://www.turkutouring.fi/public/default.aspx?contentid=120907&nodeid=8202](http://www.turkutouring.fi/public/default.aspx?contentid=120907&nodeid=8202)

Kurki, L. 2008. Innostava matkailu. Sosiokulttuurinen innostaminen ja vapaa-aika. Helsinki: Finn Lectura.

Kurki, T-M. 2009. Turku-huvia joen rannalla. Aurajoen varren kulkijoiden ajatuksia Aurajokialueesta. Opinnäytetyö. Turun AMK. Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Viitattu 2.4.2010. [Https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/.../Kurki_Tiia-Maria.pdf?...1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/.../Kurki_Tiia-Maria.pdf?...1)

Kuusela, A. 2010. Lapsiperheen lähilomalla nautitaan omia eväitä. Turun Sanomat. 26.2.2010, 16.

Lange, K. 2001. Teatterin ovesta maailmaan ja minään. Teoksessa Kohtaamispaikkana lapsuus. Vuoropuhelua lapsen maailmasta. Toim. S. Sulku & J. Aromaa. Helsinki: Edita.

Lehtonen, A. 2009. Turun avoin yliopisto. Opinto-opas 2008-2009. Viitattu 18.3.2010. [Http://www.tkk.utu.fi/avoin/opetustarjonta/humanistiset_opinnot/kulttuurimatkailu/](http://www.tkk.utu.fi/avoin/opetustarjonta/humanistiset_opinnot/kulttuurimatkailu/)

Lönnqvist, J. 2001. Missä on lapsi ja lapsuus. Teoksessa Kohtaamispaikkana lapsuus. Vuoropuhelua lapsen maailmasta. Toim. S. Sulku & J. Aromaa. Helsinki: Edita.

Matkailun edistämiskeskus. 2009. Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2009-2013. Viitattu 10.5.2010. [Http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/%28pages%29/Kulttuurimatkailun_kehitt%C3%A4misstrategia?opendocument&ind=W5/mekfi/index.nsf&np=F-30](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/%28pages%29/Kulttuurimatkailun_kehitt%C3%A4misstrategia?opendocument&ind=W5/mekfi/index.nsf&np=F-30)

Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskus. 2009. Viitattu 25.2.2010.
[Http://www.turku.fi/Public/default.aspx?nodeid=16821&culture=fi-FI&contentlan=1](http://www.turku.fi/Public/default.aspx?nodeid=16821&culture=fi-FI&contentlan=1)

Melanen, J. 2007. Liian vanha vanhemmaksi? Keski-suomalainen. 13.9.2007, 21.

Mikkonen, J., Pasanen, K. & Taskinen, H. 2008. Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus: ESS vaikuttaa -tapahtumien arviointihankkeen tutkimusraportti. Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitoksen julkaisuja, no 1. Joensuun yliopisto. Viitattu 12.3.2010.
[Http://joypub.joensuu.fi/publications/other_publications/mikkonen_itsuomalaisen/](http://joypub.joensuu.fi/publications/other_publications/mikkonen_itsuomalaisen/)

Opetusministeriö. 2008. Kulttuurin matkailullinen tuotteistaminen. Esitys toimintaohjelmaksi 2009-2013. Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2008:34. Viitattu 10.3.2010.
[Http://www.kulttuurivienti.fi/index.php?k=11141](http://www.kulttuurivienti.fi/index.php?k=11141)

Puustinen, A. & Rouhiainen U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita.

Riukulehto, S. 2001. Kulttuurin vaikuttavuus. Teoksessa Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet. Toim. S. Riukulehto. Jyväskylä: Atena Kustannus.

Tilastokeskus. 2007. Suomalainen lapsi. Helsinki: Edita.

Tilastokeskus. 2009. Perheet, julkistus. Viitattu 30.3.2010.
[Http://www.stat.fi/til/perh/index.html](http://www.stat.fi/til/perh/index.html)

Toimituskunta Elo, P., Järnefelt, H., Kaila, E. & Lönnblad, A. 2006. Kulttuuria perinnöksi, Suomen Tammi – projektista verkostoksi 1998–2004. Raportti. Viitattu 10.3.2010. [Http://www.oph.fi/julkaisut/2006/kulttuuria_perinnoksi](http://www.oph.fi/julkaisut/2006/kulttuuria_perinnoksi)

Toivonen, T. & Ylätaalo, H. 2004. Pimeää keskiaikaa keskellä kesää. Turun keskiaikaisten markkinoiden kävijätutkimus. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja.

Tuomisto, P. 2001. Tasapuolisesti harrastus- ja toimintamahdollisuuksia. Teoksessa Kohtaamispaikkana lapsuus. Vuoropuhelua lapsen maailmasta. 2001. Toim. S. Sulku & J. Aromaa. Helsinki:Edita.

Turku Touring, matkailu- ja kongressitoimisto. 2010. Viitattu 25.2.2010.
[Http://www.turku.fi/Public/default.aspx?nodeid=8198&culture=fi-FI&contentlan=1](http://www.turku.fi/Public/default.aspx?nodeid=8198&culture=fi-FI&contentlan=1)

Varhaiskasvatussuunnitelman perusteet. 2005. Sosiaali- ja terveystieteiden tutkimus- ja kehittämiskeskus. ISSN 1236-0724.

Vieraan kulttuurin ymmärtämisestä – mahdollisuuksia ja mahdottomuuksia. 1991. Toim. O. Kantokorpi. Kouluhallitus.

Vuoristo, K-V. 1998. Matkailun muodot. Porvoo: WSOY.

Wallin, S. 2010. Kulttuuri- ja urheiluministeri. Turun lasten päivä - tapahtuman avajaispuhe, Turun VPK-talo. 11.4.2010.

Zacheus, T. 2008. Suomalaiset ja vapaa-aika. Raportti ISSP 2007 Suomen aineistosta. Yhteiskuntatieteellisen tietoarkiston julkaisuja.

LIITTEET

Liite 1. Aurajokialueen kulttuurimatkailukohteet

Aboa Vetus & Ars Nova (Itäinen Rantakatu 4-6)

Aboa Vetus on keskiajasta kertova, ainutlaatuinen museo, jossa yleisö pääsee tutustumaan Turun mielenkiintoiseen ja pitkään historiaan. Ars Nova puolestaan on saanut alkunsa Matti Koivurinnan taidekokoelmasta, jota museossa vierailija voi yhä ihastella. Museo toimii lisäksi aktiivisena nykytaiteen museona. Lisätietoja: <http://www.aboavetusarsnova.fi/>

Turun linna (Linnankatu 80)

Turun linna on yli 700 vuotta vanha kulttuurihistoriallinen matkailukohde. Linnassa toimii museo, jonka näyttelyillä, sisustetuilla tyylihuoneilla ja erilaisilla tapahtumilla esitellään Turun alueen menneisyyttä esihistoriasta tähän päivään. Lisätietoja: <http://www.turunmuseokeskus.fi/public/default.aspx?nodeid=4537&culture=fi-FI&contentlan=1>

Forum Marinum (Linnankatu 72)

Forum Marinum on valtakunnallinen merenkulun ja merivoimien historian erikoismuseo sekä toiminnallinen merikeskus. Lisätietoja: <http://www.forum-marinum.fi/site/>

Turun tuomiokirkko (Tuomiokirkonkatu 1)

Turun tuomiokirkko on Suomen kansallispyhäkkö ja Suomen evankelis-luterilaisen kirkon pääkirkko. Se on myös arkkipiispan kotikirkko. Tuomiokirkko ei ole vain museo vaan elävä ja toimiva kirkko. Lisätietoja:

http://www.turunsrk.fi/portal/fi/kirkot/tuomiokirkko/mika_tuomiokirkko/

Suomen Joutsen (Aurajoki, Forum Marinumin edusta)

Fregatti Suomen Joutsen rakennettiin alun perin rahtialukseksi Ranskassa vuonna 1902. Alus on luovutettu Turun kaupungille vuonna 1991 ja kaupunki on sitoutunut kunnostamaan ja ylläpitämään aluksen julkisessa museokäytössä. Lisätietoja: [http://www.forum-](http://www.forum-marinum.fi/site/index.php?option=com_content&task=view&id=46&Itemid=63)

[marinum.fi/site/index.php?option=com_content&task=view&id=46&Itemid=63](http://www.forum-marinum.fi/site/index.php?option=com_content&task=view&id=46&Itemid=63)

Museoalus Sigyn (Aurajoki, Forum Marinumin läheisyys)

Kolmimastoparkki Sigyn on maailman viimeinen puurunkoinen kauppa-alue, joka on purjehtinut valtameriliikenteessä. Åbo Akademin säätiö on ostanut sen museolaivaksi vuonna 1939. Lisätietoja: [http://www.forum-](http://www.forum-marinum.fi/site/index.php?option=com_content&task=view&id=47&Itemid=64)

[marinum.fi/site/index.php?option=com_content&task=view&id=47&Itemid=64](http://www.forum-marinum.fi/site/index.php?option=com_content&task=view&id=47&Itemid=64)

Luostarinmäen käsityöläismuseo (Vartiovuorenkatu 2)

Luostarinmäki on Turun ainoa yhtenäinen puutaloalue, joka säilyi vuoden 1827 palosta ja rakennukset sijaitsevat alkuperäisillä paikoillaan. Niihin on sisutettu sekä käsityöläisten asuntoja että yli 30 eri alan verstasta esittelemään esiteollisen ajan kaupunkikäsityön historiaa. Kesäaikaan verstaissa työskentelee käsityöläisiä. Lisätietoja:

<http://www.turunmuseokeskus.fi/public/default.aspx?nodeid=4550&culture=fi-FI&contentlan=1>

Apteekkimuseo ja Qwenselin talo (Läntinen rantakatu 13)

Qwenselin talo on Turun vanhin omavaraistalouden ajalta säilynyt porvaristalo, se on rakennettu n. 1700. Myöhemmin rakennettuun kauppasiipeen on sisustettu 1800-luvun apteekki, johon kuuluu materiaali- ja yrttihuone, kaksi laboratoriota ja offisiini. Offisiinissa on Suomen vanhin säilynyt apteekkisisustus. Perusnäyttelyiden lisäksi museossa on vuosittain vaihtuvia pienoisnäyttelyitä ja ohjelmatoimintaa. Lisätietoja:

<http://www.turkutouring.fi/public/default.aspx?nodeid=4561&culture=fi-FI&contentlan=1>

Turun biologinen museo (Neisytpolku 1)

Turun biologinen museo on 1907 valmistunut luontomuseo ja Suomen ainoa dioraamamuseo. Sen 13 näyttelyosastoa esittelevät suomalaista eläimistöä ja kasvistoa. Lisätietoja:

<http://www.turunmuseokeskus.fi/public/default.aspx?nodeid=4572&culture=fi-FI&contentlan=1>

Wäinö Aaltosen museo (Itäinen rantakatu 38)

Wäinö Aaltosen museo on Turun kaupungin taidemuseo ja edesmenneen turkulaisen kuvanveistäjän nimikkomuseo. Lisätietoja:

<http://www.turunmuseokeskus.fi/Public/default.aspx?nodeid=10917&culture=fi-FI&contentlan=1>

Sibelius-museo (Piispankatu 17)

Sibelius-museo on Suomen ainoa varsinainen musiikkimuseo. Museon yli 1800:sta soittimesta on esillä kokoelma perinne- ja taidemusiikkisoittimia eri

puolilta maailmaa. Sibeliuksen elämäntyölle on luonnollisesti omistettu oma tilansa. Lisätietoja: <http://web.abo.fi/fak/hf/musik/>

Turun taidemuseo (Aurakatu 26)

Taidemuseosta löytyy erilaisia, vaihtuvia taidenäyttelyitä sekä pysyvämpiä kokoelmia. Lisätietoja: <http://www.turuntaidemuseo.fi>

Kulttuuripaja (Hämeenkatu 15)

Kulttuuripaja tarjoaa tekemisen ja kokemisen riemua sekä monipuolisia mahdollisuuksia kuvan tekemiseen ja kädentaitojen harjoittamiseen lapsille, nuorille ja perheille. Lisätietoja: <http://www.kulttuuripaja.fi>

Ett Hem – kulttuurikotimuseo (Piispankatu 14, 20500 Turku)

Konsuli Alfred ja konsulinna Hélène Jacobssonin toivomuksesta säilyttää koskemattomana kappale 1800–1900-lukujen vaihteen säätyläiselämää syntyneen persoonallinen Ett Hem -museo. Lisätietoja: http://web.abo.fi/stiftelsen/ett_hem/suomeksi.html

Turun kaupunginteatteri (Itäinen rantakatu 14)

Turun Kaupunginteatteri on Suomen vanhin täyskunnallinen teatteri, joka on perustettu 1946 ja on aina toiminut perinteisenä repertoariteatterina. Lisätietoja: <http://www.turku.fi/teatteri>

Åbo Svenska Teatern (Aurakatu 10)

Åbo Svenska Teater on Suomen vanhin toimiva teatteri ja se on vetänyt yleisöä Turun kauppatorin laidalle jo vuodesta 1839.

Lisätietoja: <http://www.abosvenskateater.fi/fin/aloitussivu/>

Aurinkobaletti (Itäinen rantakatu 64)

Turkulainen ammattitanssiteatteri Aurinkobaletti on perustettu vuonna 1981. Alkuvuosina teokset edustivat nykybalettia, mutta jo 1990-luvun alusta lähtien ryhmä on tunnettu korkeatasoisista nykytanssiteoksistaan.

Lisätietoja: <http://www.aurinkobaletti.com/>

Lasten ja nuorten Ullakkogalleria (Vanha Suurtori 3)

Ullakkogalleria on lasten ja nuorten oma galleria. Näyttelyohjelmistossa on sekä lasten ja nuorten itsensä valmistamia että heille suunnattuja näyttelyjä.

Lisätietoja: <http://www.turku.fi/public/default.aspx?contentid=8590>

Marionettiteatteri Mondo (Uudenmaankatu 17)

Marionettiteatteri Mondo koostuu 120:sta nukesta ja nukketaitelija Marco Pintosta. Uudenmaankadun esityksien lisäksi Mundon voi myös tilata erilaisiin tilaisuuksiin. Lisätietoja. <http://www.marionettiteatterimundo.com/pohja.htm>

Liite 2. Perheet tyypeittäin vuosina 1990 – 2008.

Perhetyyppi	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	Muu- tos 2007– 2008
Perheitä yhteensä	1 365 341	1 382 970	1 401 963	1 426 002	1 431 376	1 437 709	1 444 386	6 677
Aviopari, ei lapsia	364 452	395 953	436 019	481 209	488 880	496 814	504 728	7 914
Aviopari ja lapsia	640 062	579 578	514 868	468 266	461 569	456 235	452 180	-4 055
Avopari, ei lapsia	123 471	135 996	160 132	180 590	184 732	188 172	191 177	3 005
Avopari ja lapsia	65 896	85 309	102 581	112 847	114 671	115 860	115 966	106
Äiti ja lapsia	147 297	159 063	159 432	153 024	151 475	150 251	149 631	-620
Isä ja lapsia	24 161	27 071	28 931	29 238	29 101	29 288	29 460	172
Rekisteröity miespari 1)	.	.	.	398	455	527	579	52
Rekisteröity naispari 1)	.	.	.	430	493	562	665	103
Perheväestö	4 101 922	4 093 038	4 053 850	4 037 753	4 039 944	4 045 561	4 051 662	6 101
Väkiluku 31.12.	4 998 478	5 116 829	5 181 115	5 255 580	5 276 955	5 300 484	5 326 314	25 830
Perheväestön osuus, %	82.1	80.0	78.2	76.8	76.6	76.3	76.1	-0.2
Pernheen keskikoko	3.00	2.96	2.89	2.83	2.82	2.81	2.81	0.00

Liite 3. Hyvä matkailutuote eri toimijoiden näkökulmista.

(Boxberg & Komppula 2002, 90., Puustinen & Rouhiainen 2007, 220.)

Asiakkaalle tärkeitä asioita:

- tuotteen hinta/laatusuhde on kohdallaan ja vastaa odotuksia
- tuote on sitä, mitä esitteissä ja muissa markkinointiviestinnän kanavissa on luvattu
- palvelutaso täyttää ja mielellään ylittää asiakkaan odotukset
- tuote on turvallinen ja kaikilta osin luottamusta herättävä
- tuotteessa on jotain omaleimaista ja muistijäljen jättävää
- tuote tarjoaa elämyksiä, lepoa, irtiottoja arjesta, erilaisuutta
- ostaminen ja siihen liittyvä maksuliikenne hoituu helposti
- tuotteen saavuttaminen ei vaadi kohtuuttomia ponnistuksia tai valtavasti aikaa

Tuottajalle tärkeitä asioita:

- tärkeintä on, että tuote myy, tuotteella on siis oltava liiketaloudellisesti kannattava hinta ja volyyymi
- palvelu hoituu tasokkaasti ilman ylimääräisiä kustannuksia
- tuotteeseen ei liity ulkopuolisia epävarmuustekijöitä
- tuottaja tunnistaa tuotteesta oman työnsä jäljen
- tuote on helposti myytävissä joko suoraan tai jälleenmyyjän kautta
- tuote kiinnostaa niitä asiakkaita, jotka on kohderyhmäksi valittu
- tuote on pitkäikäinen

Jälleenmyyjälle tärkeitä asioita:

- kiinnostava loppukäyttäjälle
- hinnaltaan ja volyymiltaan liiketaloudellisesti kannattava välittäjällekin
- yksinkertainen, toimiva ja luotettava

- tuotteen eri elementit selkeästi kuvattu ja sisältö purettu auki (tuotteen nimi, kesto, ajankohta, mahdolliset lähtö- ja paluuajat, osallistujamäärät)
- hinnan oltava selkeä ja erilaiset lisämaksut ilmoitettava
- erottuva tai muihin tuotteisiin sulautuva
- helposti varattava eikä kovin riskialtis
- mahdollisimman kauan voimassaoleva
- kasvava käyttäjäpotentiaaliltaan

Toimintaympäristölle tärkeitä asioita:

- tuote luo työpaikkoja ja taloudellista hyötyä ympäristölleen
- alueen/paikkakunnan tunnettuus ja vetovoima lisääntyvät
- tuotteen ympärille rakentuu toimivia verkostoja ja alihankintaketjuja
- tuote on luonto- ja ympäristöystävällinen

Liite 4. Lapsiperheille jaettu kyselylomake

KYSELY PAIKALLISTEN LAPSIPERHEIDEN VIERAILUSTA TURUN AURAJOKIALUEEN KULTTUURIKOHTAISISSA

Tämän kyselyn tuloksia tullaan hyödyntämään turkulaisten lapsiperheiden kulttuurimatkailua käsittelevässä opinnäytetyössä. Opinnäytetyö tehdään Jyväskylän ammattikorkeakoulun matkailun koulutusohjelmaan, yhteistyössä TurkuTouringin, Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskuksen sekä Kulttuurin Ketju – hankkeen kanssa. Vastauksenne on tutkimuksen kannalta hyvin tärkeä ja kaikkia tietoja käsitellään luottamuksellisesti.

1. Perheenne tausta

ydinperhe

yksinhuoltajaperhe

uusperhe

sateenkaariperhe

muu, mikä _____

2. Huoltajan/huoltajien iät

25 tai alle

26 - 35

36 - 45

46 - 55

56 - 65

66 tai yli

3. Minkä ikäisiä lapsia perheessänne on? (luettele lasten iät pilkulla erotellen)

4. Miten kaukana perheenne asuu Turun keskustasta?

1 km tai alle

yli 1 km - 5 km

yli 5 km - 10 km

yli 10 km

5. Valitkaa kolme tärkeintä tietolähdettä Turun kulttuurikohteista ja - tapahtumista (1-3, numeron yksi ollessa tärkein)

sanomalehdet/ilmaisjakelulehdet

TV

radio

Internet, mikä sivusto erityisesti _____

Turku-opas, Vapaa-ajan Kulttuurikalenteri, muut esitteet

ystävät, tuttavat, sukulaiset

kaupungin matkailuneuvonta

muu, mikä _____

6. Löydättekö mielestänne helposti tietoa Turun kulttuuritarjonnasta ja -kohteista?

kyllä ei, miten / mistä toivoisitte tietoa löytyvän _____

7. Onko perheellänne käytössä Kulttuurikortti?

kyllä ei, miksei _____

8. Mitkä seuraavista kulttuurikohteista ovat teille tuttuja?

1. kyseinen kohde ei ole lainkaan tuttu
2. tunnen kohteen, mutten ole vierailut siellä lasteni kanssa
3. olemme käyneet kohteessa lasten kanssa kerran
4. olemme käyneet kohteessa lasten kanssa useammin kuin kerran

	1	2	3	4*
Aboa Vetus & Ars Nova	[]	[]	[]	[]
Turun linna	[]	[]	[]	[]
Forum Marinum	[]	[]	[]	[]
Turun tuomiokirkko	[]	[]	[]	[]
Suomen Joutsen	[]	[]	[]	[]
Museoalus Sigyn	[]	[]	[]	[]
Luostarinmäen työläismuseo	[]	[]	[]	[]
Apteekkimuseo ja Qwenselin talo	[]	[]	[]	[]
Turun biologinen museo	[]	[]	[]	[]
Wäinö Aaltosen museo	[]	[]	[]	[]
Sibelius-museo	[]	[]	[]	[]
Turun taidemuseo	[]	[]	[]	[]
Kulttuuripaja	[]	[]	[]	[]
Ett Hem – kulttuurikotimuseo	[]	[]	[]	[]
Turun kaupunginteatteri	[]	[]	[]	[]
Åbo Svenska Teatern	[]	[]	[]	[]
Aurinkobaletti	[]	[]	[]	[]
Lasten ja nuorten Ullakkogalleria	[]	[]	[]	[]
Marionettiteatteri Mondo	[]	[]	[]	[]

- * Mikä saa perheenne vierailemaan samassa kohteessa useamman kerran?

9. Arvioikaa miten usein keskimäärin vieraillette kotikaupunkinne kulttuurikohteissa lastenne kanssa?

- vähintään kerran viikossa
 - vähintään kerran kuukaudessa
 - vähintään kerran puolessa vuodessa
 - vähintään kerran vuodessa
 - harvemmin kuin kerran vuodessa
 - muu, mikä
-

10. Mitkä seuraavista taiteenaloista kiinnostavat perhettänne eniten? (rastittakaa 5 kiinnostavinta)

- elokuvat
 - kuvataide
 - tanssitaide
 - näyttämötaide
 - sirkus- ja estraditaide
 - rakennustaide
 - sanataide (kirjallisuus, runotaide)
 - säveltaide (musiikin eri muodot)
 - valokuvataide
 - muotoilu (taideteollisuus, käsityö, sarjakuvat)
 - kotiseutu- ja perinnetyö (tapakulttuuri, paikallistuntemus, kulttuuriperintö, ruokakulttuuri)
 - muu, mikä
-

11. Mikä saisi teidät vierailemaan kotikaupunkinne kulttuurikohteissa useammin?

12. Valitkaa kaksi kohteen oheistoimintoa, jotka ovat teille tärkeimpiä lasten kanssa eri kulttuurikohteissa vieraillessanne? (1-2, numeron 1 ollessa tärkein)

- kahvila/ravintola
 matkamuistomyymälä
 saavutettavuus julkisilla liikennevälineillä
 saavutettavuus omalla autolla, pysäköintialueet
 erilaiset opastetut kierrokset
 erilaiset aktiviteetit lapsille (esim. puuhapajat, tarinatuokiot, aartenmetsästys)
 muu, mikä?
-

13. Arvioikaa alla olevien kohteiden lapsiystävällisyyttä. Voitte ilmaista mielikuvanne myös kohteista, joissa ette ole vielä vierailleet.

(1= erittäin huono, 2=huono, 3=en osaa sanoa , 4=hyvä , 5=erittäin hyvä)

	1*	2	3	4	5
Aboa Vetus & Ars Nova	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turun linna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Forum Marinum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turun tuomiokirkko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suomen Joutsen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Museoalus Sigyn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Luostarinmäen työläismuseo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apteekkimuseo ja Qwenselin talo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turun biologinen museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wäinö Aaltosen museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sibelius-museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turun taidemuseo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulttuuripaja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ett Hem – kulttuurikotimuseo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turun kaupunginteatteri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Åbo Svenska Teatern	[] [] [] [] [] []
Aurinkobaletti	[] [] [] [] [] []
Lasten ja nuorten Ullakkogalleria	[] [] [] [] [] []
Marionettiteatteri Mondo	[] [] [] [] [] []

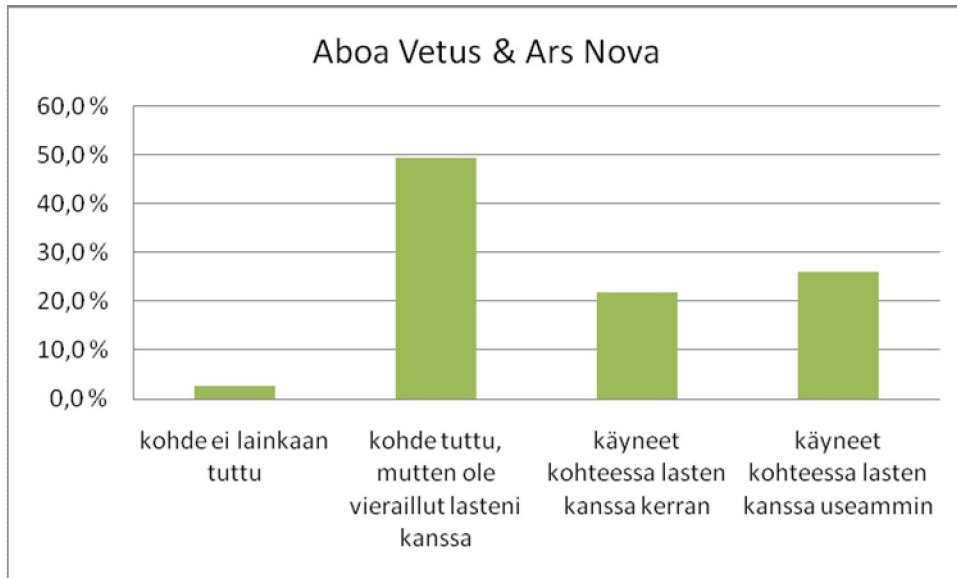
- *Miksi koette valitsemanne kohteet lapsiystävällisyydeltään erittäin huonoiksi?

14. Miten kehittäisitte lasten kulttuuritarjontaa Turussa?

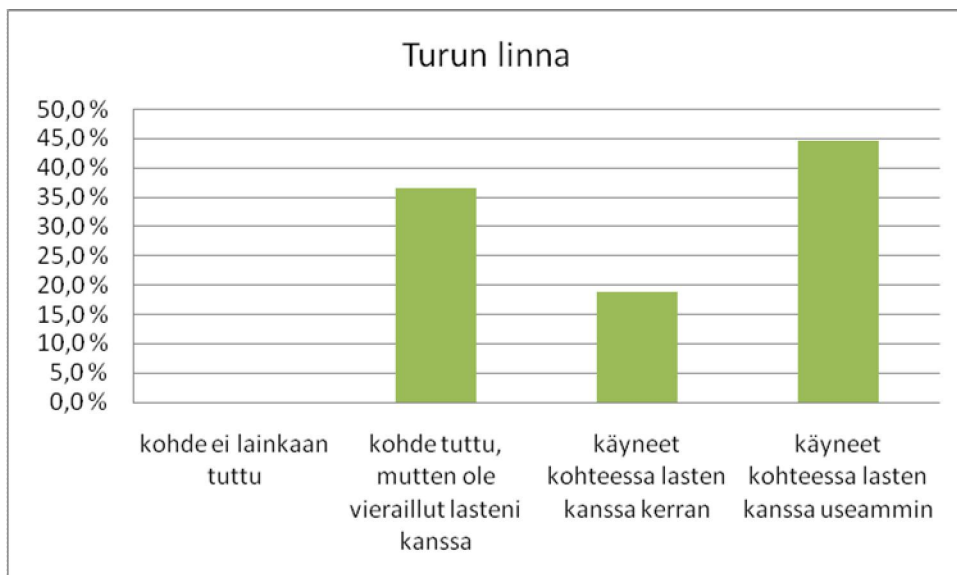
KIITOS VASTAUKSISTANNE JA AURINKOISTA KEVÄÄN JATKOA!

Liite 5. Tunnettuuden arvosanat kohteittain.

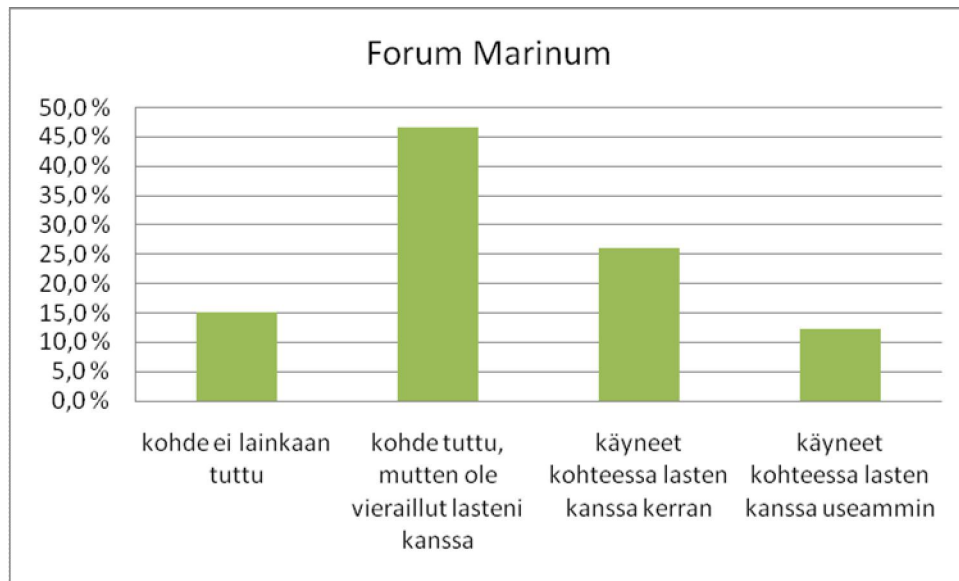
Aboa Vetus & Ars Nova (1=2kpl, 2=36kpl, 3=16kpl, 4=19kpl, yhteensä 73kpl)



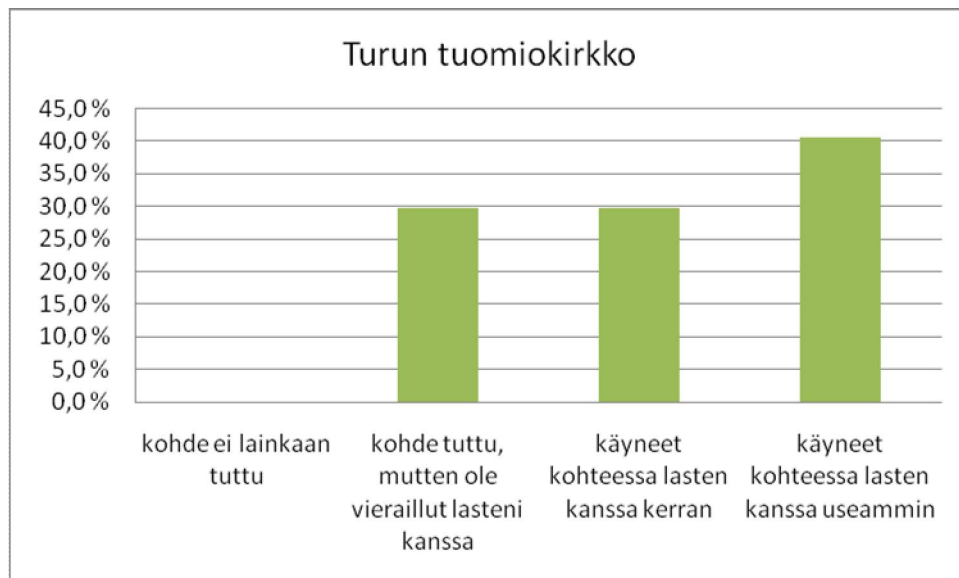
Turun linna (1=0kpl, 2=27kpl, 3=14kpl, 4:33kpl, yhteensä 74kpl)



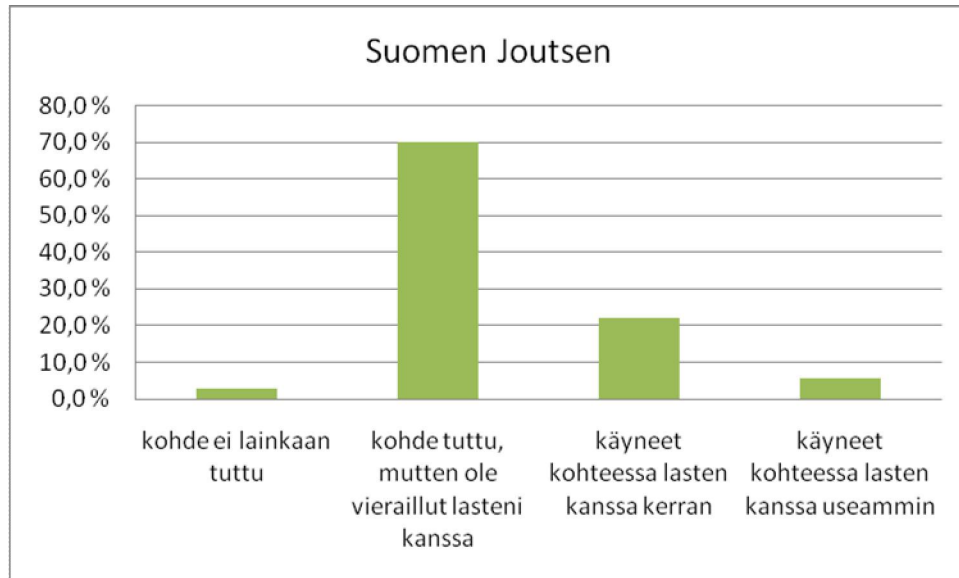
Forum Marinum (1=11kpl, 2=34kpl, 3=19kpl, 4=9kpl, yhteensä 73kpl)



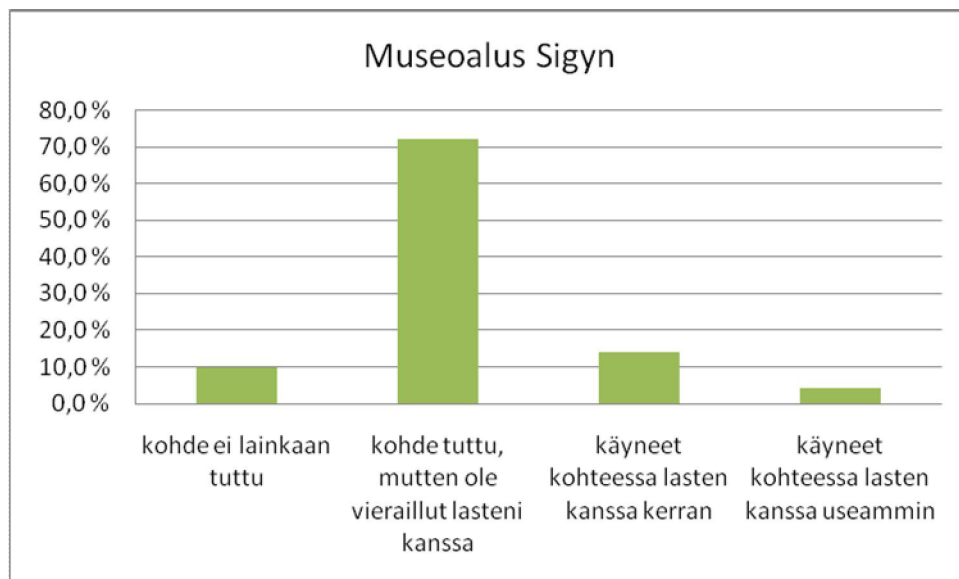
Turun tuomiokirkko (1=0kpl, 2=22kpl, 3=22kpl, 4=30kpl, yhteensä 74kpl)



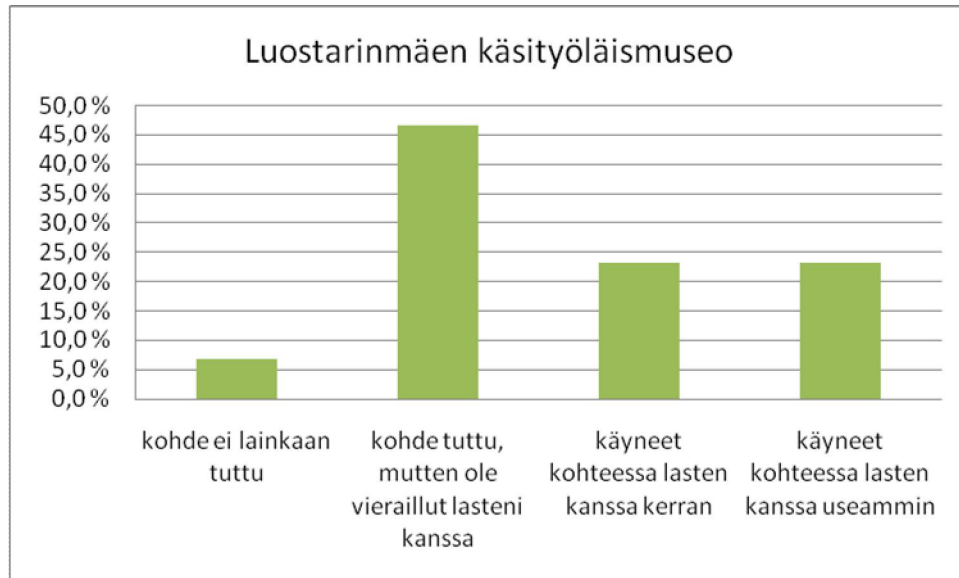
Suomen Joutsen (1=2kpl, 2=51kpl, 3=16kpl, 4=4kpl, yhteensä 73kpl)



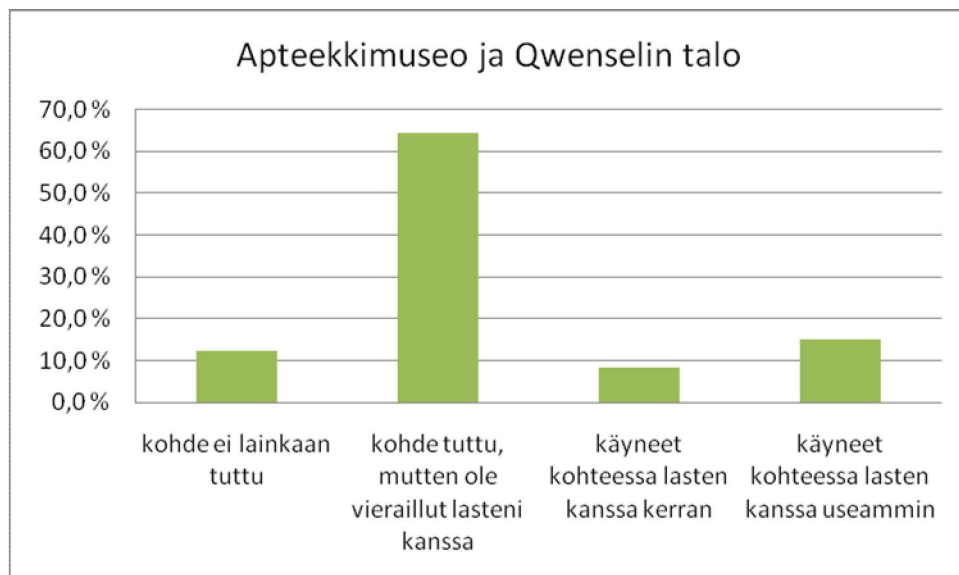
Museoalus Sigyn (1=7kpl, 2=52 kpl, 3=10kpl, 4=3kpl, yhteensä 72kpl)



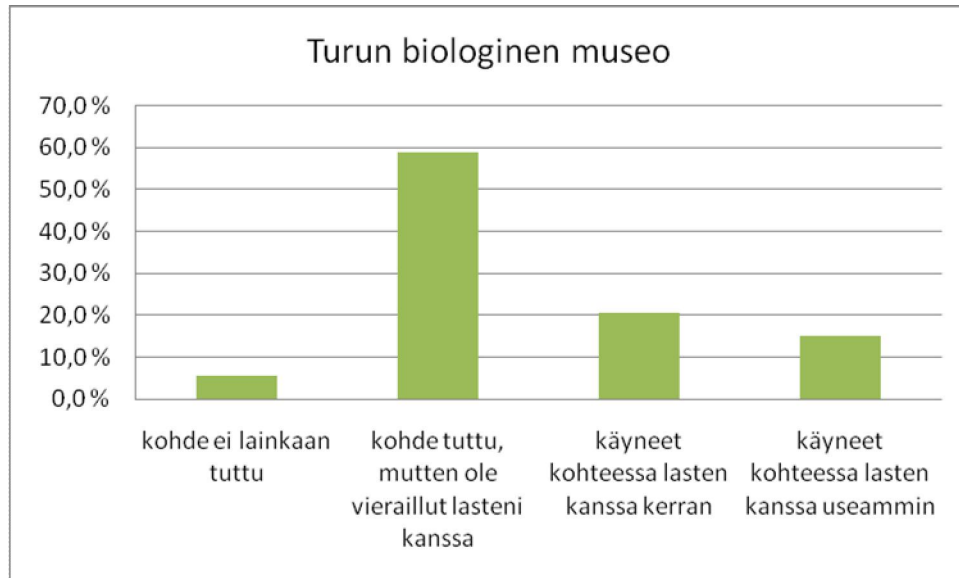
Luostarinmäen käsityöläismuseo (1=5kpl, 2=34kpl, 3=17kpl, 4=17kpl, yhteensä 73kpl)



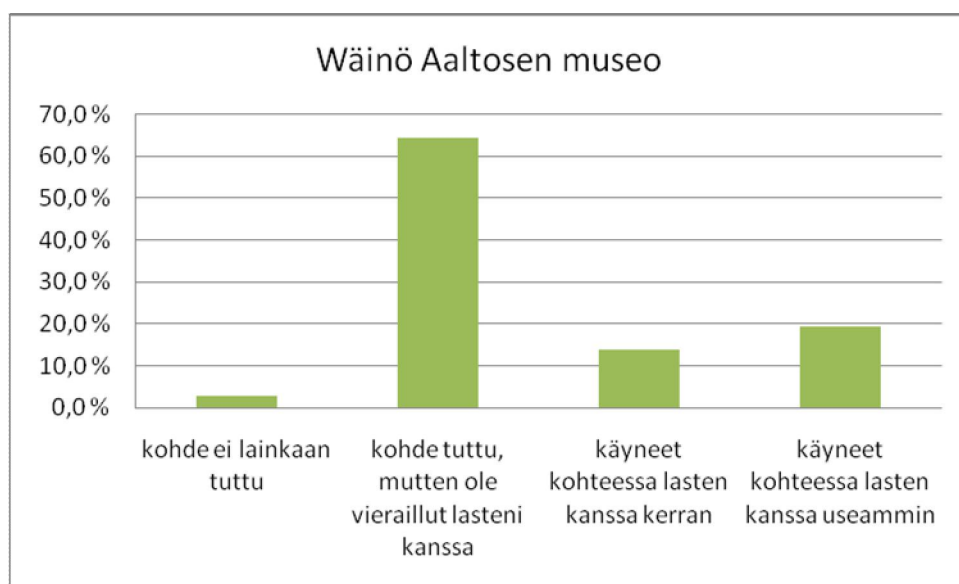
Apteekkimuseo ja Qwenselin talo (1=9kpl, 2=47kpl, 3=6kpl, 4=11kpl, yhteensä 73kpl)



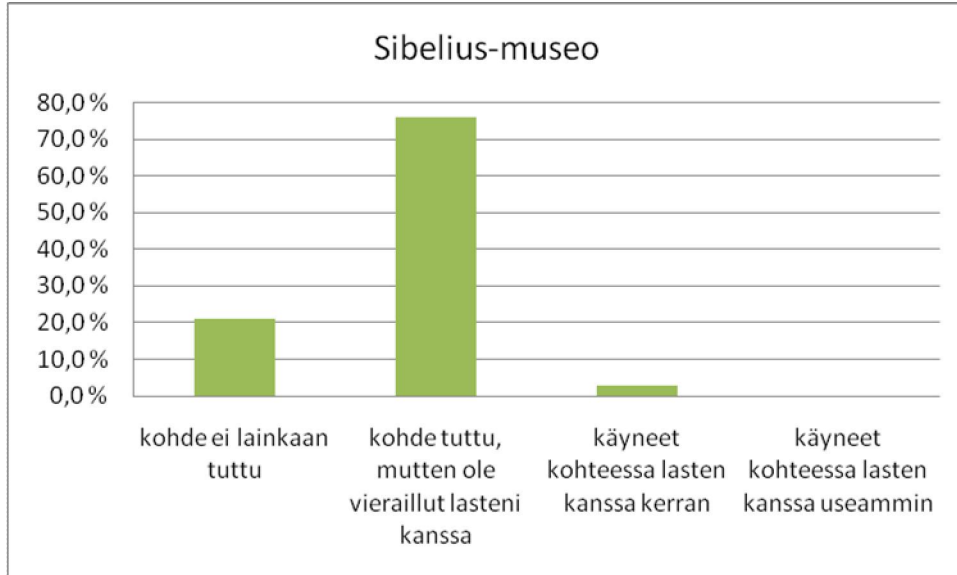
Turun biologinen museo (1=4kpl, 2=43kpl, 3=15kpl, 4=11kpl, yhteensä 73kpl)



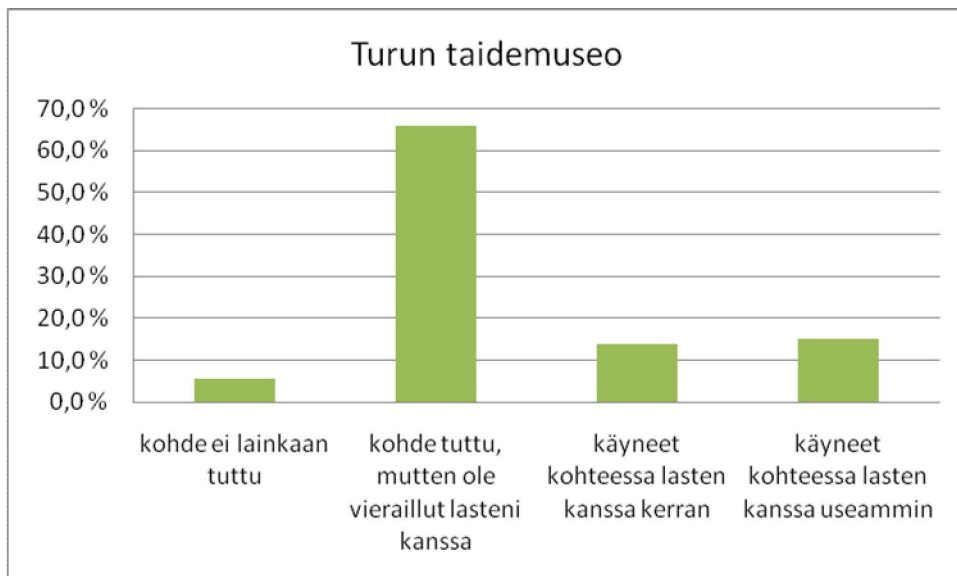
Wäinö Aaltosen museo (1=2kpl, 2=47kpl, 3=10kpl, 4=14kpl, yhteensä 73kpl)



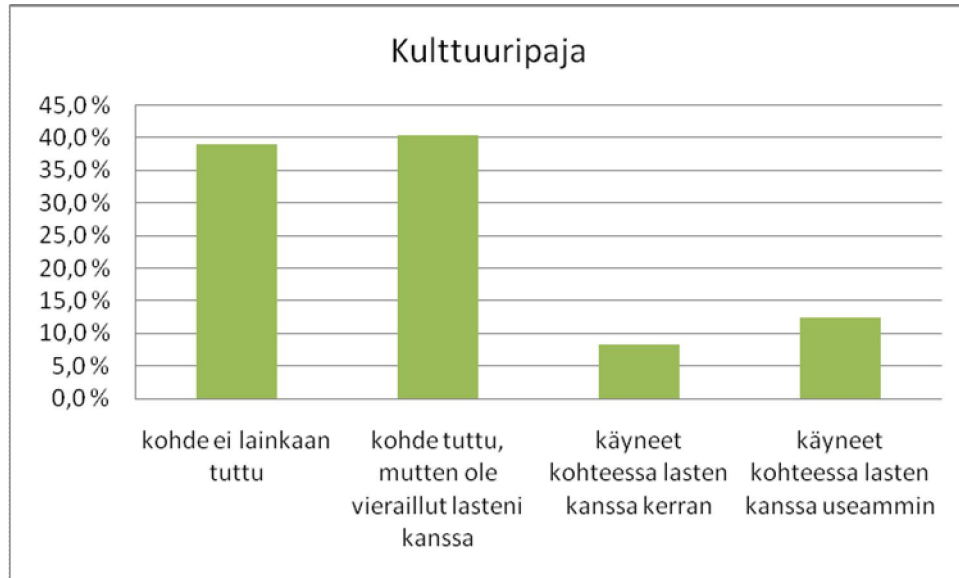
Sibelius-museo (1=15kpl, 2=54 kpl, 3=2kpl, 4=0kpl, yhteensä 71kpl)



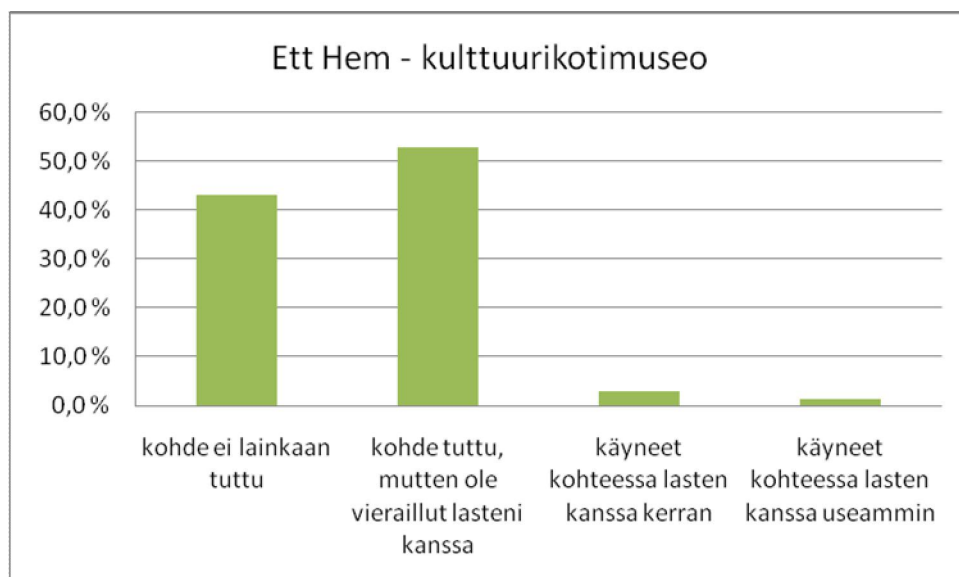
Turun taidemuseo (1=4kpl, 2=48kpl, 3=10kpl, 4=11kpl, yhteensä 73kpl)



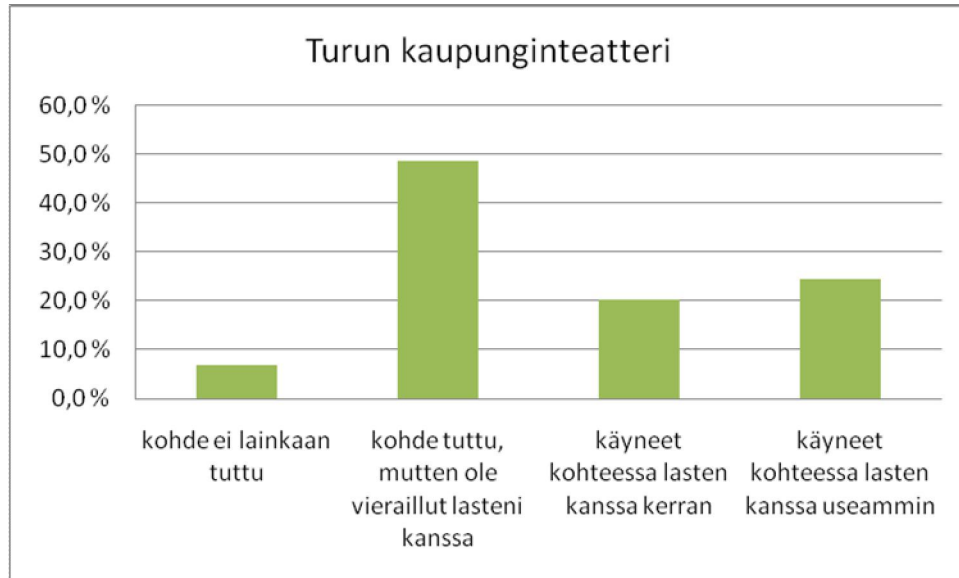
Kulttuuripaja (1=28kpl, 2=29kpl, 3=6kpl, 4=9 kpl, yhteensä 72kpl)



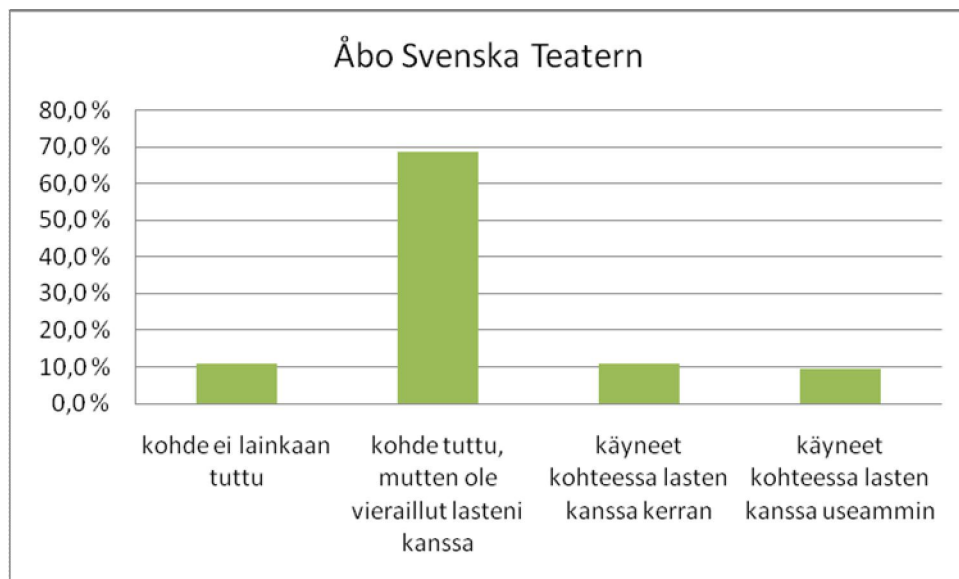
Ett Hem – kulttuurikotimuseo (1=31kpl, 2=38kpl, 3=2kpl, 4=1kpl, yhteensä 72kpl)



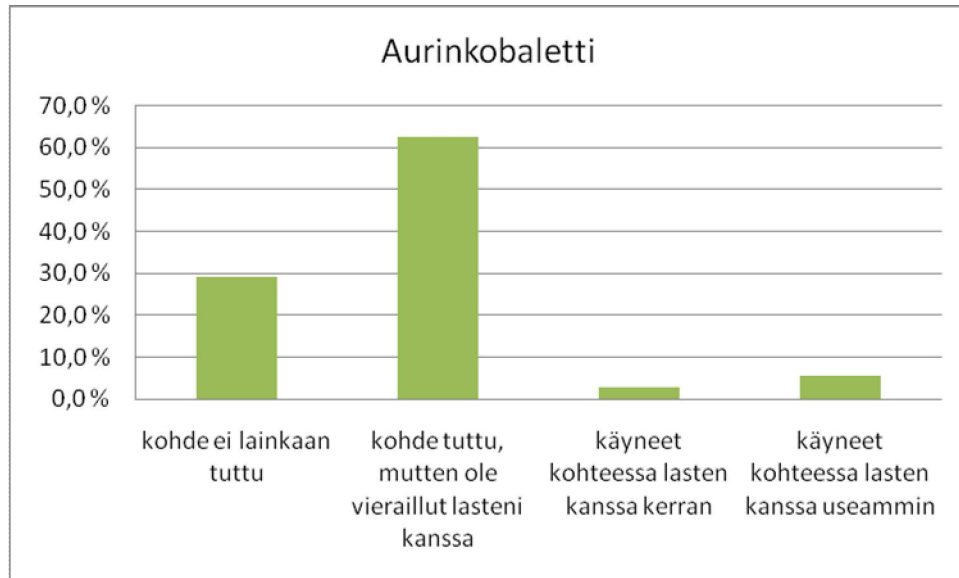
Turun kaupunginteatteri (1=5kpl, 2=36kpl, 3=15kpl, 4=18kpl, yhteensä 74kpl)



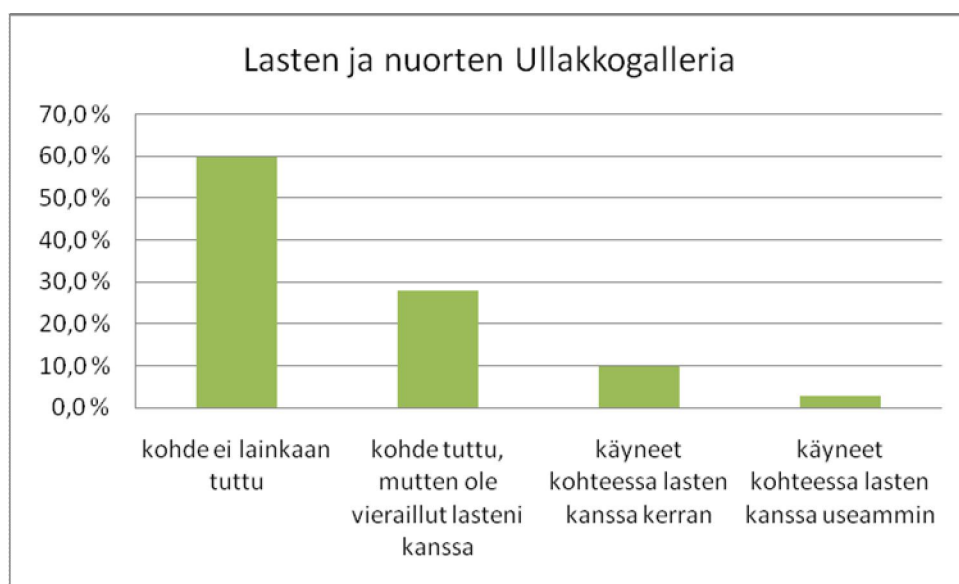
Åbo Svenska Teatern (1=8kpl, 2=50kpl, 3=8kpl, 4=7kpl, yhteensä 73kpl)



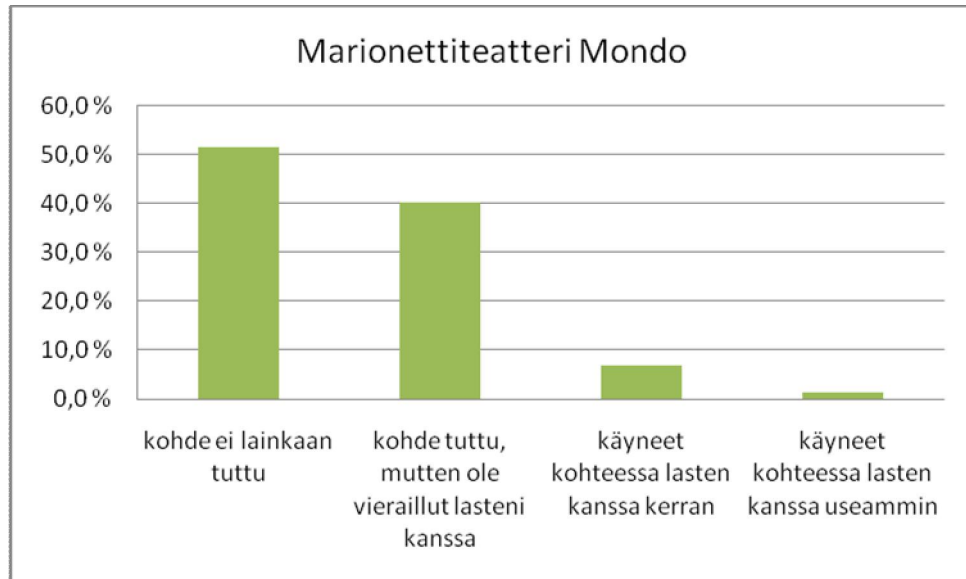
Aurinkobaletti (1=21kpl, 2=45kpl, 3=2kpl, 4=4kpl, yhteensä 72kpl)



Lasten ja nuorten Ullakkogalleria (1=43kpl, 2=20kpl, 3=7kpl, 4=2kpl, yhteensä 72kpl)

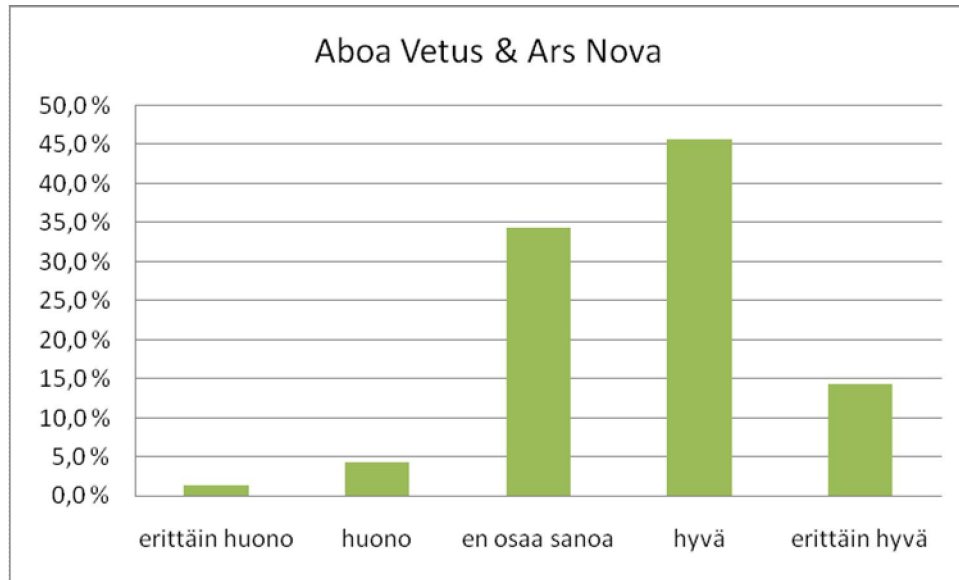


Marionettiteatteri Mondo (1=37kpl, 2=29kpl, 3=5kpl, 4=1kpl, yhteensä 72kpl)

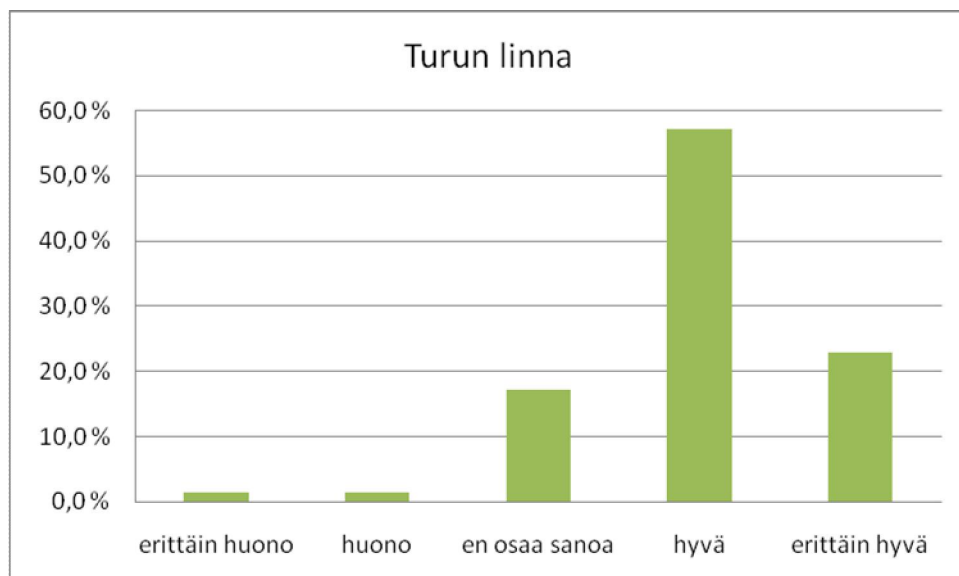


Liite 6. Lapsiystävällisyyden arvosanat kohteittain

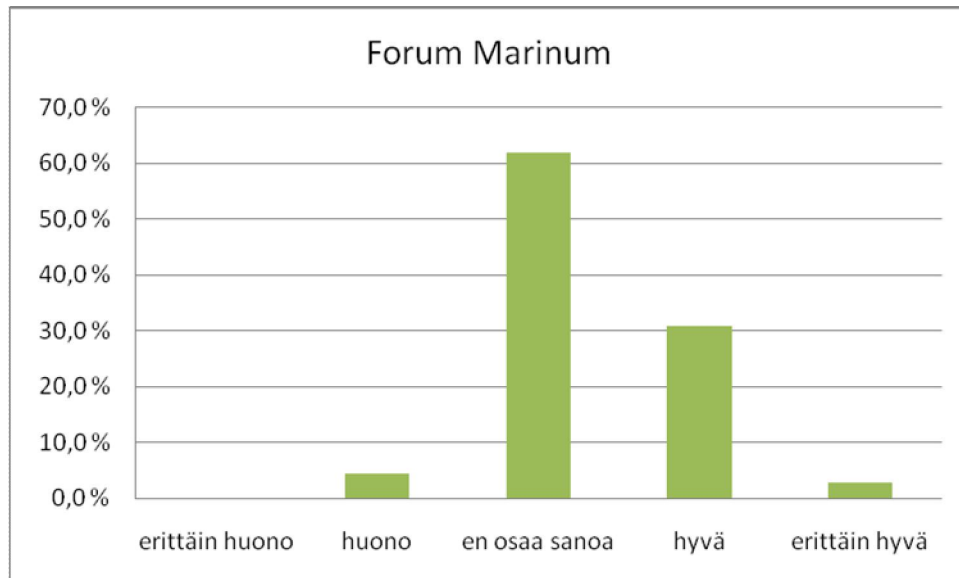
Aboa Vetus & Ars Nova (1:1kpl, 2:3kpl, 3:24kpl, 4:32kpl, 5:10kpl, tyhjiä 5kpl)



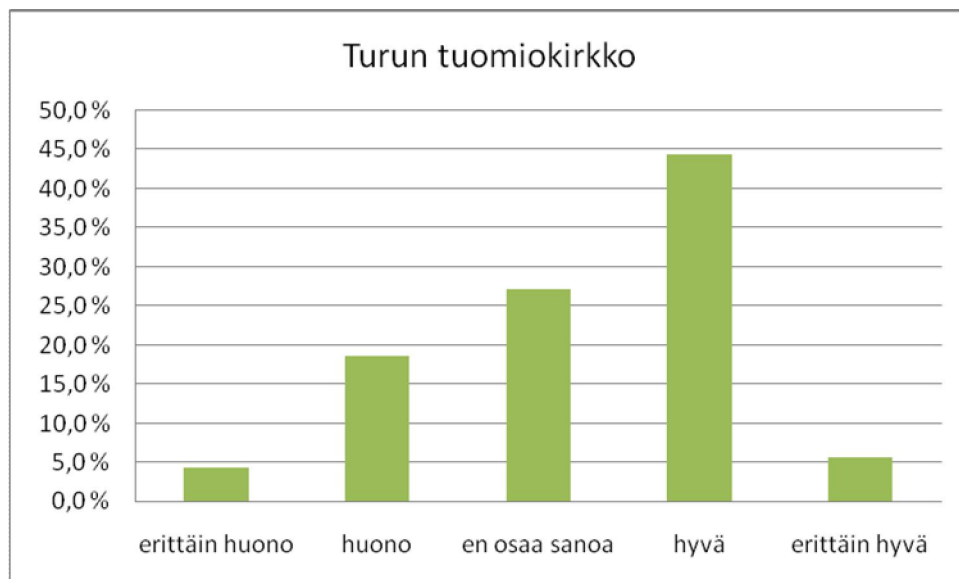
Turun Linna (1:1kpl, 2:1kpl, 3:12kpl, 4:40kpl, 5:16kpl, tyhjiä 5kpl)



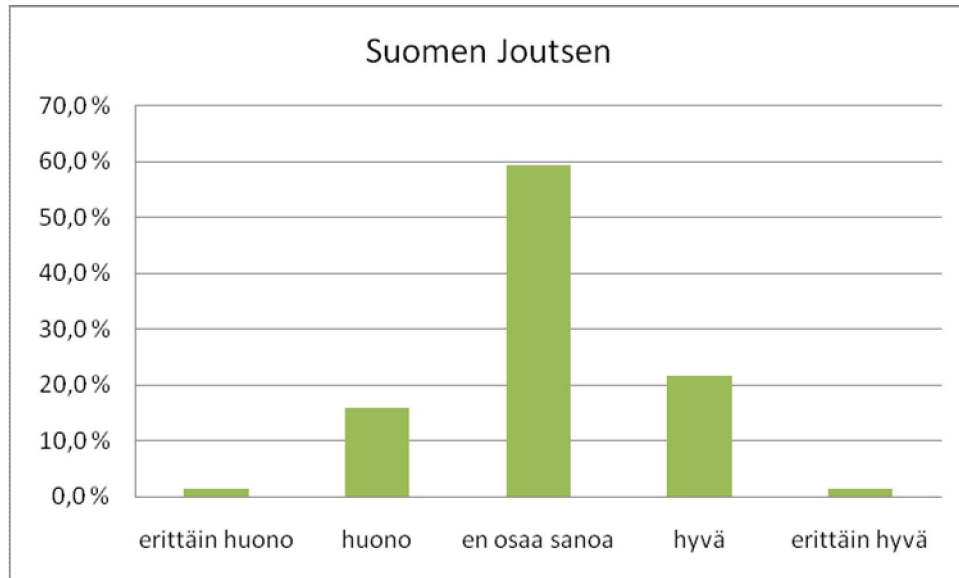
Forum Marinum (1:-, 2:3kpl, 3:42kpl, 4:21kpl, 5:2kpl, tyhjiä 7kpl)



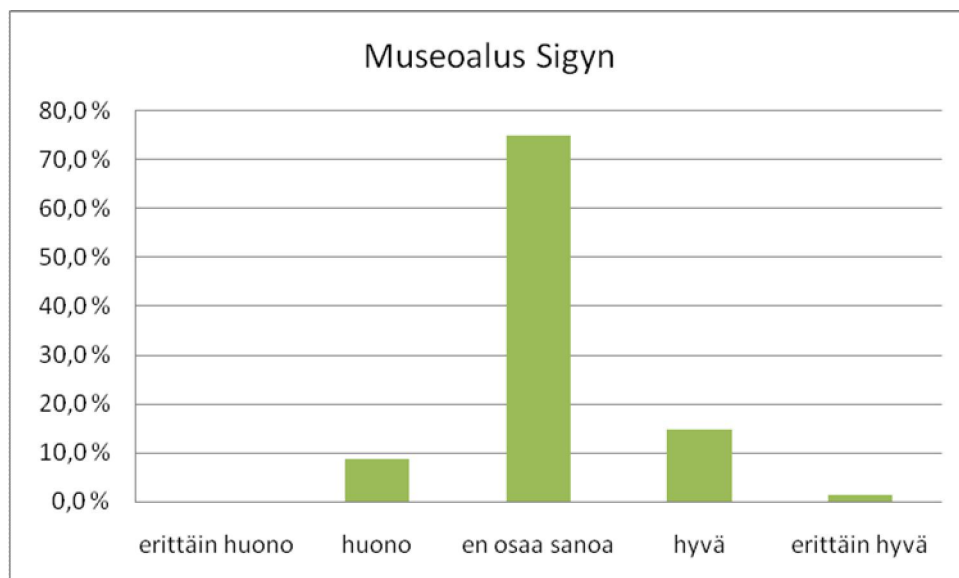
Turun tuomiokirkko (1:3kpl, 2:13kpl, 3:19kpl, 4:31kpl, 5:4kpl, tyhjiä 5kpl)



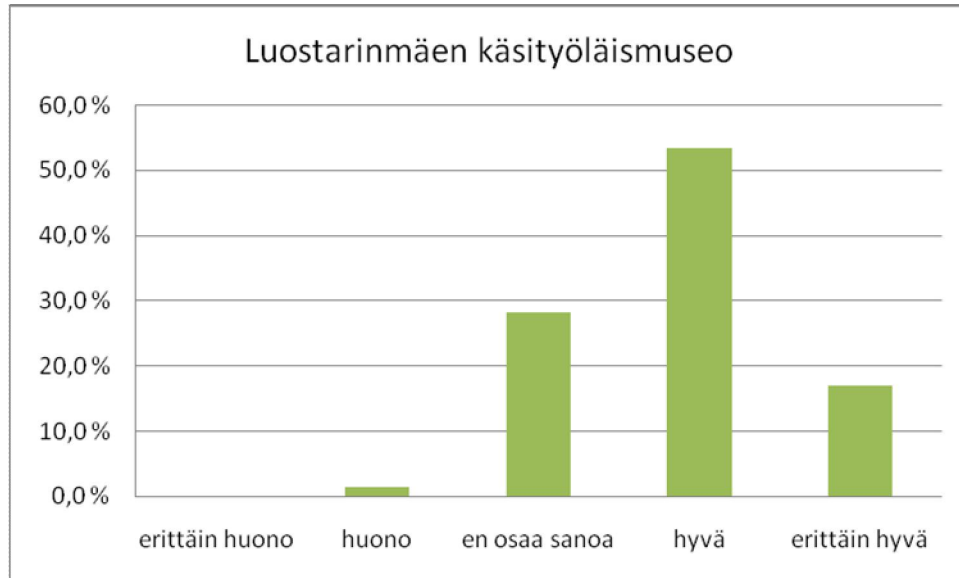
Suomen Joutsen (1:1kpl, 2:11kpl, 3:41kpl, 4:15kpl, 5:1kpl, tyhjiä 6kpl)



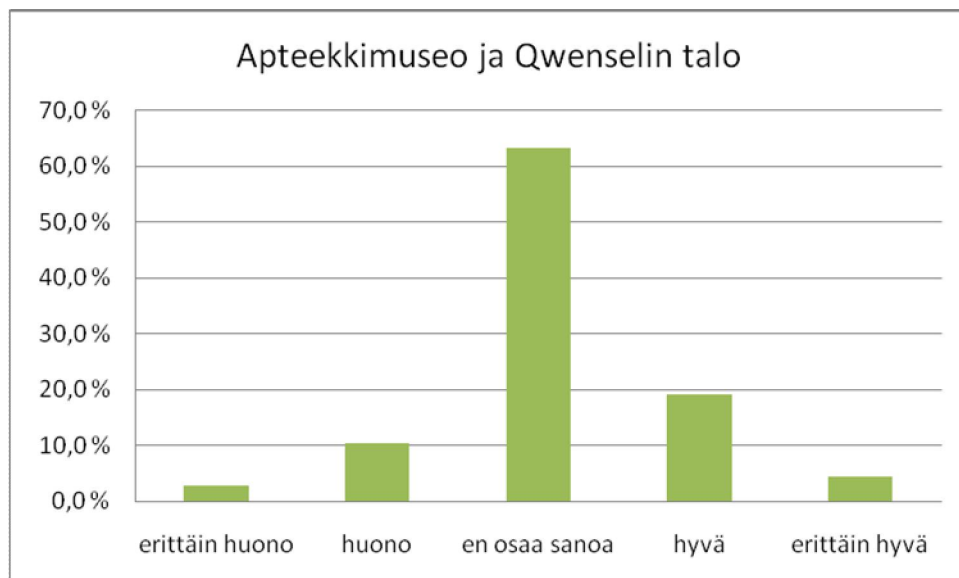
Museoalus Sigyn (1:-, 2:6kpl, 3:51kpl, 4:10kpl, 5:1kpl, tyhjiä 7kpl)



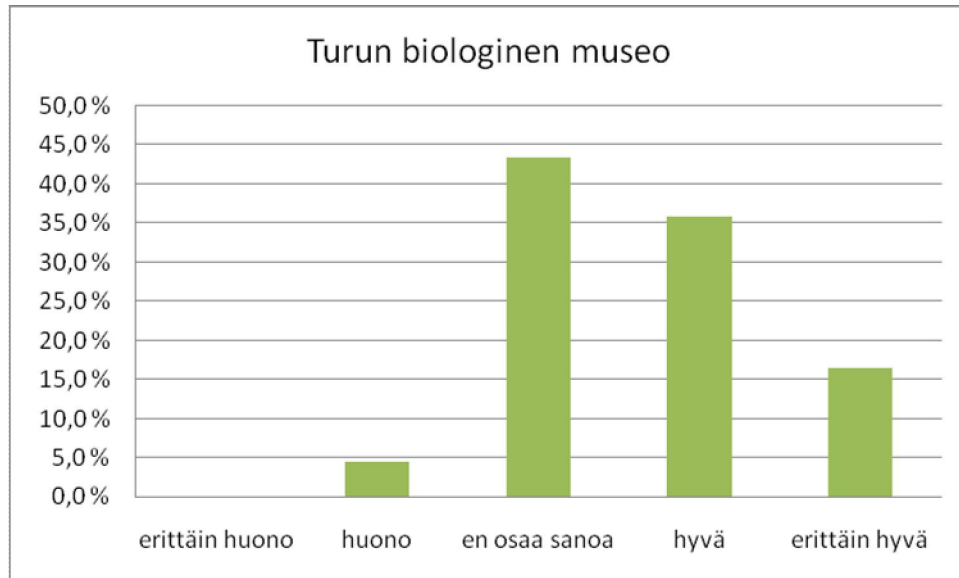
Luostarinmäen käsityöläismuseo (1:-, 2:1kpl, 3:20kpl, 4:38kpl, 5:12kpl, tyhjiä 4kpl)



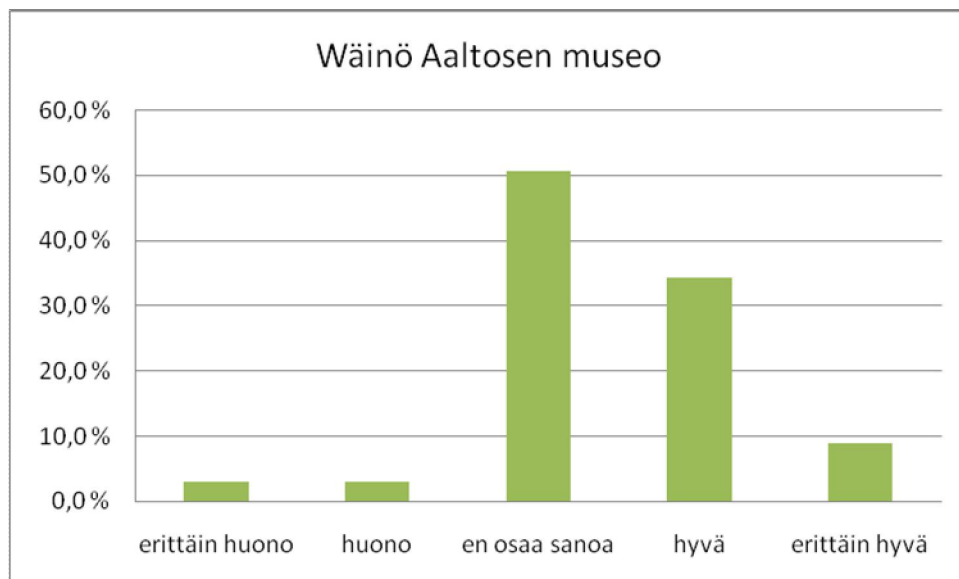
Apteekkimuseo ja Qwenselin talo (1:2kpl, 2:7kpl, 3:43kpl, 4:13kpl, 5:3kpl, tyhjiä 7kpl)



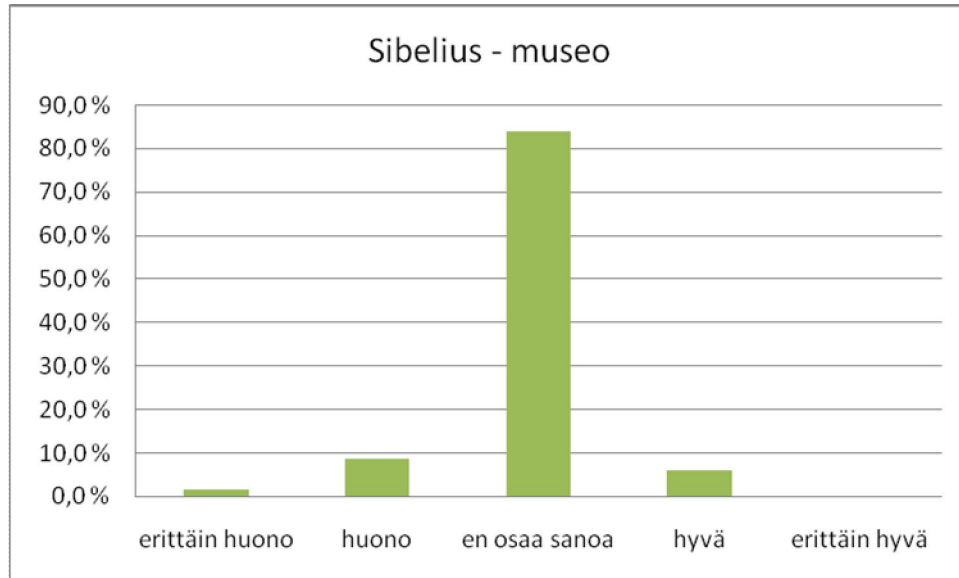
Turun biologinen museo (1:-, 2:3kpl, 3:29kpl, 4:24kpl, 5:11kpl, tyhjiä 8kpl)



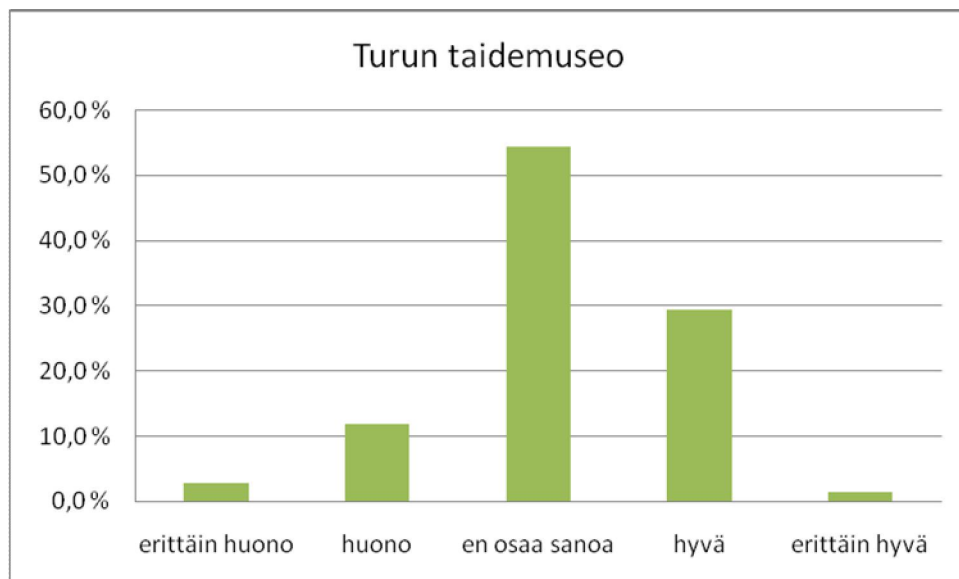
Wäinö Aaltosen museo (1:2kpl, 2:2kpl, 3:34kpl, 4:23kpl, 5:6kpl, tyhjiä 8kpl)



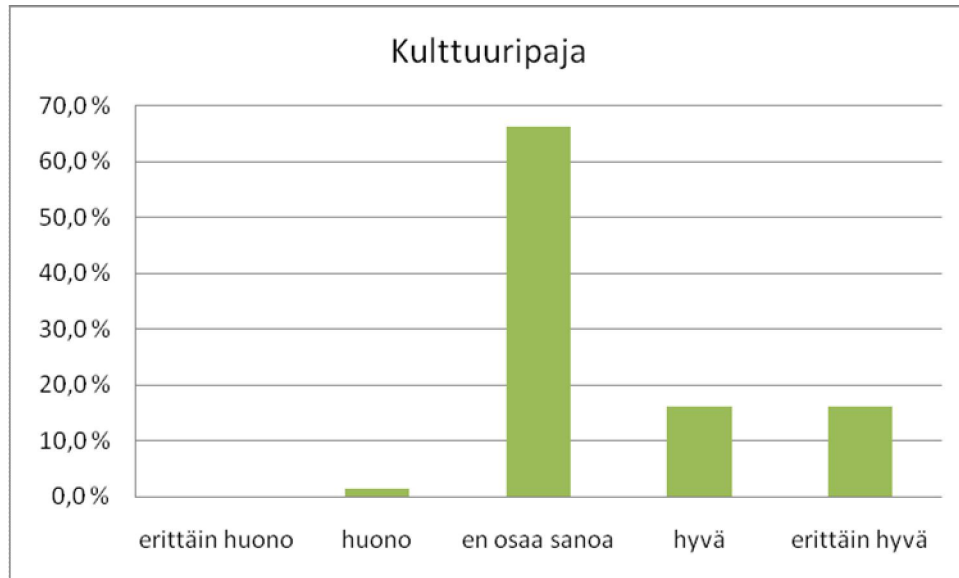
Sibelius-museo (1: 1kpl, 2:6kpl, 3:57kpl, 4:4kpl, 5:-, tyhjiä 7kpl)



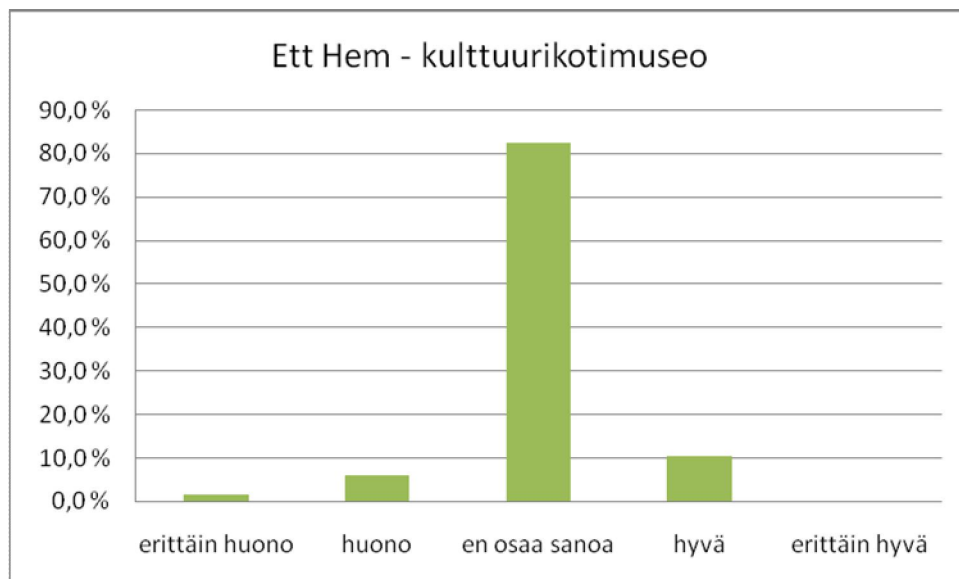
Turun taidemuseo (1:2kpl, 2:8kpl, 3:37kpl, 4:20kpl, 5:1kpl, tyhjiä 7kpl)



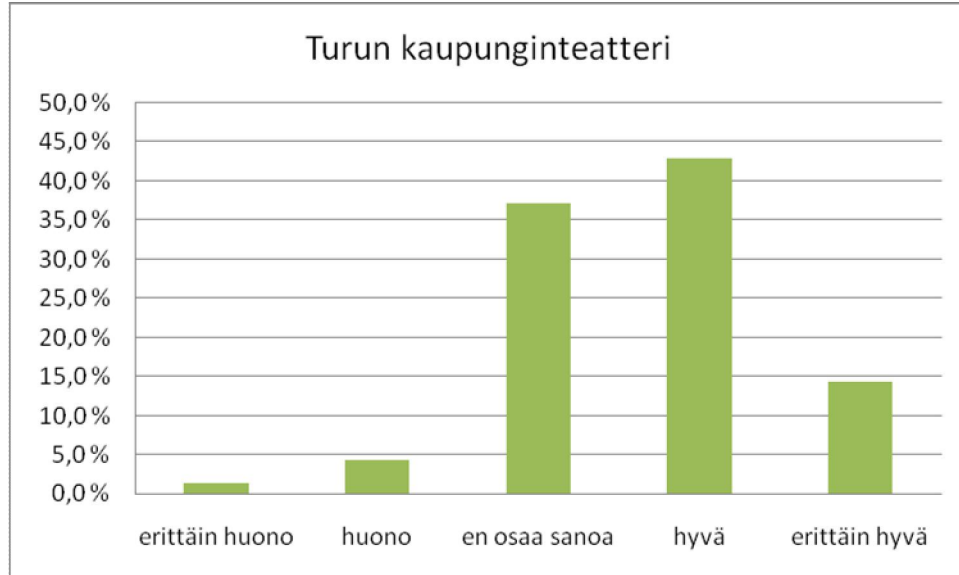
Kulttuuripaja (1:-, 2:1kpl, 3:45kpl, 4:11kpl, 5:11kpl, tyhjiä 7kpl)



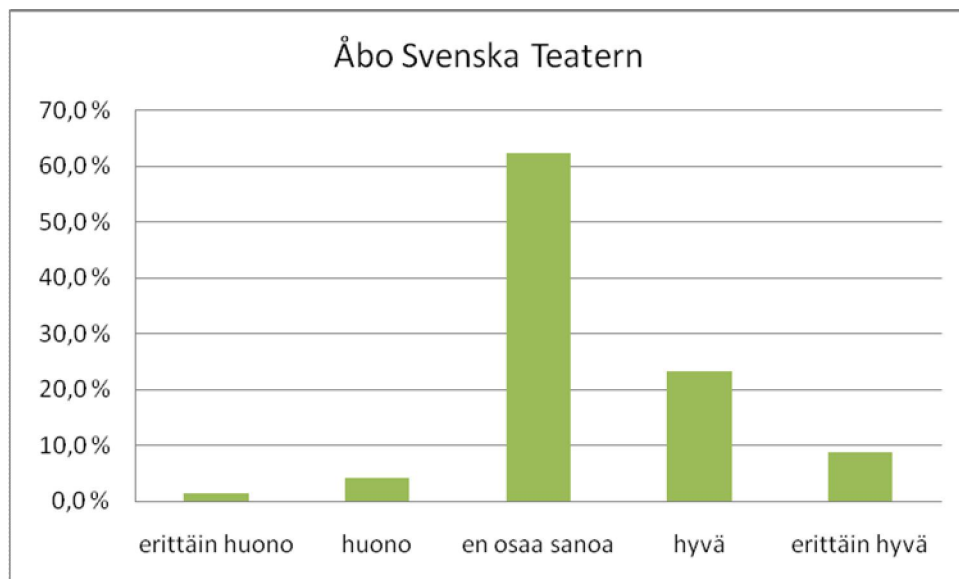
Ett Hem – kulttuurikotimuseo (1:1kpl, 2:4kpl, 3:56kpl, 4:7kpl 5:-, tyhjiä 7kpl)



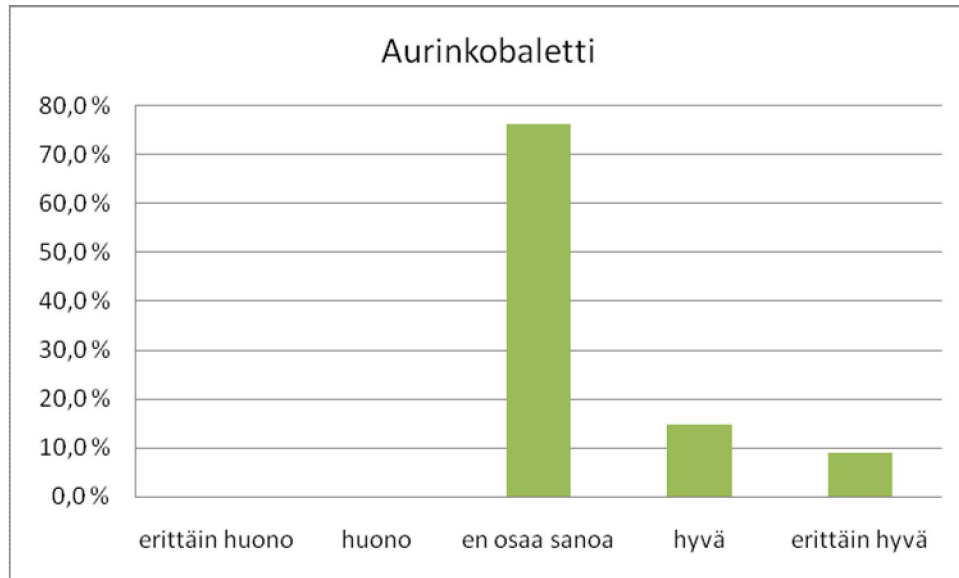
Turun kaupunginteatteri (1:1kpl, 2:3kpl, 3:26kpl, 4:30kpl, 5:10kpl, tyhjiä 5kpl)



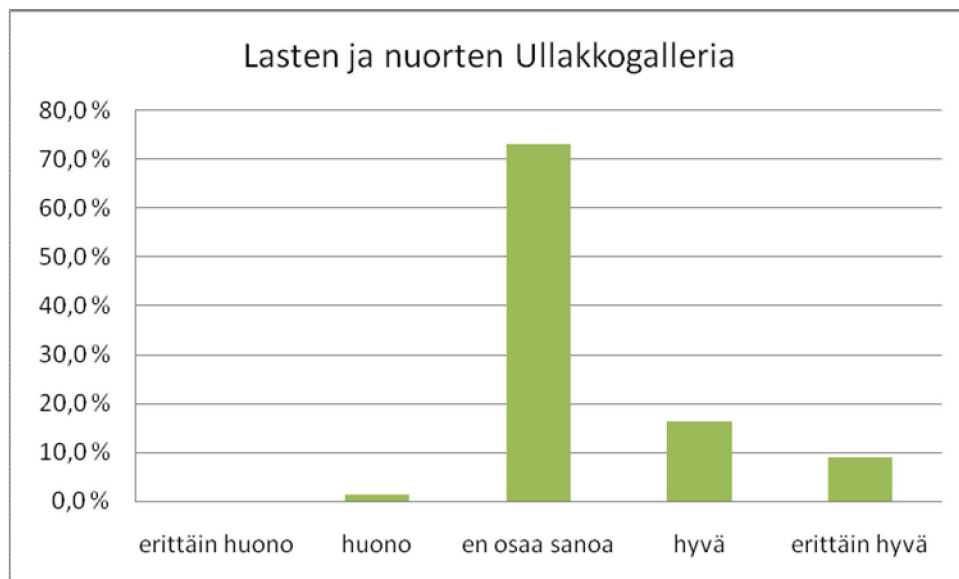
Åbo Svenska Teatern (1:1kpl, 2:3kpl, 3:43kpl, 4:16kpl, 5:6kpl, tyhjiä 6kpl)



Aurinkobaletti (1:-, 2:-, 3:51kpl, 4:10kpl, 5:6kpl, tyhjiä 8kpl)



Lasten ja nuorten Ullakkogalleria (1:-, 2:1kpl, 3:49kpl, 4:11kpl, 5:6kpl, tyhjiä 8kpl)



Marionettiteatteri Mondo (1:-, 2:-, 3:52kpl, 4:9kpl, 5:6kpl, tyhjiä 8kpl)

