

# **Uudenlainen palvelupaketti pakopelien vuoksi matkustaville matkailijoille**

Minna Porentola

Opinnäytetyö

Marraskuu 2020

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Restonomi (AMK), Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Tekijä(t) Porentola, Minna	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Marraskuu 2020
	Sivumäärä 67	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi <b>Uudenlainen palvelupaketti pakopelien vuoksi matkustaville matkailijoille</b>		
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja palveluliiketoiminta		
Työn ohjaaja(t) Henna Siltanen		
Toimeksiantaja(t)		
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, lähdetäänkö matkalle pakopelien vuoksi ja millaisia matkailualan palveluja pakopelimatkoilla käytetään. Kohderyhmänä olivat pakopelejä pelaavat suomalaiset.</p> <p>Pakopelit ovat ilmiönä tuore ja monille uusi syy matkustaa. Aiheesta ei löytynyt aiempaa tutkimustietoa suomeksi, eikä englanniksi. Tutkimuksella ei ole toimeksiantajaa, vaan tutkimus tehtiin tutkijan omasta mielenkiinnosta aihetta kohtaan.</p> <p>Tutkimus oli kvantitatiivinen tutkimus. Tutkimuksessa aineistonkeruun menetelmänä käytettiin verkossa jaettavaa kyselylomaketta. Kyselylomake tehtiin suomeksi ja englanniksi. Kyselyt jaettiin sosiaalisen median alustalla, pakopeleistä kiinnostuneiden ryhmissä. Suomenkielisiä vastauksia saatiin 171 kappaletta ja englanninkielisiä vastauksia 30 kappaletta. Vastaaajista 45,8 % (n=92), matkustaa pelkän pakopelin/-pelien vuoksi. Matkalla käytetään pakopelin lisäksi muitakin matkailualan palveluja. Suosituimmiksi palveluiksi osoittautuivat ravintola- (91,3 %, n=84) sekä majoituspalvelut (59,8 %, n=55). Pakopeleistä luetut hyvät arvostelut ja pakopelin erilaisuus henkilön aiemmin pelaamiin pakopeleihin innostivat vastaajia lähtemään matkalle.</p> <p>Tutkimuksen tavoitteena on tulosten pohjalta laatia uudenlaisia palvelupaketteja pakopelien innoittamana matkaan lähteville henkilöille. Näitä matkailupaketteja yritykset voivat hyödyntää kehittäessään omia matkailutuotteitaan.</p>		
Avainsanat ( <a href="#">asiasanat</a> ) Pakopelit, pakohuoneet, matkailu, elämys, kvantitatiivinen tutkimus		
Muut tiedot		

Author(s) Porentola, Minna	Type of publication Bachelor's thesis	Date November 2020 Language of publication: Finnish
	Number of pages 67	Permission for web publication: x
Title of publication <b>A new type of service package directed at people travelling for escape games</b>		
Degree programme Bachelor of Tourism and Hospitality Management		
Supervisor(s) Siltanen, Henna		
Assigned by		
Abstract  <p>The purpose of the study was to find out whether people travel for escape games and what kind of tourism services are used on said trips. The target group was Finnish people who enjoy playing escape games.</p> <p>Escape games are a rather new phenomenon and to many a new reason to travel. No previous research data was found on the topic in Finnish nor English. The thesis does not have a client, rather the research was conducted out of the researcher's own interest on the topic.</p> <p>The study was conducted using quantitative research. An online questionnaire was used as the data collection method in the study. The questionnaire was made in both Finnish and English. The surveys were distributed on a social media platform, in groups interested in escape games. Survey received 171 responses in Finnish and 30 in English. 45.8% of the respondents (n = 92) travel for escape game/-games alone. In addition to the escape game itself, other tourism services are also used on the trip. The study found that the most popular of these were restaurant (91,3 %, n=84) and accommodation services (59,8 %, n=55). The good reviews read about the escape game as well as the game being different in comparison to the previous games played by the person, inspired respondents to travel.</p> <p>The goal of the study is to develop new types of service packages for people traveling for escape games. These tourism packages can be utilized by companies when developing their own tourism products.</p>		
Keywords/tags ( <a href="#">subjects</a> ) Escape games, escape rooms, tourism, experience, quantitative research		
Miscellaneous		

## Sisältö

<b>1</b>	<b>Johdanto .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Matkailu.....</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Elämyksiä lukkojen takana.....</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>Pakopelit.....</b>	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>Tutkimusasetelma .....</b>	<b>21</b>
	5.1 Tutkimusongelma ja -kysymys .....	21
	5.2 Tutkimusote.....	22
<b>6</b>	<b>Tutkimuksen toteutus.....</b>	<b>23</b>
<b>7</b>	<b>Tulokset .....</b>	<b>26</b>
	7.1 Suomenkielinen kysely .....	26
	7.2 Englanninkielinen kysely .....	40
<b>8</b>	<b>Pohdinta.....</b>	<b>46</b>
	8.1 Tutkimuksen luotettavuustarkastelu .....	46
	8.2 Keskeiset tulokset.....	47
	8.3 Johtopäätökset .....	48
	<b>Lähteet .....</b>	<b>51</b>
	<b>Liitteet.....</b>	<b>55</b>
	Liite 1. Suomenkielisen kyselyn kyselyrunko .....	55
	Liite 2. Englanninkielisen kyselyn kyselyrunko .....	62

## Kuviot

Kuva 1. Elämyskolmio. (Tarssanen 2009, 11) .....	7
Kuva 2. Pakohuoneiden syntyyn vaikuttaneet tekijät (Nicholson 2015, 5) .....	10
Kuva 3. Pakohuoneiden asiakasryhmät (Nicholson 2015, 7) .....	19
Kuva 4. Vastaajien jakautuminen maakunnittain .....	27
Kuva 5. Montako pakopeliä vastaajat ovat pelanneet.....	28
Kuva 6. Kenen / keiden kanssa olet useimmiten pelannut pakopelejä? .....	32
Kuva 7. Vaikuttaako pelattujen pelien määrä pakopelien perässä matkustukseen ....	35
Kuva 8. Matkan aikana käytetyt palvelut.....	36
Kuva 9. Mikä saa matkustamaan muualle pelaamaan.....	39
Kuva 10. Englanninkielisen kyselyn vastaukset palvelujen käytöstä .....	44
Kuva 11. Kansainväliset vastaukset, mikä saa lähtemään matkalle.....	45
Kuva 12. Elämyspaketti pakopelimatkoilijalle .....	49

## Taulukot

Taulukko 1. Vastaajien ikäjakauma .....	26
Taulukko 2. Monessako Suomen kaupungissa tai kunnassa vastaajat ovat pelanneet pakopelejä .....	28
Taulukko 3. Montako eri pakopeliyritystä sijaitsee vastaajan kotipaikkakunnalla.....	29
Taulukko 4. Mitä kautta saadaan ideoita lähteä pelaamaan pakopelejä .....	30
Taulukko 5. Tärkeintä pakopelin valinnassa .....	31
Taulukko 6. Kuinka kauas olet matkustanut pelaamaan pakopeliä? .....	33
Taulukko 7. Kuinka pitkälle vastaajat ovat matkustaneet pelaamaan pakopeliä.....	33
Taulukko 8. Ravintolapalvelu ja pelattujen pakopelien määrä.....	37
Taulukko 9. Montako pakopeliä kansainväliset vastaajat ovat pelanneet .....	41
Taulukko 10. Oman alueen pakohuoneyritysten määrä.....	42
Taulukko 11. Kuinka kauas on matkustanut pelaamaan pakopeliä.....	43

# 1 Johdanto

Pakopelien elementtejä alkoi ilmestyä markkinoille 2000-luvulla. Pakopelit saivat inspiraationsa ”point-and-click” -videopeleistä, joissa pelaaja näki kuvan huoneesta ja hänen täytyi löytää vihjeitä, klikkaamalla hiirellä huoneessa näkyviä asioita. (Suellentrop 2014.) Ensimmäiset tosielämän pakopelit tulivat markkinoille 2007, josta niiden suosio lähti räjähdysmäiseen kasvuun (About Scrap, n.d.). Pakopeleistä tuli nopeasti suosittuja ympäri maailmaa. Moni ihastui niiden mukaansatempaavuuteen heti ensimmäisellä kerralla ja löysi pakopeleistä uuden harrastuksen. (Pakopelit Suomessa, n.d.)

Pakopelien ilmiötä seuraamalla, todettiin ympäri maailman löytyvän todellisia pakopeli-intoilijoita, jotka haluavat pelata mahdollisimman paljon pakohuoneita. Ilmiöstä heräsikin kysymys: Ovatko pakopelit yksinään riittävä syy henkilön matkalle lähtöön?

Tässä tutkimuksessa pyritään selvittämään vaikuttavatko pakopelit ihmisten ja varsinkin suomalaisten pakopelejä pelaavien henkilöiden päätökseen lähteä matkalle ja käyttävätkö he matkalla joitakin matkailualan palveluita. Olisiko mahdollisesti uudelle, erilaisia palveluja yhdistävälle palvelupaketille tarvetta? Tutkimukseen käytetään kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusotetta ja se toteutetaan suomenkielisenä ja englanninkielisenä verkkokyselynä.

Kansainvälisiltä sosiaalisen median foorumeilta on todettu, että ainakin osa pakopelejä pelaavista henkilöistä matkustaa tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolelle pakopelien ansiosta. Aiheesta ei löytynyt aiempaa tutkimustietoa suomeksi, eikä englanniksi. Paljon on tutkimuksia liittyen esimerkiksi pakohuoneiden markkinointiin, rakentamiseen tai kuinka käyttää pakopelejä oppimisen tai ryhmäytymisen välineenä, mutta pakohuoneet yhdistettynä matkailuun loistaa poissaolollaan.

## 2 Matkailu

Matkailu on maailmanlaajuisesti hyvin merkittävä toimiala. Matkailutoimialalla toimii monia eri elinkeinoja, joille on yhteistä matkailijoiden palveleminen. Palvelu voi olla suoraa tai välillistä. (Matkailututkimuksen lukukirja 2013, 30–33.) Matkailutoimialan yksiä keskeisimpiä palveluja ovat majoitus- ja ravitsemispalvelut, henkilöliikennepalvelut, kulttuuripalvelut sekä ohjelmapalvelut.

Elinkeinoja, joiden palvelut ovat matkailuun suoraan liitännäisiä ovat esimerkiksi päivittäistavarakauppa, elintarvikkeiden tuotanto, turvallisuusala, kiinteistö- ja laitehuolto, ICT-palvelut sekä jätehuolto. Matkailu vaikuttaa myös kuntien perustehtäviin kuten terveydenhoitoon ja pelastustoimintaan. (Jänkälä 2016, 12.)

Suuri osa matkailutoimialaan liittyvistä yrityksistä on kytköksissä matkailuun välillisesti. Nämä yritykset eivät ole suoraan yhteydessä matkailijaan, vaan välilliset yritykset myyvät ja tuottavat palveluitaan matkailualan yrityksille, jotka palvelevat matkailijaa. Välillisten yritysten oma asiakaskunta ei välttämättä koostu matkailijoista ollenkaan, joten yritykset eivät välttämättä näin ollen koe toimivansa matkailualalla. (Matkailututkimuksen lukukirja 2013, 30–33.)

Tilastokeskus määrittelee, että matkailu on ”toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan (12 kuukautta) vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa.” Matkailun käsitteeseen lasketaan mukaan myös ennen matkaa tai sen jälkeen maksetut menot. (Tilastokeskus; Matkailu n.d.) Usein määritelmästä poiketen, myös päiväkävijät luetaan matkailijoiksi, mikäli matka suuntautuu oman elinpiirin ulkopuolelle. Päiväkävijöiden matkaan ei kuulu yöpymistä. (Jänkälä 2016, 8.)

## **Matkailun ohjelmapalvelut ja myytävät palvelupaketit**

Palveluilla palveluntarjoajat vastaavat asiakkaiden tarpeisiin. Palvelu on toimintaa tai useamman toiminnon yhdistelmä, joka toteutetaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Erilaisten palveluiden yhdistelmää, joka on suunniteltu johonkin tiettyyn tarpeeseen, kutsutaan palvelupaketiksi. (Palveluliiketoiminnan sanasto 2009, 6–7.)

Myytäviä palvelupaketteja muodostetaan usein tuotetyypeistä, jotka on valittu markkinakohtaisesti. Palvelupaketin ytimenä ovat etukäteen varattavat palvelut, jollaisia ovat esimerkiksi majoitus, kuljetus, luontoaktiviteetit ja teemalliset elämykset. Pakettia täydentää paikan päällä valittavat lisäelementit. (Teemoista sisältöä elämyksiin n.d.)

Ohjelmapalveluita ovat erilaiset elämys-, liikunta-, seikkailu- ja luontopalvelut sekä esimerkiksi leirit, joissa järjestetään osallistujille erilaisia aktiviteettejä (Ohjelma- ja elämyspalvelut n.d.). Suomessa ohjelmapalveluiden ryhmittely menee usein seuraavanlaisesti: harrastus- ja virkistyspalvelut, kulttuuri- ja taidetapahtumat sekä kilpailutapahtumat. Kansainvälisesti ohjelmapalvelut voidaan luokitella matkailujärjestö World Tourism Organizationin (WTO) mukaan viiteen eri ryhmään palvelun tyyppin mukaan: talviaktiviteetit, luontomatkailu, vesi- ja ranta-aktiviteetit, sosiaalinen elämä sekä kilpailut. (Jänkälä 2016, 16). Esimerkkejä ohjelmapalveluista ovat esimerkiksi benji-hyppy, erilaiset vaellukset ja safarit sekä huvi- ja teemapuistot. Matkailun ohjelmapalveluita arvioidaan usein ottaen huomioon koko palvelupaketin yhtenäisyys ja palvelutapahtumien ketju, jossa kokonaisuus ratkaisee (Jänkälä 2016, 70). Ohjelmapalvelut -käsitteen alle mahtuu suuri joukko eri alatoimialoja sekä tapoja ryhmitellä alasektoreita.

Matkailun toimialaraporteissa tulee ilmi pakohuoneiden verrattain uusi toimiala, sillä niitä ei mainita ohjelmapalveluiden eikä matkailualan raporteissa vielä ollenkaan. Muutama yritys mainitaan nimeltä vuoden 2019 matkailun toimialaraportin liitteessä 12 (Muualla luokittelematon huvi- ja virkistystoiminta (TOL 93299) 50 liikevaihdoltaan suurinta yritystä), mutta itse varsinaisesta tekstistä ei löydy mainintaa pakohuoneista tai -peleistä.



### 3 Elämyksiä lukkojen takana

Vauraissa nyky-yhteiskunnissa kulutetaan paljon elämyksiä ja niitä haetaan aivan arkipäiväisistäkin asioista. Matkailun lisääntyessä sekä elämysten kysyntä että tarjonta ovat lisääntyneet huimaa vauhtia, vaikka ilmiöstä ei tarkkoja lukuja olekaan mahdollista esittää. Tutkijat ovat jo 2010-luvun alkupuolella puhuneet, että olemme siirtymässä kohti elämystaloutta ja elämisyhteiskuntaa. Pitkälle kehittyneessä elämisyhteiskunnassa niin ammatti, puoliso kuin ystävätkin valittaisiin sen mukaan, mikä luultavasti tuottaisi eniten elämyksiä. (Matkailututkimuksen lukukirja 2013, 60–61.)

Matkailun markkinoinnissa on käytetty elämys -termiä jo siihen pisteeseen, että puhutaan elämyssanan inflaatiosta. Elämyksiä on luvattu niin usein, että sanan merkitys on yleistynyt käyttöön jo tavanomaisempiakin kokemuksia kuvailtaessa. (Tarssanen 2005, 6.) Siinä missä elämykset liitetään jo lähes osaksi matkailua, niin matkailu on vain yksi osa-alue elämysten tuotannossa ja kulutuksessa. Elämykselle käsitteenä ei ole tarkkaa ja yleispätevää määritelmää. Kuitenkin *elämysmatkailu* määritellään matkailuksi, jonka tavoitteena on elämysten kokeminen. (Matkailututkimuksen lukukirja 2013, 61.) Katsoisin pakohuoneiden perässä matkustuksen menevän juuri mainiosti tuon käsitteen alle. Pakohuoneiden perässä lähdetään matkalle, jolta haetaan elämyksiä ja unohtumattomia immersivisiä kokemuksia.

Yksi elämyksen tyyppi on flow-tilan kokeminen. Flow on tieteellisesti määriteltynä optimaalinen tietoisuuden tila (Mikä on flow-tila? N.d.). Flow on tavallisesti mahdollista saavuttaa, kun tekeminen tarjoaa tarpeeksi haastetta ja tavoitteita, siihen tarvitsee kunnolla keskittyä, sekä tehtävä antaa välittömän palautteen (Matkailututkimuksen lukukirja 2013, 62). Pakohuoneet tarjoavat optimaalisen paikan kokea flow-tila ja siksi monet pakopeleistä innostuvatkin.

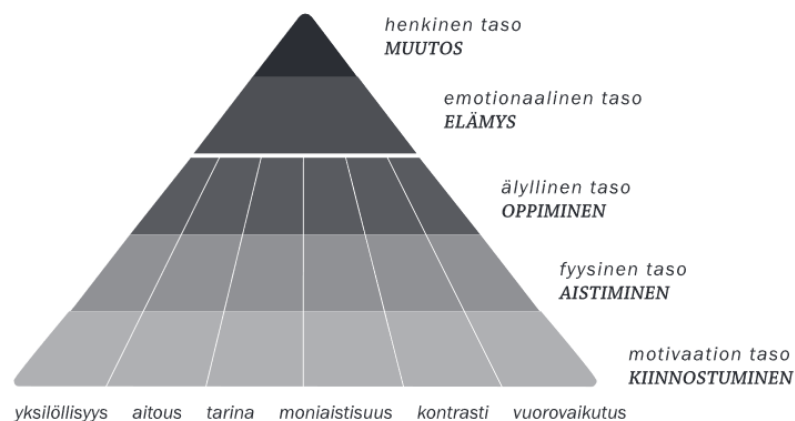
## Elämyksen muodostuminen

Elämysten tuottaminen asiakkaalle tapahtuu vasta asiakaspalvelutilanteessa. Palveluntarjoajalla löytyy erilaisia keinoja johdattaa asiakasta elämyskokemukseen, mutta yritys voi edesauttaa elämyksen toteutumista vain tiettyyn pisteeseen asti. Asiakas määrittää itse oman elämyskokemuksensa ja elämys on aina loppujen lopuksi henkilökohtainen kokemus. Matkailuelämystä ei siis voida koskaan varmuudella tuottaa, vaikka yrityksellä olisi paperilla täydellinen palvelu asiakkaalle. (Tarssanen 2005, 6–7.)

Jotta luotaisiin mahdollisimman hyvät edellytykset elämyksen muodostumiselle, on tärkeää ymmärtää mikä erottaa toisistaan mukavan kokemuksen ja elämyksen.

Tarssanen (2002) kirjoittaa Elämystuottajan käsikirjassaan, että Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus määrittelee elämyksen ”voimakkaaksi, moniaistiseksi, yksilölliseksi ja muistijäljen jättäväksi kokemukseksi”.

Elämyksiä tuottavan matkailupalvelun saavuttamiseksi on luotu malli, jonka avulla on hyvä analysoida tuotettaan ja parannella sitä. Mallia kutsutaan elämyskolmioksi (ks. kuvio 1). Malli kuvaa niin sanottua täydellistä tuotetta. Elämyskolmion avulla saadaan lisättyä tuotteeseen siitä mahdollisesti puuttuneita elementtejä, joiden avulla elämyksen syntyminen on todennäköisempää. (Mts. 8.)



Kuva 1. Elämyskolmio. (Tarssanen 2009, 11)

Elämyksen elementtejä on kuusi. Ensimmäisenä on yksilöllisyys, jolla tarkoitetaan sitä, ettei täysin samanlaista löydy muualta ja palvelu tai tuote on ainutlaatuinen. Toisena elementtinä on aitous. Aitoudella tarkoitetaan tuotteen uskottavuutta sekä sen kulttuurillis-eettistä kestävyyttä. Kolmantena tulee tarina. Tarinan avulla sidotaan palvelukokonaisuuden eri palaset toisiinsa kiinnostavalla tavalla. Neljäs elementti on moniaistisuus, jolla varmistetaan tuotteen koettavuus mahdollisimman monin aistein. Muiden elementtien kanssa teemaan sopivat aistiärsykkeet lisäävät tuotteen immersiiivisyyttä. Viides elementti on kontrasti. Tuotteen olisi oltava mahdollisimman erilainen verrattuna asiakkaan tavalliseen arkeen. Viimeinen elementistä on vuorovaikutus ja se tarkoittaa nimenomaisesti vuorovaikutusta palvelun tuottajan ja asiakkaiden välillä. Vuorovaikutukseen liittyy vahvasti myös yhteisöllisyyden tunne, joka voidaan kokea niin oman perheen, kuin matkalla muiden turistien kanssa. (Mts. 9–12.)

Elementtien lisäksi mallista löytyy kokemuksen tasot. Alimpana on motivaation taso. Motivaation tasolla herätetään asiakkaan kiinnostus tuotetta kohtaan ja luodaan odotuksia ja mielikuvia. Toisella tasolla on fyysinen taso, jossa asiakas kuluttaa ja kokee tuotteen tai palvelun. Hyvä tuote tarjoaa mukavan ja turvallisen kokemuksen, lukuun ottamatta extreme -elämyksiä, joihin esimerkiksi loukkaantumisvaara ja siitä selviäminen kuuluvat oleellisena osana elämykseen. Seuraavaksi nousee älylliselle tasolle, jossa prosessoidaan ympäristöstä havaitut aistiärsykkeet, sovelletaan tietoa ja muodostetaan mielipide tuotteesta. Viimeisenä tulevat emotionaalinen ja henkinen taso. Emotionaalisella tasolla tapahtuu varsinainen elämyksen kokeminen. Ylimmällä tasolla eli henkisellä tasolla elämys on saanut aikaan niin positiivisen ja voimakkaan tunnereaktion, että henkilö kokee muuttuneensa ihmisenä. (Mts. 12–14.)

## Teemoittelu

Teemoittelun avulla kokemus suunnitellaan niin, että kaikki yksityiskohdat luovat kokemuksen mahdollisimman eheäksi valitun teeman mukaisesti. Hyvä teema on asiakkaalle tunnistettava ja se onnistuu viemään kokijan aivan toisenlaiseen todellisuuteen. (Matkailututkimuksen lukukirja 2013, 68.) Business Finlandin verkkosivuilla tuotteen teemoittelusta sanotaan seuraavanlaisesti: ”Teemoitettu tarjonta luo tuotteisiin elämyksellistä sisältöä ja ohjaa matkailijaa kiinnostuksen mukaisiin aktiviteetteihin.” (Teemoista sisältöä elämyksiin n.d.)

Varsinkin pakopelien maailmassa temalla on iso merkitys pelikokemukselle. Teema antaa usein hieman tietoa asiakkaalle, mitä ainakin visuaalisesti odottaa pakohuoneelta. Hyvä teema on iso osa elämyksen muodostumista. Kun kaikki on mietitty yhtenäiseksi pienintä lavastetta ja arvoitusta myöden, se saa imaistua pelaajan mukaansa ja unohtamaan jokapäiväiset arjen asiat.

## 4 Pakopelit

Lähes kaikista urheilulajeista tai esimerkiksi harrastuksista on nykyään tehty videopeli, jota pystyy pelaamaan virtuaalisesti kotisohvalta käsin. Tosielämän pakohuoneet ovatkin päinvastoin saaneet inspiraationsa pakohuone -videopeleistä ja mobiilisovelluksista. Näissä ”point-and-click” -peleissä pelaaja on lukittuna huoneeseen, jossa hän pystyy esimerkiksi hiirtä klikkaamalla aktivoimaan erilaisia asioita. Sovelluksissa yhtä lailla näkyy jonkinlainen huone ja pelaajan täytyy löytää vihjeitä sekä tunnistaa huoneesta tavaroita, jotka täytyy vaikkapa tuhota tai paljastaa. (Suellentrop 2014.)

2000-luvun alussa markkinoille alkoi tulla tosielämän pakohuoneiden elementtejä interaktiivisten teattereiden muodossa. Myös esimerkiksi kummitustalot, aartenmettästyks ja muut vuorovaikutteiset ryhmäaktiviteetit olivat isossa osassa pakohuonepelien inspiraatiota (ks. kuvio 2). (Heinrich 2018.)



Kuva 2. Pakohuoneiden syntyyn vaikuttaneet tekijät (Nicholson 2015, 5)

Tosielämän pakohuoneiden alkuperästä ei valitettavasti ole tarkkaa yhtenäistä historiankertomusta, luultavimmin eri puolilla maailmaa on keksitty ja suunniteltu samantyyppisiä konsepteja samaan aikaan muista tietämättä. Kuitenkin yleisimmin hyväksytty ja useimmiten kerrottu alku pakohuoneille lähtee Aasiasta. Tarkemmin ottaen Japanin Kyotosta. Vuonna 2007 Takao Kato perusti maailman ensimmäisen toiminnallisen pakohuoneen nimeltään Real Escape Game. (About Scrap, n.d.) Katon perustama yritys SCRAP, oli ensimmäinen markkinoilla, joka tarjosi pakohuoneiden elämyksiä asiakkailleen. Kato teki yhtiön samannimisestä lehdestä ilmaisen, jotta lehti tavoitti mahdollisimman paljon ihmisiä. Näin mielenkiinto pakohuoneista levisi pian ympäri Aasiaa. (Heinrich, 2018.)

Euroopassa 2011, Unkarilainen Attila Gyurkovics sai idean perustaa tosielämän pakohuoneyrityksen nimeltä Parapark, Budapestiin. Hän ei ollut tietoinen, että pakohuonepelit olivat jo hyvin kehittyneet Aasiassa. (A brief history of Live Escape Games, n.d.)

Parapark on pakohuoneiden parissa Euroopan urauurtava yritys ja edelleen löytyykin lähteitä, joissa kerrotaan Paraparkin perustaneen maailman ensimmäisen tosielämän pakohuonepelin, vaikka Aasiassa ehdittiin ensin.

Gyurkovics sai inspiraationsa pakohuoneisiin työskennellessään ryhädynamiikan ja flow-teorian parissa. Kuten aiemminkin mainittiin, flow on optimaalinen tietoisuuden tila ja sen pystyy savuttamaan, kun ihmisen kohtaama haaste on vaikeudeltaan tasapainossa hänen taitojensa kanssa. Haaste ei saa olla liian helppo tai ihminen kyllästyy, eikä liian vaikea tai hän stressaantuu. 2012 aukesi hänen ensimmäinen huoneensa Unkariin. (What we offer, n.d.)

Samana vuonna SCRAP laajensi merten ylitse ja avasi Yhdysvaltojen ensimmäisen pakohuoneen San Franciscoon. San Franciscossa avattiin myös maailman ensimmäinen laivalla tapahtuva pakopeli. (About Scrap n.d.)

### **Pakohuoneet Suomessa**

Suomessa pakopelien ala on edelleen nuorehko ja tämän takia yhtenäistä termistöä ei ole vielä vakiintunut. Virallisemmat lähteet kuten lehtiartikkelit ja blogikirjoitukset suosivat suomalaista termistöä, kun taas yritykset itse nimittävät toimintaansa escape room tai room escape -peleiksi. Yritysten nimetkin ovat usein englanniksi.

Suomen markkinoille konseptin toi Agnes Kaszas Unkarista. Hän koki itse New Yorkissa 2014 niin immerstiivisen taide-elämyksen, että halusi tuoda samaa myös Suomeen. Immersiivisyys tarkoittaa tuotteen mukaansatempaavuutta (Tarssanen 2005, 11). Hän toi pakohuonepelit helposti lähestyttävänä alustana, jolla tuoda samanlaisia kokemuksia myös massojen koettavaksi. Kaszas perusti yrityksensä InsideOut ja Suomen ensimmäinen tosielämän pakohuonepeli avattiin Helsingin Kallioon huhtikuussa 2014. (InsideOut yrityksenä, n.d.)

Loppuvuodesta 2014 avattiin toinen pakohuoneyritys Tampereelle. Vuodenvaihteessa oli perustettu jo kaksi uutta yritystä. Tämän jälkeen yrityksiä ja uusia huoneita alkoi ilmestyä kasvavaa vauhtia ympäri Suomen. (Pakopelit Suomessa, n.d.) Ensin täyttyivät isommat kaupungit, mutta nykyään löytyy ainakin yksi yritys monesta pienemmästäkin kaupungista.

### **Pakopelien idea**

Pakohuonepeli on fyysinen elämyspeli, jossa pelaajat näennäisesti lukitaan suljettuun tilaan, useimmiten tavallisen olohuoneen kokoiseen huoneeseen. Huoneeseen suljettujen ihmisten täytyy käyttää päättelykykyä ja yhteistyötä päästäkseen ulos huoneesta annetun määräajan sisällä. (Sanapöimintoja vuodelta 2015.)

Todellisuudessa pelitilaan johtavat ovet eivät ole koskaan lukossa, ja huoneesta pääsee tarvittaessa pois kesken pelinkin. Usein peliin kuuluu useampia huoneita, jotka aukeavat vihjeitä ratkomalla. Ulospääsy saattaakin tapahtua siis aivan eri paikasta kuin mistä huoneeseen tultiin sisään. (Pekki 2018.)

Usein peleistä käytetään nimitystä pakohuonepeli, mutta on myös paljon pelejä, jotka tapahtuvat aivan erilaisissa ympäristöissä, eikä esimerkiksi ole edes tavoitteena paeta mistään. Esimerkkinä koko kaupungin kattava ulkoilmapeli. Tästä syystä kattavampi termi on pakopeli. Kaikkia pakopelejä yhdistää aikapaine ja tehtävyyppien laatu (Pekki 2018).

Pakopelien teemoja löytyy laidasta laitaan, historiallisesta keskiaikaisesta huoneesta tulevaisuuden avaruusalukseseen ja pelottavasta kauhupalosta hauskaan vitsikkääseen huoneeseen. Teemoja on yhtä paljon kuin pakopelejä ja se voi olla ihan mitä vain pelintekijä onkaan halunnut tehdä. Usein pakohuonepeleihin on keksitty taustatarina, minkä mukaan huone on sisustettu ja yhtenä tehtävänä on selvittää tarinalle jatkoa. Parhaimmissa huoneissa myös arvoitukset ja tehtävät on rakennettu liittymään tarinaan. Pakopeleistä onkin tullut uusi ja erilainen tarinankerronnan muoto, joka

elämyksellisesti imaisee pelaajat maailmaansa, niin kuin kirjat ja elokuvatkin. (Penttilä 2018, 2)

### **Mitä pakopeleissä tehdään?**

Pakopelien pelaamiseen ei tarvitse mitään erityistaitoja. Pelit on pääsääntöisesti suunniteltu niin, että kuka vaan voi tulla pelaamaan, oli sitten nuori, vanha, iso- tai pienikokoinen. (Pekki 2018.) Toki löytyy myös paljon erilaisia pelejä, joissa on esimerkiksi kauhuelementin takia tietty ikäraja tai ahtaiden tilojen takia ei pystytä tarjoamaan esteettömyyttä. Valtaosa peleistä soveltuu yli 14-vuotiaille ja nykyään on myös pelkästään lapsille suunnattuja pakopelejä. Pelin kuvauksessa mainitaan aina, jos pelissä on jotakin erikoislaatuista, mikä asiakkaan on hyvä ottaa huomioon.

Pakopeleissä käytetään karkeasti jaettuna tehtävien kahta päätyyppiä: logiikkatehtäviä ja toiminnallisia tehtäviä. Peleissä pärjätäkseen tarvitsee yleensä lukutaitoa, peruslogiikkaa ja -matematiikkaa sekä päättelykykyä. Kuitenkin ehkä tärkeintä, varsinkin toiminnallisissa tehtävissä, on kärsivällisyys ja ryhmän sisäinen yhteistyö. Kaikki pelin ratkaisuun tarvittava löytyy pelitilasta ja itse pelistä, joten harvoin laaja yleisivistys auttaa tehtävien ratkaisemisessa. (Pekki 2018.)

Pakohuoneessa ryhmän tavoitteena on löytää vihjeitä, ratkaista pulmia sekä suorittaa erilaisia tehtäviä. Yleisiä sääntöjä on, ettei huoneessa tarvitse käyttää voimaa eikä kiipeillä, sekä kaikkea saa tutkia aivan vapaasti (ja siihen myös rohkaistaan), paitsi esimerkiksi punaisella merkityjä paikkoja kuten pistorasioita ynnä muita tällaisia.

### **Pelaaminen**

Pakopeleissä normaali ryhmäkoko on yleensä kahdesta kuuteen pelaajaa. Yrityksestä riippuen, löytyy pelejä myös isommille ryhmille ja yhdessä pelitilassa saattaa olla yli kymmenen, jopa kaksikymmentä pelaajaa yhtä aikaa. (Pekki 2018.)



Pelin kesto on tyypillisesti 60 minuuttia. Joissakin paikoissa saattaa olla isompia tai vaikeampia huoneita/pelejä, joihin annetaan esimerkiksi 1,5 tuntia aikaa. Ajan loputtua peli loppuu ja tavallisesti pelaajat pyydetään poistumaan huoneesta, vaikka tehtäviä olisi vielä jäljellä. Tämä johtuu usein siitä, että yrityksellä on varattu pelien väliin tietty aika kaiken uudelleenjärjestämiseen ja pelin loppuun pelaaminen saattaisi aiheuttaa seuraavalle ryhmälle odottelua. (Penttilä 2018, 2.)

Oikeastaan kaikki pakopelit alkavat pelinohjaajan (engl. gamemaster) tapaamisella. Ohjaaja on pelipaikan työntekijä, joka johdattaa pelaajat huoneelle ja kertoo pelin säännöt. Jos peliin liittyy taustatarinaa, se joko lukee pelin kuvauksessa tai ohjaaja tarinallisesti kertoo sen pelaajille ennen pelin alkua ja huoneeseen astumista. Jo huonetta varatessa yleensä tiedetään vähintään teema, ikäraja sekä montako pelaajaa huoneeseen mahtuu. Pelinohjaaja seuraa pelaajia koko pelin ajan valvontakameroista tai joissakin paikoissa on jopa mukana huoneessa. (Penttilä 2018, 3.) Näin hän pystyy tarvittaessa antamaan vinkkejä sekä takaamaan pelaajien turvallisuuden.

Pakopeli ei ole roolipeli, joten pakopeleissä pelaajien ei tarvitse osata näytellä mitään tiettyä hahmoa, vaan huoneeseen rakennettuun maailmaan mennään ihan omana itsenä. Pelaajat saavat toimia huoneessa juuri niin kuin heistä tuntuu luontevalta. (Kortesuo 2018, 10.) Pelaajia kehoitetaan tutkimaan huone tarkasti, joka nurkkaa myöten. Useimmiten huoneesta löytyy esimerkiksi symboleita, numeroita, valokuvia ja kirjaimia, joille ei välttämättä heti löydy suoraa yhteyttä tai käyttötapaa (Penttilä 2018, 3). Yleensä huoneessa on myös ainakin kahden- tai kolmenlaisia lukkoja. Perinteisten avaimilla avattavien lukkojen lisäksi, esimerkiksi numero- ja kirjainlukkoja, joita avaamalla peli etenee ja pelaaja saa lisää vihjeitä ja vastauksia kohti ulospääsyä tai tarinan loppua. Monesti huoneissa käytetään myös erilaisia valmiita tai yrittäjän itse rakentamia sähköisiä kohteita eli gadgetteja, jotka on rakennettu juuri kyseistä pakohuonetta varten. Gadgettien avaamiseen tarvitaan joku tietty tapahtuma kuten liike, esine tai painallus, joka vapauttaa esimerkiksi magneetilla kiinni olleen rasian. Gadgetit tuovat peliin ikään kuin ripauksen taikaa tai mystiikkaa. Niiden avulla

esimerkiksi ovet saadaan aukeamaan kuin itsestään tai laatikko aukeamaan, kun pelaajat asettavat siihen oikean esineen. (Kortesuo 2018, 68–69.)

### **Pakopelien nykytilanne**

Pakopelejä löytyy nykyään hyvin laidasta laitaan. Suomen markkinoilla on iso kirjo suhteellisen saman kokoluokan huonepakopelejä ja markkinoilla erottuu esimerkiksi gadgettien erilaisuudella ja innovatiivisilla pulmilla. Myös erilaisemmat teemat voivat olla edukseen erottumisessa. Esimerkiksi kauhuteemaisia pakohuoneita on tällä hetkellä Suomessa vain muutamassa kaupungissa. Teeman ansiosta asiakkaat matkustavat luultavasti myös muilta paikkakunnilta testaamaan huonetta, mutta toisaalta kaikki eivät pidä kauhusta ja näin ollen se rajaa jonkun verran asiakkaita pois. Varsinkin kauhuteemaisista pakohuoneista on ilmestynyt muutamia elokuviakin, samantyyllisellä juonella, genrenä kauhu sekä moni on jopa täysin samalla nimellä (Imdp: Escape room 2017; Imdp: Escape room 2019).

Perinteisten fyysisten huonepakopelien rinnalle on tullut nykyään paljon esimerkiksi kotona pelattavia pakopelejä lautapelien muodossa. Lautapelien idea on tuoda samanlaista arvoitusten jännitystä kaikkien saataville ja missä vain pelattavaksi. Pelit pelataan läpi esimerkiksi korttipakkojen ja tehtävävihkon avulla. Mukana saattaa tulla tavaroita, jotka täytyy vaikkapa rikkoa päästäkseen pelissä eteenpäin ja näin ollen peli on tarkoitettu vain kerran pelattavaksi. Kuitenkin usein kertakäyttöisissäkin peleissä pystyy huomiomaan kierrätettävyyden, kun jaksaa hieman itse nähdä vaivaa ja näin pelin pystyy pelattuaan antamaan tai myymään eteenpäin lähes samassa kunnossa kuin uutena.

Suomalainen, Helsingin Punavuorella syntynyt innovaatio Cryptic Cargo vie kotona pelattavuuden moniulotteisemmalle tasolle lautapeleistä. Yrityksen verkkosivut kertovat Cryptic Cargon olevan ensimmäinen lajissaan koko maailmassa. Se on pakopeli matkalaukussa, jolla saa helposti liikutettua aidon, itseohjattavan pakohuone

elämyksen minne vain. Matkalaukku sisältää kaiken tarvittavan: esineitä, lukkoja ja laatikoita, sekä käyttövalmiin pelitabletin ja kaiuttimen. (Cryptic Cargo n.d.)

Tampereella avattiin 2020 uudenlainen seikkailupeli Finlaysonin alueen 200-vuotisen historian kunniaksi. Unfold Finlayson yhdistelee pakohuoneiden ongelmanratkaisua, toiminnallista tarinaa sekä paikkoja Finlaysonin alueella, joihin ei muuten pääse. (Seikkailupeli ryhmille! 2020.)

Pakohuoneet ovat innoittaneet monia järjestämään pieniä pakohuone-elämyksiä myös omassa kotona esimerkiksi ohjelmanumerona juhliin tai lasten syntymäpäiville. Internet on pullollaan vinkkejä oman pakohuoneen rakentamiseen, kuten myös Katleena Kortesuon kirjan: *Pakohuone; suunnittele, toteuta, pakene* (2018) lopusta löytyy monta yksityiskohtaista ohjetta, joilla toteuttaa onnistunut pakohuone.

### **Idän pikajunan arvoitus**

Vuonna 2017 yritys Inside Out toteutti yhteistyössä VR:n ja Nordisk Filmin kanssa immerstiivisen ennennäkemättömän pakopelin ja teatteriesityksen liikkuvassa junassa Suomen halki. Idän pikajunan arvoitus; Escape train oli 13 tunnin ja 1000 kilometrin pituinen elämys, joka toteutettiin muun muassa monitasoisen käsikirjoituksen ja ammattinäyttelijöiden avulla. Toteutus oli pidempi, kuin mikään pakopeli aikaisemmin ja kaikki livestreamattiin tapahtuman Facebook-sivulla eli lähetettiin videokuva reaaliajassa katsojille. (Escape train n.d.)

Pakojuna sai valtavan maailmanlaajuisen mediahuomion. Suositut ulkomaalaisetkin mediat suosittelivat tuolloin Suomeen matkustamista, jotta voi ottaa osaa ainutkertaiseen tapahtumaan. (Escape train n.d.) Britannian laajin sanomalehti, The Sunday Times jopa listasi Pakojunan yhdeksi viikon kuumimmista matkakohteista (Taking off: Visit Valletta, go cycling in Norway and ride the Escape Train n.d.).

## **Ulkomailla**

Unkarilainen pakopeliyritys ParaPark on kehittänyt Budapestiin koko kaupungin kattavan pakopelin. ParaPoly on pakopeli, jonka avulla näkee nähtävyyksiä erilaisella tavalla, löytämällä vihjeitä ja ratkomalla pulmia. Peliin tarvitsee vain älypuhelimien, kynän ja yrityksen sivuilta ladattavan kartan. (About the Parapoly n.d.)

SCARP on tullut nykyään tunnetuksi myös järjestämistään hyvin suurista pakopeli - tapahtumista, joita kutsutaan nimellä Real Escape Game Event. Tapahtuman erikoisuus on, että pelaamaan mahtuu samaan aikaan ja samaan tilaan tuhansia pelaajia. (What is Real Escape Game? n.d.)

Ulkomailta löytyy myös valtavia, isoihin halleihin rakennettuja pakohuoneita, joissa ”huoneen” koko ja sen tuoma toiminnallisuus yksinään on erilaista valtavirtaan verrattuna. Esimerkiksi Indonesiasta löytyy Pandora Experience pakopeliyritys, jossa peliin annettiin 1,5 tuntia aikaa, huoneissa oli paljon tehtävää ja sai toden teolla liikkua. Välillä piti kiivetä, ryömiä tai avata salpa köyttä apuna käyttäen.

## **Turvallisuus**

Puolassa tapahtui alkuvuonna 2019 traaginen onnettomuus, kun pakohuoneessa syttyi yllättäen tulipalo, joka johti pelaamassa olleiden viiden teini-ikäisen nuoren kuolemaan. Onnettomuus sattui yksityisasunnossa pidetyssä pakohuoneessa, jossa ei ollut hätäevakuointireittiä ja siksi nuoret jäivät jumiin lukkojen taa. Onnettomuuden jälkeen Puolan viranomaiset aikoivat tarkastaa maansa pakohuoneiden turvallisuuden ja ainakin 13 pakohuonetta suljettiin sekä moni sai huomautuksia korjattavista turvallisuusvirheistä. (Poland shuts 13 escape rooms after five teenagers killed in fire 2019.)

Tragedia herätti viranomaiset sekä pakohuoneyrittäjät ympäri maailmaa tarkastamaan pakopelien turvallisuutta. Myös Suomen sisäministeriö pyysi pelastuslaitoksia tarkastamaan pakohuoneyrityksiä ympäri Suomen. Kartoituksessa käytiin läpi noin sadan pakohuoneen poistumisturvallisuus. Pelastuslaitoksien mukaan kartoitus oli

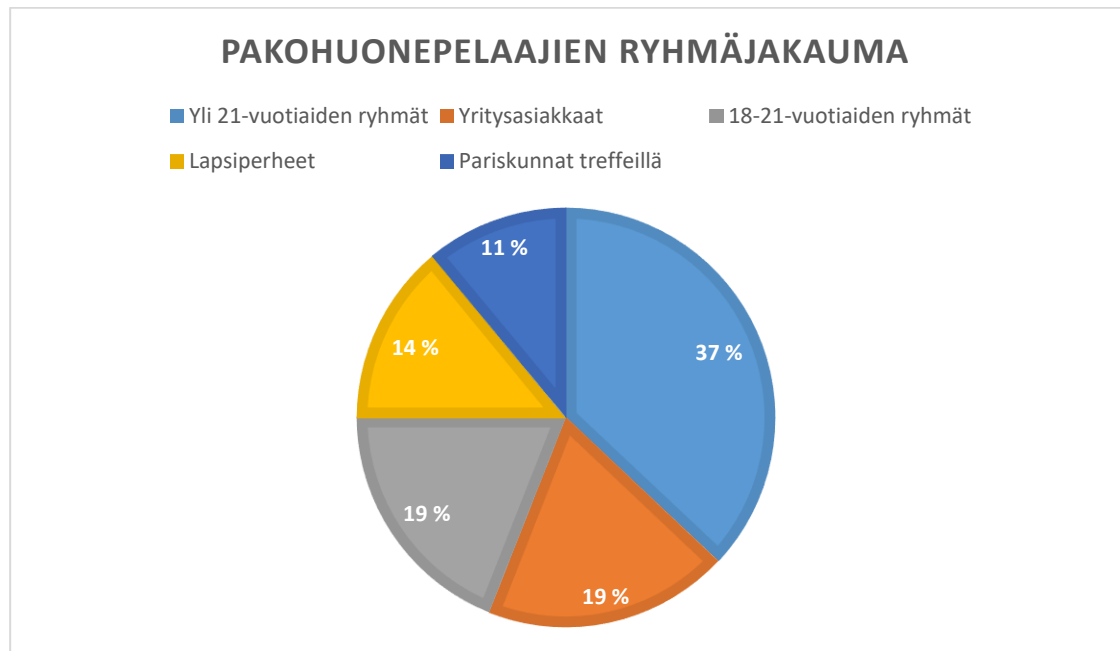
erittäin tarpeellinen ja se lisäsi merkittävästi yritysten valmiuksia tarjota turvallisia pakopelejä asiakkailleen. (Pakohuoneiden poistumisturvallisuuden kartoitus valmistui 2019.)

### **Asiakasryhmät pakohuoneissa**

Pelisuunnittelun professori Scott Nicholson teki vuonna 2015 tutkimusta pakohuonepelien tilanteesta. Hänen kyselynsä vastasi yhteensä 175 pakopeliyritystä ympäri maailmaa. (Nicholson 2015, 1.) Kyselyssä selvitettiin niin pakopelien asiakaskuntaa, kuin itse huoneiden ja pulmien tyyppejä.

Nicholsonin (2015) tutkimuksesta kävi ilmi, että pakopelien pelaajakunta ei ole niin sukupuolittunut, kuin ehkä muu pelaajakenttä. Pakohuoneet vetävät puoleensa kaikkia sukupuolia ja pelejä pelataan useimmiten sekaryhmissä. (Nicholson 2015, 8.)

Kyselytutkimukseen vastanneiden yritysten asiakkaista suurin prosenttiosuus koostui yli 21-vuotiaiden ryhmistä (ks. kuvio 3), joita oli 37 % kaikista asiakkaista. Seuraavaksi eniten kävijöitä oli samalla 19 % osuudella yritysasiakkaissa sekä 18–21-vuotiaiden ryhmässä. Lapsiperheitä oli asiakkaina 14 % ja loput 11 % pelaajista koostui treffeillä olevista pariskunnista. (Nicholson 2015, 7.)



Kuva 3. Pakohuoneiden asiakasryhmät (Nicholson 2015, 7)

Kortesuo (2018) haastatteli kirjaansa varten muutamia Suomen pakohuoneyrityksiä ja tuolloin asiakasjakauma on ollut huomattavasti erilainen Nicholsonin tutkimukseen verrattuna. Yritysten mukaan sekä lapsiperheitä että nuoria aikuisia on vähemmän, kun taas selvästi suurin osa asiakkaista koostuu yli 21-vuotiaiden ryhmistä. Yritysassiakkaita on lähes saman verran kuin maailmalla. Osassa yrityksistä yritysasiakkaita on hieman enemmän ja osuus saattaa vaihdella sesongin mukaan. Suomessa pakohuoneita treffeillä pelaavien pariskuntien osuus on hyvin pieni, kun pakohuoneissa käydään paljon muutaman hengen kaveri- tai työporukoissa. (Kortesuo 2018, 23.) Haastattelut sekä Nicholsonin tutkimus ovat jo viitisen vuotta vanhoja, joten olisi mielenkiintoista nähdä nykyiset luvut, kun pakopelit ovat tulleet yhä useampien tietoisuuteen.

Kortesuo (2018) kehottaa kirjassaan pakopeliyrityksiä kohdistamaan markkinointia erityisesti yrityksiin, varmemman tulonlähteen vuoksi (Kortesuo 2018, 23). Siinä missä yritysasiakkaat ovat tärkeä asiakaskunta pakohuoneyrityksille itselleen, hypoteesini on, että pakopelien perässä matkalle lähtee enemmän yksityishenkilöitä.

### **Pakopelit oppimisen välineinä**

Nyky-yhteiskunnassa on tullut tarvetta uusille tavoille opettaa ja motivoida oppilaita koulussa. Varsinkin tekniikan lisääntyminen on tuonut omat haasteensa, mutta myös mahdollisuutensa. Opettajayhteisöstä suuri osa on kiinnostunut pelien hyödyntämisestä opetuksessa, varsinkin insinööriopiskelijoiden kohdalla. Pelien avulla oppilaat oppivat vaativia taitoja mielekkäällä ja hausalla tavalla. Opetusmetodi on todistettu tehokkaaksi ja tulokset pelien avulla oppimisesta ovat olleet hyviä. (Borrego, Fernández, Blanes & Robles 2017, 164.)

Yhdysvaltain luonnontieteellinen museo New Yorkissa toteutti tieteeseen pohjautuvan opetussuunnitelmallisen kokeellisen kurssin lukio-oppilaille. Kurssi yhdisti lisättyä todellisuutta (AR) ja oppilaiden suunnitteleman pakohuoneen, tukemaan tähtitieteen oppimista. Kurssi kiinnosti suurta osaa oppilaista ja se tarjosi heille uniikin tavan soveltaa jo oppimaansa uudenlaiseen interaktiiviseen kokemukseen. Pakohuoneen suunnittelusta opiskelijat saivat opettavaisen kokemuksen, kuinka suunnitella ja rakentaa sulava kokemus, joka on opettavainen monenlaisille yleisöille. (Vicari 2020, 80–81, 93.)

Oppimista pakopelien avulla tukee myös elämyskolmio. Kokemuksen tasoissa älyllinen taso on elämyskolmion kolmannella portaalla. Tällä tasolla elämys tarjoaa mahdollisuuden saada uutta tietoa, kehittyä ja oppia jotakin uutta. Oppiminen tapahtuu, joko tiedostamatta tai tiedostetusti. (Tarssanen 2005, 13.)

### **Kilpailu**

Pakohuoneyrittäjät eivät varsinaisesti suoraan kilpaile toisten yrittäjien kanssa. Kun asiakas käy yhdessä pakohuoneessa, se ei sulje pois muiden yritysten pelejä. Korteso (2018) vertaa pakopelien pelaajia elokuvien faneihin. Fanit käyvät katsomassa kaikki sellaiset elokuvat, jotka heitä kiinnostaa ja jotka mahtuvat budjettiin. Yhtä lailla pakohuoneiden harrastajat haluavat pelata mahdollisuuksien mukaan kaikki sellaiset

pelit, jotka osuvat omiin mieltymyksiin. Toki kilpailua syntyy siinä kohderyhmässä, joka ostaa vain yhden pakopelin pidemmän aikavälin puitteissa, esimerkiksi jos budjetti on hyvin rajattu. Pakopeliyrittäjän isoin kilpailija on oikeastaan kuitenkin hän itse. Jos yrityksellä on yksikin huono huone, ihmiset eivät palaa enää uudelleen kokeilemaan toisia huoneita, vaan he olettavat laadun olevan samanlainen kaikissa. (Korteso 2018, 22.)

## 5 Tutkimusasetelma

### 5.1 Tutkimusongelma ja -kysymys

Tutkimuksella on hyvä olla jonkinlainen johtoajatus, joka ohjaa työn kulkua. Johtoajatukselta saadaan johdettua tutkimuksen pääongelma. Usein tutkimusongelmat esitetään kysymysmuodossa, ne ovat yleisluonteisia kysymyksiä, joista saadaan kuvaa koko tutkittavasta kokonaisuudesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 122–125.)

Tutkimusongelman avulla saadaan esiin tutkimuskysymykset. Usein pelkkien yksittäisten tutkimuskysymysten esittäminen voi olla helpompaa, kuin tutkimusongelman löytäminen. Kuitenkin jokaisella opinnäytetyöllä ja tieteellisellä työllä tulee olla tutkimusongelma. Tutkimuskysymyksiä on oltava vähintään yksi ja mukana voi olla myös apukysymyksiä, jotka tuottavat lisätietoa varsinaista tutkimuskysymystä varten. Tutkimuskysymys ohjaa aineistonkeruuta ja koko tutkimusta. (Kananen 2019, 22–24.)

Tutkimusongelma on herännyt tutkijan omasta mielenkiinnosta aihetta kohtaan. Toimeksiantajaa ei tutkimuksella ole, suurimmaksi syyksi Covid-19-pandemian takia, koska yrityksillä ei olisi ollut resursseja lähteä mukaan, kun ei ollut juuri varmuutta tulevasta. Tutkimuksen aihe sai kuitenkin positiivista palautetta ja toisenlaisessa maailmantilanteessa olisi mielellään lähdetty mukaan.

Kiinnostuksen kohteeksi valikoitui suomalaiset pakopelien pelaajat, mutta vertailun vuoksi tehtiin kysely myös kansainväliselle yleisölle. Hypoteesina on, että ihmiset



lähtevät matkalle pakopelien takia ja matkalla käytetään mahdollisesti ainakin ravintola- ja majoituspalveluja, riippuen matkan pituudesta.

Tutkimuskysymykset:

- Matkustetaanko pakopelien vuoksi?
- Millaisia matkailualan palveluita pakopelimatkoilla käytetään?

Työn tarkoituksena on tuottaa tietoa uudeltaisesta matkailijoiden ryhmästä, joka matkustaa erilaisiin kohteisiin, joista löytyy ainakin yksi heidän kriteereihinsä sopiva pakopeli. Työn tavoitteena on koota ehdotus innovatiivisista uudeltaisista palvelupaketeista, joista sekä matkailija että yritykset hyötyvät.

## 5.2 Tutkimusote

Tutkimusongelman luonteen mukaan valitaan sopiva tutkimusote. Otteet jakautuvat kahteen ryhmään: kvalitatiiviseen tutkimukseen sekä kvantitatiiviseen tutkimukseen.

Kvalitatiivinen tutkimus tarkoittaa laadullista tutkimusta. Siinä pyritään ymmärtämään ongelmaa syvemmin ja kuvaamaan todellista elämää. Kohdetta yritetään tutkia mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivista tutkimusta on vaikea toteuttaa täysin objektiivisesti, koska tutkijan omat mielipiteet ja arvot ovat aina taustalla, vaikka hän tietoisesti yrittäisikin olla välittämättä niistä. (Kananen 2019, 25; Hirsjärvi ym. 2007, 156–157.)

Kvantitatiivinen tutkimus tarkoittaa määrällistä tutkimusta. Määrällinen tutkimus vastaa yleensä numeerisiin sekä prosenttiosuuksiin liittyviin kysymyksiin aiheesta. Määrällinen tutkimus edellyttää tutkittavan ilmiön tuntemista. Tutkijan on tärkeä tutustua aiempien tutkimusten johtopäätöksiin ja teoriaan aiheesta, jotta osataan esittää oikeita kysymyksiä. (Kananen 2019, 25; Hirsjärvi ym. 2007, 135–136.)

Molemmilla tutkimusotteilla on omat tutkimusmenetelmänsä. Tutkimusmenetelmät jakautuvat aineistonkeruumenetelmiin ja aineiston analyysimenetelmiin, sekä luotettavuusmenetelmiin. Tässä tutkimuksessa valittiin tutkimusotteeksi kvantitatiivinen tutkimus.

Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmiin kuuluvat erilaiset kyselyt ja tilastot. Analyysimenetelmillä saadaan tutkitusta aineistosta analysoitavia tuloksia. Menetelmiä ovat esimerkiksi ristiintaulukointi, regressioanalyysi sekä erilaiset tunnusluvut. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ei tutkita koko kohderyhmää (perusjoukko), vaan perusjoukosta tutkitaan pienempi otos. (Kananen 2007, 30; Heikkilä 2014, 25.) Luotettavuusmenetelmillä arvioidaan nimensä mukaan tutkimuksen luotettavuutta sekä laatua. Kaikissa tutkimuksissa tulisi olla luotettavuustarkastelu. Tutkijan on tärkeää itse arvioida tutkimuksensa jokaista vaihetta kriittisesti ja tuoda ilmi mahdolliset tutkimuksen luotettavuutta alentavat seikat. Tieteellisen tutkimuksen luotettavuuden arviointiin käytetään kahta käsitettä: validiteetti ja reliabiliteetti. Validius tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä eli arvioidaan, onko ongelma määritelty oikein ja mitattiinko tutkimusmenetelmällä oikeita asioita. Reliaabelius taas tarkoittaa tulosten pysyvyyttä ja mittaustulosten toistettavuutta. (Heikkilä 2014, 11–15; Hirsjärvi ym. 2007, 226–227; Kananen 2019, 31–32.)

## 6 Tutkimuksen toteutus

Pakopelien perässä matkustus on ilmiönä vielä verrattain tuore. Tutkimuksella lähdettiin siis vasta todentamaan tutkijan hypoteeseja ilmiön olemassaolosta. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä koettiin tähän parhaaksi, kun lähdettiin vasta selvittämään laajempaa kuvaa ilmiöstä.

Kyselyiden kohdejoukkona oli pakopelejä pelaavat henkilöt. Alkuperäisenä ajatuksena oli keskittyä pelkästään suomalaisiin pelaajiin, mutta tietoperustaa kerätessä huomattiin aiheesta uusia piirteitä ja haluttiin tehdä lyhyempi tutkimus vertailun

vuoksi myös kansainvälisille pelaajille. Tästä syystä tehtiin kyselyt sekä suomeksi, että kansainväliselle ryhmälle englanniksi.

Tiedonkeruu tuotti yhteensä vastauksia 201. Englanninkieliseen lomakkeeseen saatiin 30 vastausta ja suomenkieliseen 171 vastausta. Suomenkieliseen lomakkeeseen tuli vastauksia ympäri Suomen ja lähes kaikista maakunnista. Englanninkielinen kysely tavoitti vastaajia Pohjois-Amerikasta, Euroopasta sekä Australiasta.

Hypoteesina oli, että pakopelejä harrastavat henkilöt matkustavat pakohuoneen tai -pelien perässä myös pois tavanomaiselta elinpiiriltään ja luultavasti käyttävät siellä joitakin matkailualan palveluja.

### **Tutkimusmenetelmä ja aineiston keruu**

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa perinteisiä tutkimustyyppisiä ovat kokeellinen tutkimus sekä survey-tutkimus. Survey-tutkimuksen yksi keskeisimpiä aineistonkeruumenetelmiä on kysely. Kyselyssä aineistoa kerätään standardoidusti eli asioita kysytään kaikilta vastaajilta täsmälleen samalla tavalla.

Kysely on menetelmänä tehokas, kun se voidaan lähettää helposti niin monelle vastaanottajalle kuin on tarve. Kyselyssä pystytään kysymään kerralla monenlaisia asioita. Jos kyselylomake on suunniteltu huolellisesti, niin aineisto voidaan myös käsitellä ja analysoida nopeasti tietokoneen avulla. (Hirsjärvi ym. 2007, 186–193.) Esimerkiksi muuttujien jakautumista, sekä eri muuttujien välisiä riippuvuuksia voidaan tutkia ristiintaulukoinnilla. Sillä saadaan eroteltua vaikkapa, kuinka nuorten ja vanhusien vastaukset tiettyyn kysymykseen eroavat toisistaan. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Kyselytutkimuksessa huomioitavia heikkouksia ovat esimerkiksi kyselyn pinnallisuus ja mahdollinen kato eli vastaamattomuus. Koska tutkija ei ole henkilökohtaisesti mukana kyselyyn vastattaessa, ei voida myöskään varmistua, ettei väärinymmärryksiä tule tai tietää kuinka vakavissaan vastaajat ovat vastanneet. (Hirsjärvi ym. 2007, 186–193.)

Tutkimukseen valittiin tiedonkeruumenetelmäksi verkossa täytettävä kyselylomake, koska sillä tavoitettiin mahdollisimman paljon vastaajia. Tutkimuksen aineisto kerättiin kahdella verkkokyselyllä, joista toinen oli suomen kielellä ja toinen englannin kielellä. Suomenkielinen kysely oli vastaajille avoinna 23.10.2020-27.10.2020 välisen ajan ja englanninkielinen kysely 18.10.2020-27.10.2020 välisen ajan.

Verkkokyselyt jaettiin sosiaalisen median alustalla Facebookissa, pakohuoneista kiinnostuneiden harrastajien ryhmiin, sekä tutkijan henkilökohtaisella Facebook-seinällä. Kyselyihin vastaaminen oli täysin anonyymiä. Ryhmistä tavoitettiin kerralla paljon kohderyhmään kuuluvia henkilöitä. Henkilökohtaisella seinällä kysely haluttiin jakaa, jotta saataisiin myös niin sanottuja ”tavallisia” vastaajia, ettei vastauksia tulisi vain pakopeli-intoilijoilta.

Suomenkielinen kysely jaettiin Pakohuonepelaajat -ryhmään. Ryhmä on yksityinen, eli ryhmän sisällön nähdäkseen tai sinne julkaistakseen, ryhmän ylläpitäjän on ensin hyväksyttävä henkilö ryhmään. Ryhmässä on yli 2300 jäsentä ympäri Suomen ja se on perustettu marraskuussa 2018. Ryhmä on tarkoitettu kaikille vasta-alkajasta, jo kokeeeseen pakopeliharrastajaan. Pakohuonepelaajat -ryhmässä usein kysytään suosituksia hyvästä pakohuoneesta tai vinkkejä oman pakohuoneen järjestämiseen.

Englanninkielinen kysely jaettiin Escape Room Enthusiasts -ryhmään. Ryhmän nimi vapaasti suomennettuna tarkoittaa Pakohuone intoilijoita/harrastajia. Tämäkin ryhmä on suunnattu kaikille, jotka nauttivat pakopeleistä. Ryhmä on julkinen eli kuka vaan pystyy näkemään ryhmän julkaisut, mutta ylläpitäjän täytyy ensin hyväksyä liittymispyyntö, jos haluaa ryhmän seinälle jotakin julkaista. Ryhmässä on yli 19,7 tuhatta jäsentä, eri puolilta maailmaa. Ryhmä on luotu helmikuussa 2015 ja sen on perustanut professori Scott Nicholson, jonka tutkimukseen pakohuoneista on tässäkin tutkimuksessa viitattu. Ryhmässä kysellään paljon vinkkejä tietyn alueen pakohuoneista tai käydään keskustelua esimerkiksi pakohuoneyrittäjän näkökulmasta tai mil-laisista asioista ihmiset pitävät pakohuoneissa.

## 7 Tulokset

### 7.1 Suomenkielinen kysely

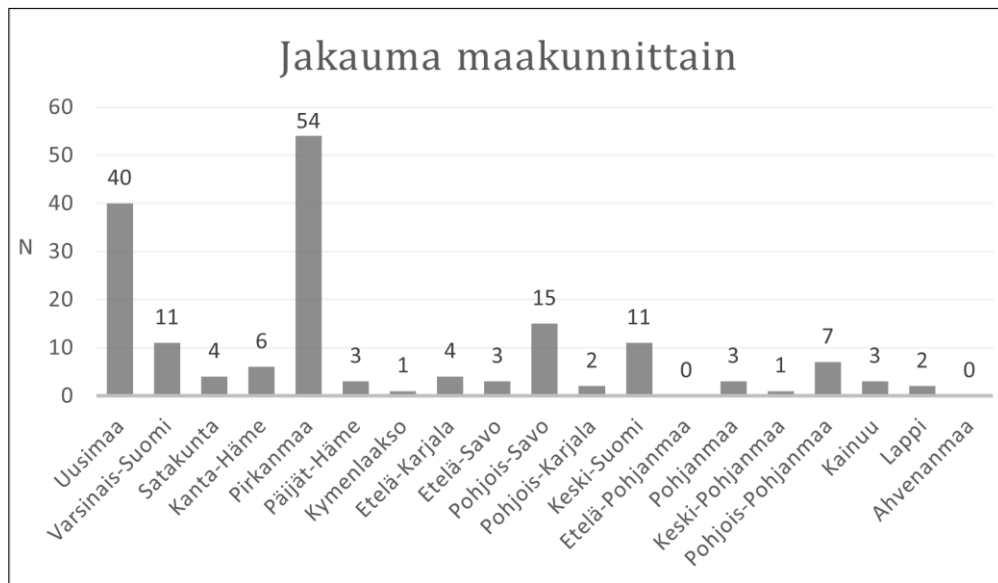
Kyselylomakkeessa oli kymmenen kysymystä kaikille vastaajille ja 12, jos pelaaja vastasi kymmenenteen kyllä. Suurin osa kysymyksistä oli valintakysymyksiä ja kolme monivalintakysymyksiä (monivalintakysymyksiä oli viisi, jos vastaaja vastasi kymmenenteen kysymykseen kyllä).

Kyselyssä ikää kysyttiin valmiilla ryhmitellyillä vastausvaihtoehdoilla, alle 18-vuotiaasta yli 50-vuotiaaseen. Kyselyyn vastanneista suurin osa oli 26–49-vuotiaita. Kaikista ikäryhmistä saatiin vähintään yksi vastaus. (Ks. taulukko 1.)

Taulukko 1. Vastaajien ikäjakauma

	n	%
18-25	45	26 %
26-35	59	35 %
36-49	55	32 %
50+	11	6 %
Yhteensä	171	100 %

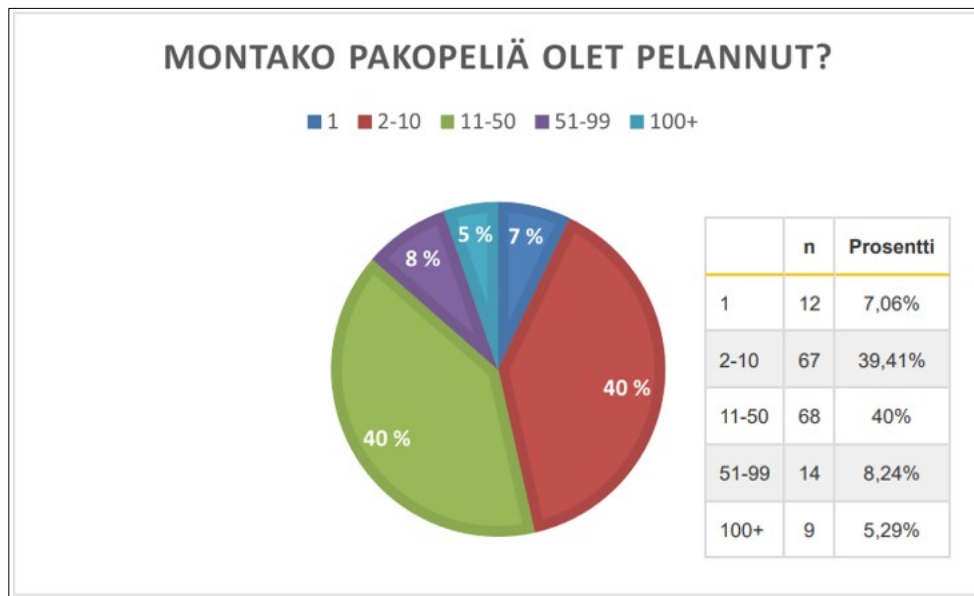
Asuinpaikkaa kysyttiin maakunnittain ja sillä saatiin dataa, tuleeko vastauksia ympäri Suomea, sekä eroavatko pelitottumukset maakunnittain. Myös maantieteellisesti vastauksia tuli mukavasti ympäri Suomea, mutta selvästi eniten Pirkanmaalta sekä Uusimaalta. (Ks. kuva 4.) Tämä oli odotettavissakin maakuntien suuren koon vuoksi ja pääkaupunkiseudulla toki on enemmän asukkaita ja pakohuoneita. Pirkanmaan suureen vastausprosenttiin vaikuttaa luultavasti myös se, että tutkijan henkilökohtaisella seinällä jaettu linkki tavoitti suurimmalta osalta Pirkanmaalaisia.



Kuva 4. Vastaajien jakautuminen maakunnittain

Taustatietojen jälkeen kysyttiin, kuinka monta pakopeliä vastaaja on pelannut, moneksi Suomeksi kaupungissa ja montako pakopeliyritystä hän arvioi sijaitsevan omalla paikkakunnallaan. Näillä kysymyksillä haluttiin nähdä, että onko esimerkiksi pelattujen pelien määrä suoraan yhteydessä pakopelien perässä matkustukseen.

Pelattujen pakopelien määrästä kysyttäessä, kaikkiin vaihtoehtoihin tuli vastauksia, mutta kaksi vaihtoehtoa nousi selkeästi yleisimpinä vastauksina. (Ks. kuva 5.) Vaihtoehto ”Olen pelannut 2–10 pakopeliä” sai 67 vastausta ja vaihtoehto ”Olen pelannut 11–50 pakopeliä” sai 68 vastausta. Vaihtoehtoihin päädyttiin sillä ajatuksella, että kysymyksessä ei ole tarvetta erotella vaihtoehtoja joka kymmenen välein, vaan saada kuvaa siitä, sijoittuuko suurin osa vastaajista alle kymmenen peliä pelanneisiin vai jopa yli 50 peliä pelanneisiin. Jos henkilö on pelannut enemmän kuin kaksi, mutta kuitenkin alle kymmenen peliä, niin hän on saanut kokemusta erilaisista huoneista, mutta kymmenen peliä saattaa ”kertyä” vaikeiksi olisikaan harrastelija. Sitten taas yli 50 peliä pelannut on jo jonkinlainen harrastelija.



Kuva 5. Montako pakopeliä vastaajat ovat pelanneet

Kysymys ”Monessako Suomen kaupungissa tai kunnassa olet pelannut pakopelejä?” sai kokonaisuudessaan 169 vastausta, ja vastaajista 87 on pelannut 2–4:ssä eri Suomen kaupungissa tai kunnassa. (Ks. taulukko 2.)

Taulukko 2. Monessako Suomen kaupungissa tai kunnassa vastaajat ovat pelanneet pakopelejä

	n	Prosentti
Yhdessä	38	22,49%
2-4:ssä	87	51,48%
5-9:ssä	30	17,75%
Yli 10:ssä	14	8,28%

”Montako eri pakopeliyritystä sijaitsee kotipaikkakunnallasi?” kysymyksen vastausvaihtoehtoista vastatuin, 57 vastauksella, oli 0–2 pakopeliyritystä. Seuraaviin vaihtoehtoihin tuli laskevasti jokaiseen vastauksia (ks. taulukko 3). Tähän kysymykseen vastaaja sai vastata myös arvioimansa ”noin” määrän. Tämä siitä syystä, että vaikei vastaus olisikaan ”oikein”, niin se kertoo kuitenkin vastaajan mielikuvan kotipaikkakuntansa tarjonnasta ja rohkaisee vastaamaan, kun edellä mainittuja ”oikeita” vastauksia ei ole.

Taulukko 3. Montako eri pakopeliyritystä sijaitsee vastaajan kotipaikkakunnalla

	n	%
0-2	57	34 %
3-4	40	24 %
5-9	37	22 %
Yli 10	20	12 %
En osaa sanoa	16	9 %
<b>Yhteensä</b>	<b>170</b>	<b>100 %</b>

Kysymykseen, mistä vastaaja saa ideoita lähteä pelaamaan pakopelejä, vastasivat kaikki 171 vastaajaa. Vastausvaihtoehtoja oli kahdeksan ja niistä sai valita 1–3 itselle tärkeintä vaihtoehtoa. Valittuja vastauksia kysymykseen tuli yhteensä 377. Kaksi vaihtoehtoa nousi esiin suosituimpina. (Ks. taulukko 4.) Yleisin ideoiden lähde oli ”Verkosta hakukoneella”, jonka valitsivat 116 vastaajaa eli 68 % vastaajista. Toiseksi tärkeimpänä pidettiin tutun suosittelua, jonka valitsi 102 vastaajaa, eli 60 % vastaajista. Seuraavaksi suosituin, 59 vastaajalla, oli se, kun peliä suositeltiin sosiaalisessa mediassa. Vaihtoehto ”tienvarsimainonta” ei saanut yhtäkään vastausta. Vastauksissa näkyi, kuinka tärkeitä kanavia sosiaalinen media ja hakutuloksissa näkyvyys ovat markkinoinnissa nyky-yhteiskunnassa.



Taulukko 4. Mitä kautta saadaan ideoita lähteä pelaamaan pakopelejä

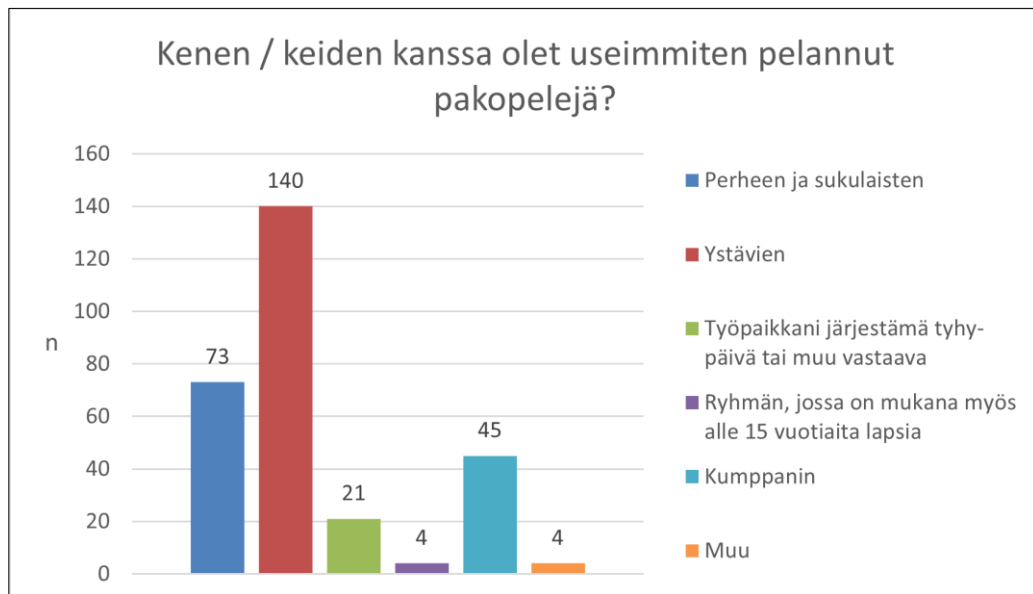
	n	Prosentti
Verkosta hakukoneella	116	67,84%
Yrityksen oma mainos sosiaalisessa mediassa	38	22,22%
Peliä suositeltiin sosiaalisessa mediassa	59	34,5%
Tuttuni suosittamana	102	59,65%
Tripadvisorista	30	17,54%
Tienvarsimainonnasta	0	0%
Sain tutustumistarjouksen tai alekupongin	18	10,53%
Muu	14	8,19%

”Tärkeintä pakopelin valinnassa?” -kysymykseen vastatessa sai valita kaksi itselleen tärkeintä kriteeriä. Vastaajien määrä oli 171 eli kaikki kyselyyn vastanneista ja valittujen vastausten lukumäärä oli 329. Vastaajista 85:lle eli 50 %:lle tärkeintä pakopelin valinnassa oli pelin teema. (Ks. taulukko 5.) Toisena tulivat arviot pelistä 51 vastaajalla (30 % vastaajista) ja kolmantena pelin erilaisuus verrattuna aiemmin pelattuihin pakopeleihin 43 vastaajalla (25 % vastaajista). ”Muu, mikä?” vaihtoehdon valitsivat 16 vastaajaa ja kaikki heistä tarkensivat vapaaseen tekstikenttään vaihtoehtonsa, mutta vastaukset olivat kaikki niin erilaisia, ettei yhtä selkeää teemaa pysty tähän tekstiin nostamaan.

Taulukko 5. Tärkeintä pakopelin valinnassa

	n	Prosentti
Arviot pelistä	51	29,82%
Peli sijaitsee omalla paikkakunnalla	31	18,13%
Varauksen nopea saaminen	21	12,28%
Pelin teema	85	49,71%
Huoneeseen mahtuvien pelaajien lukumäärä	14	8,19%
Pelin erilaisuus verrattuna aiemmin pelaamiini pakopeleihin	43	25,15%
Huoneelle asetettu vaikeusaste	35	20,47%
Pelin ikäraja	3	1,75%
Pelin hinta	30	17,54%
Muu, mikä?	16	9,36%

Seuraavaksi kysyttiin, millaisella kokoonpanolla vastaajat useimmiten ovat pelanneet. Tämä kysymys auttaa palvelupaketin rakentamisessa, jotta osataan suunnata paketti oikealle kohderyhmälle. Vastaaja sai valita kaksi vaihtoehtoa. Selkeästi yleisintä oli ystävien kanssa pelaaminen, jonka vastasivat 171:stä vastaajasta 140, eli 82 %. (Ks. kuvio 6.) Seuraavaksi eniten pelattiin perheen ja sukulaisten kanssa (n=73, 43 %). Seuraavina tulivat kumppanin kanssa pelaaminen (n=45, 26 %) ja työpaikan järjestämä tyhy-päivä tai vastaava (n=21, 12 %). 2 % vastaajista pelaa ryhmässä, jossa on mukana myös alle 15-vuotiaita lapsia.



Kuva 6. Kenen / keiden kanssa olet useimmiten pelannut pakopelejä?

Kyselyyn vastanneista 29 % (n=50) on matkustanut pelaamaan pakopeliä ulkomaille asti ja 23 % (n=40) on pelannut vain kotipaikkakunnillaan. (Ks. taulukko 6) Kysymyksellä haettiin vastausta siihen, kuinka pitkälle henkilö on matkustanut pelaamaan pakopeliä. Kysymyksellä haluttiin lisää tietoa liittyen ensimmäiseen tutkimuskysymykseen. Jos kukaan vastaajista ei olisikaan matkustanut pelkän pakopelin takia, niin tämä kysymys olisi antanut dataa, kuinka kaukana kotoaan vastaajat ovat pakopelejä pelanneet. Kyselyn julkaisun jälkeen, kuitenkin huomattiin, että kyselyn asettelun on saattanut ymmärtää kahdella tavalla. Yllä olevan lisäksi henkilö on saattanut ajatella kysymystä hieman yleisemmällä tasolla varsinkin vaihtoehdon ”Ulkomaille” kohdalla. Eli vastaaja on saattanut muistaa pelanneensa kerran ulkomaan lomamatkallaan myös pakopelin yhtenä aktiviteettina ja täten vastannut kohdan ”Ulkomaille”, vaikka hän ei matkustanut kohteeseen pakopelin takia. Kyseisestä syystä luultavasti johtuu ”Ulkomaille” vaihtoehdon iso prosenttiosuus.

Taulukko 6. Kuinka kauas olet matkustanut pelaamaan pakopeliä?

	n	Prosentti
Olen pelannut vain kotipaikkakunnillani	40	23,39%
25-50km päähän	10	5,85%
51-100km päähän	14	8,19%
101-300km päähän	33	19,3%
yli 300km päähän	24	14,03%
Ulkomaille	50	29,24%

Ristiintaulukoinnilla kysymyksen ”Oletko matkustanut ”pelkän” pakopelin takia?” - kanssa, saadaan kysymyksestä esille vastaajat, jotka todella ovat matkustaneet pakopelin perässä vastaamansa pituisen matkan. (Ks. taulukko 7.)

Taulukko 7. Kuinka pitkälle vastaajat ovat matkustaneet pelaamaan pakopeliä

Kuinka kauas olet matkustanut pelaamaan pakopeliä?	Oletko matkustanut ”pelkän” pakopelin takia?		
	Kyllä	En	Yhteensä
Olen pelannut vain kotipaikkakunnillani	0	40	40
25-50km päähän	7	3	10
51-100km päähän	12	2	14
101-300km päähän	18	15	33
yli 300km päähän	7	17	24
Ulkomaille	28	22	50
Yhteensä	72	99	171

Ulkomaille asti pakopelien perässä matkustaneita on 72:stä 28 henkilöä. Seuraavaksi eniten vastaajia on matkustanut 101–300 kilometrin päähän. Henkilöt, jotka ovat vastanneet kysymykseen 10 ”En”, mutta kysymykseen 9 jonkin etäisyyden, näkyvät taulukossa 6 vaaleanharmaalla. Hyvin todennäköisesti on käynyt niin kuin edellä jo todettiin, että kyseiset henkilöt ovat kysymyksen kohdalla sattuneet muistamaan

pelanneensa lähikaupungissa tai ulkomailla jollakin muulla matkalla, joten he vastasivat kysymykseen 9 arvioimansa etäisyyden.

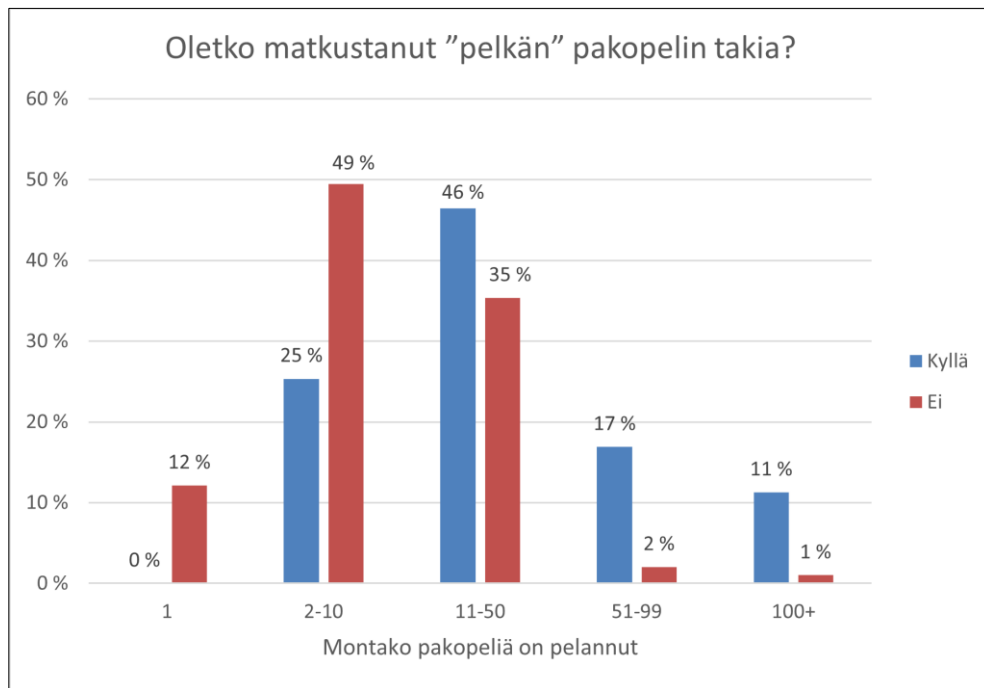
Koska ristiintaulukoinnilla saatiin selville halutut vastaajat, eikä kyseinen kysymys ole aivan välttämätön tutkimusongelman tai -kysymysten selvittämiseksi, tämä ei kuitenkaan vaaranna tutkimuksen validiteettia.

Tutkimuskysymysten kannalta ”Oletko matkustanut ”pelkän” pakopelin takia?” on kyselyn tärkein kysymys. Kysymykseen vastasivat kaikki kyselyyn vastanneet 171 henkilöä. Tämä oli kyselyn ainoa kysymys, jossa vastausvaihtoehtoina vain ”Kyllä” tai ”Ei”. Kysymystä tarkennettiin alaotsikolla: ”Matkalla on toki voinut olla muutakin aktiviteettia, mutta pakopelin pelaaminen oli ensisijainen syy matkalle lähtöön”.

Vastaajista 42 % (n=72) on matkustanut pelkän pakopelin takia.

Ristiintaulukointi kysymyksen ”Montako pakopeliä olet pelannut?” -kanssa (ks. kuvio 7), osoittaa, että kysymykseen 10 ”Kyllä” vastanneista, 46 % on pelannut 11–50 pakopeliä. Yhden pakopelin pelanneet vastaajat, eivät ole matkustaneet pakopelin perässä, mutta taas yli 100 pakopeliä pelanneista vastaajista vain yksi oli vastannut, ettei ole matkustanut pelkän pakopelin takia.

Jos henkilö vastasi kysymykseen ”Kyllä”, niin hänelle tuli näkyviin kysymykset 11 ja 12. Jos hän vastasi ”Ei”, niin kysely loppui ja siirtyi kiitossivulle.

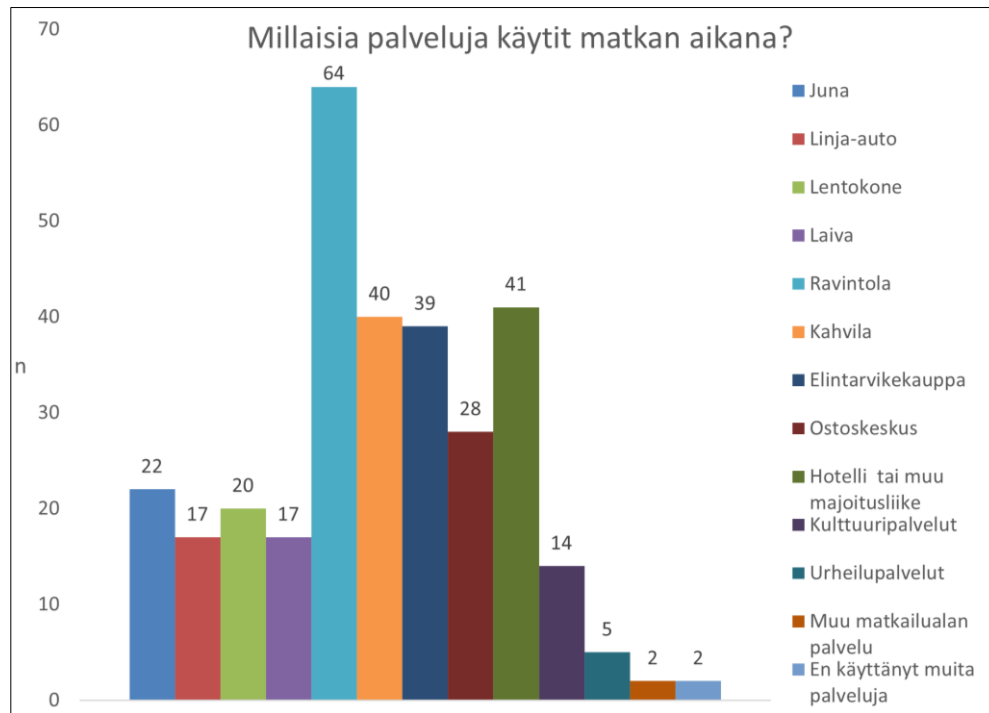


Kuva 7. Vaikuttaako pelattujen pelien määrä pakopelien perässä matkustukseen

Kysymyksellä ”Millaisia palveluja käytit matkan aikana?” haettiin vastausta toiseen tutkimuskysymykseen. Koska matkailun toimiala on hyvin laaja, ei kysymykseen tietenkään voitu sisällyttää kaikkea mahdollista matkailualan palveluihin liittyvää. Ilmiön tuoreuden takia haluttiin saada dataa siitä, käytetäänkö pakopelimatkoilla, pakohuoneiden pelaamisen lisäksi, muita matkailun elinkeinon palveluja ollenkaan. Tästä syystä vastaajalle annettiin muutamia matkailualan yleisimpiä palveluja vaihtoehtoiksi ja lisäksi vaihtoehto ”Muu, mikä?” vapaalla kommenttikentällä.

Kysymykseen vastasivat kaikki 72 edelliseen kysymykseen ”Kyllä” vastanneet, eli pakohuoneiden perässä matkustaneet henkilöt. Vastausvaihtoehtoja oli 13 kappaletta. 11:sta oli jokin ennalta määritetty palvelu. Kaksi muuta olivat ”Muu, Mikä?” sekä ”En käyttänyt muita palveluja, pelasin vain pakopelin”. Kysymys oli monivalintakysymys eikä valintojen määrää rajoitettu. Valittujen vastausten lukumäärä oli 311.

Pakopelien perässä matkustettaessa eniten käytetty palvelu oli ravintola. (Ks. kuvio 8.) Vastanneista 64 henkilöä, eli lähes 90 % on käyttänyt ravintolapalvelua matkailaan vähintään kerran.



Kuva 8. Matkan aikana käytetyt palvelut

Kun tulos ristiintaulukoitiin kysymyksen ”Montako pakopeliä olet pelannut?” -kanssa, niin nähtiin, että ravintolapalvelun käyttö ei ole riippuvainen aiemmin pelattujen pakohuoneiden määrään. (Ks. taulukko 8.) Ainoastaan ”Olen pelannut yhden pakopelin” vastausvaihtoehdon valinneet, eivät olleet valinneet ravintolapalvelua ja tämä johtuu siitä, että he eivät olleet myöskään matkustaneet ”pelkän” pakopelin takia. ”Ravintola” -vastausvaihtoehdon valinneista yli puolet olivat pelanneet 11–50 pakopeliä.

Taulukko 8. Ravintolapalvelu ja pelattujen pakopelien määrä

Pelatut pakopelit	Ravintolaa matkallaan käyttäneet	
	n	%
1	0	0 %
2-10	12	19 %
11-50	32	51 %
51-99	11	17 %
100+	8	13 %
Yhteensä	63	100 %

Seuraavaksi eniten käytetty palvelu oli majoituspalvelut. Vastanneista 41 henkilöä, eli 57 % oli käyttänyt matkallaan hotellia tai muuta majoitusliikettä, johon luetaan myös esimerkiksi leirintäalueet ja lomakylät. Kysymyksen avoimeen kommenttikenttään sai myös tarkentaa, kuinka monta yötä henkilö keskimääräisesti vietti matkalla ja tällaisia vastauksia tuli kahdeksan. Viidessä vastauksista matkalla vietettiin yksi yö ja kolmessa kaksi. Keskimäärin matkalla vietetään siis vajaa puolitoista vuorokautta (1,375pv).

Majoituspalveluiden jälkeen eniten käytettyjä palveluja olivat kahvila ja elintarvikekauppa. Kahvilaa matkallaan oli käyttänyt 56 % (n=40) vastaajista ja kauppa 54 % vastaajista (n=39).

Vaikka elintarvikekauppa ei ole varsinainen matkailualan palvelu, se on kuitenkin kytköksissä alaan välillisesti. Vaihtoehdosta oltaisiin myös voitu tehdä olettamuksia, että ihmiset esimerkiksi hakevat kaupan puolelta ”omat eväät”, jos ravintolapalveluita ei olisi käyttänyt juuri kukaan. Tässä tapauksessa, ihmiset luultavasti menevät matkallaan ennen tai jälkeen pakopelin ravintolaan syömään ja hakevat kaupasta esimerkiksi evästä matkalle tai, jos pelataan monta peliä putkeen, niin jotakin syötävää pelien väliin.

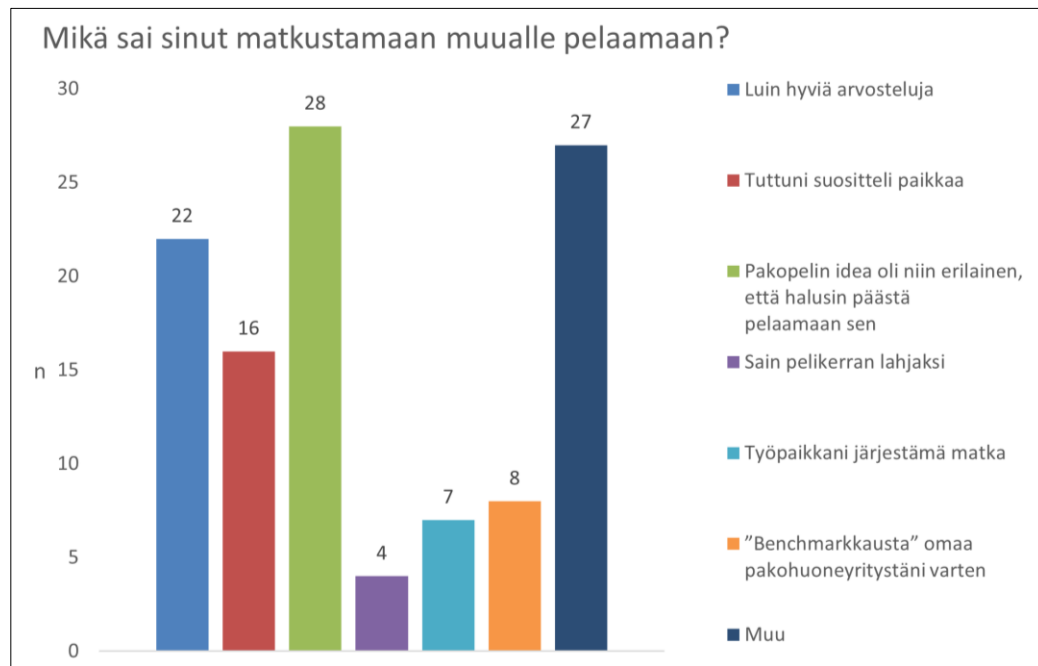
Liikennevälineistä eniten oli käytetty junaa, sitä käyttivät 31 % (n=22) vastaajista. Lentokonetta olivat käyttäneet 28 % (n=20) ja molempia, linja-autoa sekä laivaa käyttivät matkallaan 24 % (n=17). Kulttuuripalveluita käyttivät 20 % (n=14) vastaajista ja urheilupalveluita hieman vähemmän, mutta kuitenkin 7 % (n=5) vastaajista. 72



vastaajasta kaksi (3 %) vastasi, ettei käyttänyt matkallaan muita palveluja, vaan pelasivat vain pakopelin.

Viimeisellä kysymyksellä haettiin myös syitä matkustukselle. Siinä missä tämä tutkimus on vasta pintaraapaisu aiheesta, niin haluttiin saada hieman dataa myös siitä, miksi pakohuoneiden perässä lähdetään matkalle. Kysymykseen vastasivat kaikki 72 edelliseen kysymykseen ”Kyllä” vastanneet, eli pakohuoneiden perässä matkustaneet henkilöt. Kysymys oli monivalintakysymys ja vastauksia sai valita kaksi. Kysymyksessä oli valmiita vastausvaihtoehtoja kuusi ja yksi ”Muu, mikä?” vapaalla kommenttikentällä. Valittujen vastausten lukumäärä oli 112.

Ennalta määritetyistä vastauksista suosituin syy matkustukselle oli se, että pakopelin idea oli niin erilainen, että henkilö halusi päästä pelaamaan sen. Vaihtoehdon olivat valinneet 39 % (n=28) vastaajista. (Ks. kuvio 9.) Seuraavaksi eniten valintoja valmiista vaihtoehdoista tuli ”Luin paikasta hyviä arvosteluja” -vaihtoehdolle. Sen valitsivat 31 % (n=22) vastaajista. Kaikki loputkin vaihtoehdot saivat vähintään neljä vastaajaa, mutta tässä kysymyksessä korostui ”Muu, mikä?” -vaihtoehdon tärkeys.



Kuva 9. Mikä saa matkustamaan muualle pelaamaan

Ennalta osattiin jo odottaa, ettei valmiit ennalta määritellyt vastausvaihtoehdot kata lähellekään kaikkia syitä, mikä pakohuoneissa saa ihmiset lähtemään matkalle. Niillä saatiin kuitenkin hieman suuntaa, että tuollaiset asiat todella vaikuttavat. ”Muu, mikä?” -vaihtoehdon valitsivat 38 % (n=27) vastaajista. Kaikki 27 vastaajaa jättivät myös kommentin vastauskenttään. Vastauksissa korostui hyvin selvästi, että Suomessa moni ”joutuu” matkustamaan kotipaikkakunnaltaan muualle pelaamaan, koska oman paikkakunnan pelit on jo pelattu tai omalla paikkakunnalla ei ole pelejä ollenkaan. Tällaisia vastauksia tuli yhteensä 13 (18 %). Toinen useammassa vastauksessa korostunut aihe oli se, että pakopelit ovat henkilön harrastus ja siksi niitä lähdetään pelaamaan mahdollisimman moneen eri paikkaan.

Facebook-ryhmässä tuli myös muutamalta henkilöltä kommentteja, että jos kyselyssä olisi kysytty matkustaisiko tulevaisuudessa vain pakohuoneiden takia, niin vastaus olisi kyllä. Tästä kyselystä jätettiin kuitenkin tulevaisuuteen kohdistuvat kysymykset tarkoituksella pois, koska ei voitaisi varmuudella tietää, kuinka vakavissaan vastaaja olisi kysymykseen vastannut. Tulevaisuuteen liittyviin kysymyksiin saatetaan usein

vastata hieman enemmänkin ”toiveikkaana”, kuin tosissaan. Tähän tutkimukseen oli tärkeämpää saada dataa henkilöiden jo tekemistä pakopelimatkoista.

## 7.2 Englanninkielinen kysely

Kansainväliseen ryhmään jaetussa kyselyssä oli yhtä monta kysymystä kuin, suomenkielisessä, mutta hieman erilaisessa muodossa. Lomakkeessa oli siis 9 kysymystä kaikille ja 12, jos vastasi yhdeksänteen ”Kyllä”. Suurin osa kysymyksistä oli valintakysymyksiä ja kaksi viimeistä oli monivalintakysymyksiä. Vastauksia lomakkeeseen saatiin 30. Suomenkielinen kysely oli tutkimuksen pääkohde, joten ei haitannut, vaikka vastauksia tuli tähän kyselyyn hieman vähemmän. Kysely kuitenkin vahvistaa hypoteesia siitä, että pakohuoneiden perässä matkustetaan ja matkalla käytetään erilaisia palveluita.

Kyselyssä ensimmäiseksi kysyttiin vastaajan ikää ja asuinpaikkaa. Ikää kysyttiin valmiiksi ryhmitellyillä vastausvaihtoehdoilla, alle 18-vuotiaasta yli 50-vuotiaaseen. Asuinpaikkaa kysyttiin maanosittain. Asuinpaikalla saatiin dataa, saadaanko vastauksia eri puolilta maailmaa ja eroavatko pelaajien vastaukset mahdollisesti riippuen siitä, missä henkilö asuu.

Vastaajista 40 % (n=12) oli pelannut yli 100 pakopeliä. (Ks. taulukko 9.) Seuraavaksi 30 % (n=9) vastaajista olivat pelanneet 11–50 pakopeliä. Kyselyyn on oletettavasti vastannut enemmän pakohuoneintoilijoita, kuin harrastelijoita ja, koska vastauksia tuli hieman vähemmän, niin niissä korostuu selkeästi sellaiset vastaajat, jotka ovat pelanneet todella paljon.

Taulukko 9. Montako pakopeliä kansainväliset vastaajat ovat pelanneet

	n	Percent
1	1	3,33%
2-10	3	10%
11-50	9	30%
51-99	5	16,67%
100+	12	40%

”Area” -sana voi olla eri ihmisten käsityksissä hieman eri kokoinen alue, mutta kysymyksellä neljä, haettiin juurikin vastaajan käsitystä oman alueensa pakopeliyritysten määrästä. Omalla alueella tarkoittaen tässä sitä, ettei kyseisen alueen pakopelejä varten tarvitse matkustaa. 30 vastaajasta 47 % (n=14) vastasi oman alueensa yritysten määräksi 5-9. (Ks. taulukko 10.) Jopa 23 % (n=7) vastaajan alueella on yli 15 pakopeliä. Tässä on huomattava ero suomalaisen kyselyn vastauksiin, kun suurimmalla prosentilla vastaajista oli heidän omalla alueellaan (kotipaikkakunnalla) 0–2 pakopeliyritystä. Kysymyksen alla oli tarkennus, että vastaajan arvioima lukumäärä riittää, mutta kyselyyn annettiin myös vaihtoehto ”I don’t know”, joka tarkoittaa suomeksi en osaa sanoa.

Taulukko 10. Oman alueen pakohuoneyritysten määrä

	n	Percent
0-4	5	16,67%
5-9	14	46,67%
10-14	1	3,33%
15+	7	23,33%
I don't know	3	10%

Kysymyksellä ”Onko pakopeli /-pelit koskaan vaikuttaneet matkasi kohdevalintaan?” haluttiin nähdä, onko pakopeleillä ollut vaikutusta esimerkiksi lomakohteen valintaan, vaikka ensisijainen syy matkalle on ollut lomailu, eikä pakohuone. Vastaajista 63 % eli 19 henkilöä 30:stä vastasi ”Kyllä”.

Myös englanninkielisessä kyselyssä kysyttiin, kuinka kauas on pakopelien takia matkustanut. Kysymysvaihtoehdot olivat kilometreissä ja kysymyksen alle oli myös tarkennettu, kuinka monta mailia yksi kilometri on. 30 % (n=9) vastaajista oli matkustanut 101–400 kilometriä pakohuonetta varten ja 27 % eli kahdeksan vastaajaa jopa yli 800 kilometriä. (Ks. taulukko 11.) Taulukon ensimmäisen rivin ”I have not travelled for an escape game” tarkoittaa suomeksi, että ”En ole matkustanut pakopelin takia”.

Taulukko 11. Kuinka kauas on matkustanut pelaamaan pakopeliä

	n	Percent
I have not travelled for an escape game	6	20%
25-50km	3	10%
51-100km	3	10%
101-400km	9	30%
401-800km	1	3,33%
Over 800km	8	26,67%

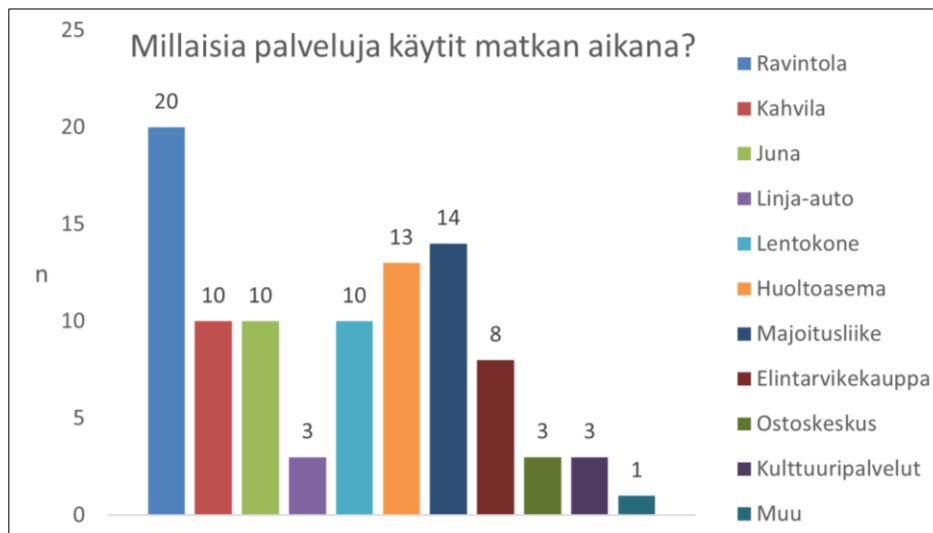
Seuraavaksi kysyttiin, onko henkilö pelannut pakopelejä ulkomailla ja jos on, niin kuinka monessa maassa. Vastaajista suurin osa (70 %, n=21) on pelannut ulkomailla ja enemmistö, yli 60 % vastaajista, joko yhdessä (n=7) tai 2-4 (n=7) maassa. 5–9 maassa olivat pelanneet viisi vastaajaa (22 %) ja yli kymmenessä maassa neljä vastaajista (17 %).

Kysymys ”Oletko matkustanut toiseen kaupunkiin tai maahan pelkäästään pakopelin/-peliä takia?” on tässäkin kyselyssä, tutkimuskysymysten kannalta kyselyn tärkein kysymys. Kysymykseen vastasivat kaikki 30 vastaajaa ja heistä kaksi kolmasosaa eli 20 henkilöä (67 %) vastasi ”Kyllä”. Jos henkilö vastasi kysymykseen ”Kyllä”, hänelle tuli näkyville tarkentava kysymys ”Kuinka monta kertaa?”. Vastaajista 40 % (n=8) on matkustanut pakopelin johdosta 2–4 kertaa. Seuraavaksi eniten (35 %, n=7) pakopelien perässä oli matkustettu yli 10 kertaa.

Kysymykseen ”Mitä palveluja käytit matkallasi?” vastasivat kaikki 20 henkilöä, jotka ovat matkustaneet pelkäästään pakopelin takia. Kysymys oli monivalintakysymys, jossa oli 12 ennalta määritettyä vastausvaihtoehtoa ja yksi ”Muu, mikä?” -vaihtoehto vapaalla vastauskentällä. Valintojen määrää ei rajoitettu. Valittujen vastausten

lukumäärä oli 95. Tähän kysymykseen ja vastausvaihtoehtoihin pätee sama tausta, kuin jo edellä mainittuun suomenkielisen kyselyn kysymykseen numero 11.

Vastaajista kaikki, eli täydet 100 % (n=20) oli käyttänyt pakopelimatallaan ravintolaa. (Ks. kuvio 10.) Seuraavaksi eniten käytetty palvelu oli majoituspalvelut, jonka olivat valinneet 70 % vastaajista eli 14 henkilöä. Kahvilaa, juna tai lentokonetta olivat käyttäneet matkallaan vastaajista puolet (n=10). Ainoa vaihtoehto, jota ei oltu käytetty ollenkaan, olivat urheilupalvelut. Vapaaseen tekstikenttään tuli yksi vastaus, joka oli auton vuokraus.

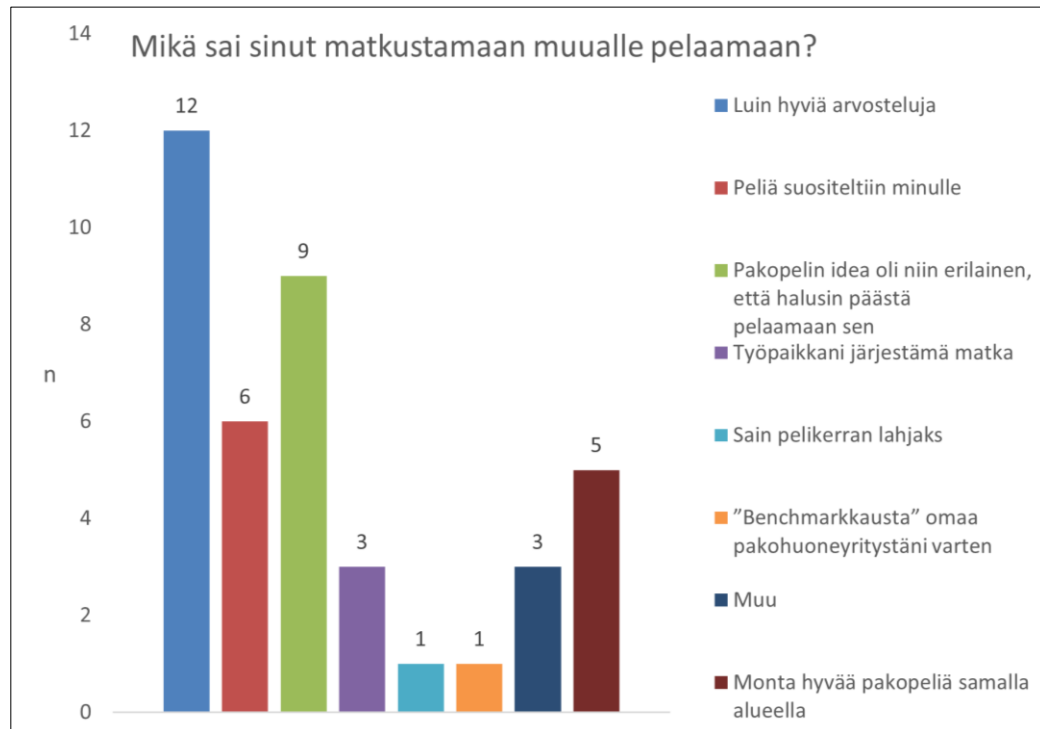


Kuva 10. Englanninkielisen kyselyn vastaukset palvelujen käytöstä

Viimeisenä kysyttiin samaa kuin suomenkielisessä kyselyssä. Tämänkin kysymyksen taustalla ovat samat syyt kuin jo edellä mainitun suomenkielisen kyselyn kysymyksen numero 12 kohdalla. Kysymys tuli näkyviin, jos henkilö vastasi kysymykseen 9 "Kyllä". Kysymys oli monivalintakysymys ja siihen vastasi 19 henkilöä. Vastausten lukumäärää ei rajoitettu. Valittuja vastauksia oli 40. Ennalta määritettyjä vastausvaihtoehtoja oli kuusi ja yksi "Muu, mikä?" vapaalla kommenttikentällä. Kyselyn julkaisun jälkeen huomattiin vapaaseen kenttään tulleiden vastausten samankaltaisuus ja yksi henkilö myös ehdotti sitä kyselyn julkaisun alle. Ehdotettu vastausvaihtoehto oli sellainen,

jonka uskottiin olevan monelle syy matkalle lähtöön, eikä kysely ollut ehtinyt olemaan vielä kauaa auki, joten kyselyyn päätettiin vielä lisätä yksi kysymys.

Valmiiden vastausvaihtoehtojen kärkikaksikko oli sama, kuin suomenkielisessä kyselyssä, eri järjestyksessä vain. Vastaajista 63 % (n=12) valitsi yhdeksi syykseen sen, että oli lukenut pelistä hyviä arvosteluja. (Ks. kuvio 11.)



Kuva 11. Kansainväliset vastaukset, mikä saa lähtemään matkalle

47 % (n=9) valitsi syyksi matkustukselle sen, että pakopelin idea oli niin erilainen, että henkilö halusi päästä pelaamaan sen. Vastaajista 32 % (n=6) oli lähtenyt matkalle, koska pakopeliä oli suositeltu hänelle. Jälkeenpäin lisätyn vastausvaihtoehdon "Monta hyvää pakopeliä yhdellä alueella" valitsi viisi henkilöä ja lisäksi kahdessa vapaan kommenttikentän vastauksessa oli tämä vastaus. Kolmelle henkilölle (16 %) työpaikka oli järjestänyt pakopelimatkan.



## 8 Pohdinta

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää lähtevätkö ihmiset pakopelien takia matkalle ja käyttävätkö he matkalla joitakin matkailualan palveluita. Tutkimusta voidaan pitää onnistuneena. Kyselyihin tuli 201 vastausta, joista kaukaisimmat vastaajat olivat Pohjois-Amerikasta ja Australiasta. Tutkimuskysymyksiin sekä -ongelmaan saatiin vastaus. Tutkimuksen tuloksista on hyötyä varsinkin pakohuoneyrittäjille, mutta myös matkailualan yrityksille. Tutkimus antaa tieteellistä näyttöä pakopelien vaikutuksesta ihmisten päätökseen lähteä matkalle.

### 8.1 Tutkimuksen luotettavuustarkastelu

Tutkimuksen reliabelius tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä ja toistettavuutta. Jos tutkimus tehtäisiin uudelleen, niin saataisiin samat tulokset. Tutkimuksen reliabiliteetin edellytys on tutkimuksen validiteetti. Reliabiliteetti ei kuitenkaan takaa tutkimuksen validiteettia, koska esimerkiksi mittari voi olla väärä. Tällöin tulokset toistuvat samana, mutta ovat virheellisiä. Verkkotutkimuksessa saman tutkimuksen toistaminen samoilla tutkittavilla ei ole suositeltavaa. Myös samassa tutkimuksessa käytetyt, useat samaa asiaa mittaavat mittarit saattavat hämmentää vastaajia, eikä tätäkään suositella. (Kananen 2014, 260–261.) Tämän tutkimuksen reliabiliteettia vahvistaa se, että kysely toistettiin kahdelle ryhmälle ja molemmista saatiin tutkimuskysymyksiin samanlaisia vastauksia.

Validiteetti tarkoittaa pätevyyttä ja se mittaa osuvuutta. Tutkimuksessa se tarkoittaa sitä, että tutkimuksen mittari on oikea ja se mittaa oikeaa asiaa sekä johtopäätökset on johdettu aineistosta oikein. (Mts. 262.) Tutkimuksen mittari on validi, kun se mittaa juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata (Hirsjärvi ym. 2007, 226). Tutkimuksen kyselyn kysymyksiä mietittiin tarkkaan ja ne johdettiin viitekehyksen, sekä ilmiöstä tehtyjen havaintojen pohjalta. Vastaukset tallentuivat anonymyineen, joten vastaajat pystyivät vastaamaan kaikkeen rehellisesti. Luotettavuutta nostaa se, että kyselyä

testattiin useaan kertaan ennen julkaisua ja tuloksia analysoitiin erilaisin vertailuin tietokoneohjelman avulla, jotta välttyttiin inhimillisiltä virheiltä. Vastaukset tukivat hypoteeseja molempien kyselyiden osalta. Tuloksissa ei ilmennyt kahtiajakoa vastaajien kesken, eikä tutkimuskysymysten kannalta eroja kyselyiden välillä.

## 8.2 Keskeiset tulokset

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että kyllä pakopelien perässä matkustetaan. Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen saatiin vastaus: Ihmiset lähtevät matkalle pelkän pakopelin tai pakopelien takia. Kaikista vastaajista 45,8 % (n=92), matkustaa pelkän pakopelin/-pelien vuoksi. Matka kestää yleensä päivämatkasta muutaman yön pituiseen matkaan. Toisessa tutkimuskysymyksessä tiedusteltiin mitä palveluja matkan aikana käytettiin. Eniten käytettyjä palveluja olivat ravintolat, kahvilat, majoitusliikkeet ja julkiset liikennevälineet. Suosituimmiksi palveluiksi kaikkien vastaajien kesken osoittautuivat ravintola- (91,3 %, n=84) sekä majoituspalvelut (59,8 %, n=55).

Tutkimuksessa todettiin muutamia eroja, mutta myös samankaltaisuuksia suomen- ja englanninkielisen kyselyn vastaajien kesken. Koska englanninkieliseen kyselyyn saatiin vähemmän vastauksia, ei tuloksia toki voi suoraan verrata keskenään, mutta mielenkiintoisia ne ovat kuitenkin. Kansainväliseen kyselyyn vastanneista 40 % (n=12) oli pelannut yli 100 pakopeliä, kun taas suomenkielisen kyselyn vastaajista tuo osuus oli hieman yli 5 % (n=9). Suomenkielisen kyselyn vastaajista 42 % (n=72) on matkustanut pelkän pakopelin takia ja kansainvälisen kyselyn vastaajista jopa 67 % (n=20). Palveluissa, sekä matkalle lähdön syissä korostuivat molemmissa kyselyissä samat asiat. Matkalla eniten käytetään ravintolaa sekä majoituspalvelua ja suosituimmat syyt matkalle lähtöön olivat hyvät arvostelut sekä pelin erilaisuus.

Koska pakopelimatkailijat lähtevät matkalle ensisijaisesti pelkän pakopelin kokemisen takia, on mielenkiintoista, että heistä on tullut oikeastaan oma matkailijaryhmänsä. Ilmiö on edelleen uusi monille, vaikka pakopelejä on ollut markkinoilla jo useita vuosia. Tällaisten matkailijoiden vaikutukset matkailun elinkeinolle olisi hyvin laaja oma

jatkotutkimuksensa, mutta tästä tutkimuksesta saadaan viitteitä, että kyllä pakopelien perässä matkustajilla jonkinlaista vaikutusta matkailulle on.

### 8.3 Johtopäätökset

Tutkimus nosti esiin uuden matkailijaryhmän: Pakopelien perässä matkustavat henkilöt. Eniten matkustava ikähaarukka on 26–35-vuotiaat ja hyvin lähellä perässä 36–49-vuotiaat. Siinä missä pakopelit vetoavat kaikenikäisiin, niin matkailijaryhmän ikä johtuu varmasti paljolti siitä, että yleistettynä he ovat usein työelämässä ja säännöllisillä tuloilla. Tämä mahdollistaa pakopelimatkojen kustannuksen.

18–25-vuotiaat ovat usein vielä opiskelijoita, eikä kaikilla ole kauheasti varaa ylimääräiseen. Tiukalla opiskelijabudjetilla, pelkkä pakohuoneen pelaaminen omassa kaupungissa saattaa olla säästämisen päässä, saati sitten pakopelien perässä matkalle lähtö. Yli 50-vuotiaita taas, tutkimuksessa oli selkeästi pienempi prosentti kuin 26–49-vuotiaita.

#### **Palvelupaketti**

Pakopelimatkailijoille voitaisiin tuottaa täysin oma matkailutuotepakettinsa. Esimerkiksi pienemmän alueen pakohuoneyritykset voisivat tehdä yhteistyötä, jolla matkailijat saataisiin pelaamaan kerralla alueen kaikkien yritysten pelejä. Paketissa voisi olla esimerkiksi kolme pakopeliä hieman alennettuun hintaan. Kolmessa pelissä olisi aktiiviteettia mukavasti pidemmäksi aikaa, kuitenkin hinnan pysyessä useammalle asiakkaalle mahdollisena. Jos henkilö yöpyy alueella, pakopelejä voisi jakaa eri päiville.

Kuten tutkimuksesta todettiin, pakopelimatkoille olennaisena osana kuuluu ravintolassa käynti, joten pakettiin voisi kuulua myös jokin lähialueen ravintola/ravintolat. Ravintolassa voisi olla pakopeleihin jollakin lailla liittyvä annos tai vaikkapa

pakopelaajille oma ruokalista, jossa jälkiruoat ovat pienen (ja suhteellisen helpon) pulman takana, jota voisi ruokia odotellessa ja syödessä ratkoa.

Siinä missä yritykset antavat tuotteistaan alennusta, jotta asiakas kiinnostuu paketin valitsemaan, se vähentää tilanteita, jossa asiakas jättää saapumatta. Asiakkaalle paketti on mukavasti helpotettu tapa kokea toisen paikkakunnan huoneita, alennettuun hintaan, jota hän ei muuten saisi. Kuten aiemmin todettu, pakohuoneyritykset eivät suoraan kilpaile keskenään ja pakettiin sidottu ravintola saa myös varmat asiakkaat, joten tiivis yhteistyö hyödyttää kaikkia osapuolia tällaisessa paketissa. Paketin lyhyt, mielenkiinnon herättävä tuotekortti voisi näyttää vaikkapa kuvion 12 kaltaiselta.


## Elämispaketti pakopelimatkailijalle!

Tule pulmien pariin pakoilemaan arkea!

Pääset rikkomaan rutiineja yhdellä  
matkalla useamman pakohuoneen voimin.

**Pakettiin sisältyy:**

- 🔒 Kolme valitsemaanne pakohuonetta
- 🔒 Ikimuistoinen illallinen, jossa pääsette purkamaan päivän tapahtumat



**Hinta:**  
**123.45 €**

Varaa oma pakettisi jo tänään osoitteesta:  
[www.xxyyy.com](http://www.xxyyy.com)

Kuva 12. Elämispaketti pakopelimatkailijalle

Jos pakettiin kuuluvilta yrityksiltä löytyy jokaiselta esimerkiksi kauhuhuone taikka historiaan sijoittuva pakopeli, niin paketin voisi myös teemoitella sen mukaan. Toinen vaihtoehto olisi esimerkiksi aikaan teemoitettu paketti, jossa ensin pelataan historiaan sijoittuva pakopeli, seuraavaksi nykyisyyteen tai lähitulevaisuuteen sijoittuva peli ja viimeisenä futuristinen kauas tulevaisuuteen sijoittuva pakopeli.

Jos yrityksellä on huoneita monessa eri kaupungissa, niin paketin voisi toki rakentaa vain heidän omien peliensä ympärille. Tämä voisi toimia Suomeen saapuville turisteille, kun ohjelmaa olisi voitu jakaa muutamaankin eri kaupunkiin pakopelien ympärille.

### **Tulevaisuus**

Koska ilmiö on vielä suhteellisen tuore, tutkimuksen jatkokehittäminen olisi mielenkiintoista ja jopa suotavaa vielä tarkempien tutkimustulosten saamiseksi. Laadullisesti syvällisempää tutkimusta voisi tehdä palvelupaketin ominaisuuksista, potentiaalisesta kohderyhmästä sekä hyödyllisyydestä käytännössä. Toinen jo edelläkin mainittu laajempi tutkimus käytetyistä palveluista auttaisi myös palvelupaketin kehittämisessä. Pakopelien vaikutus matkailun alalle kokonaisuudessaan olisi aiheena liian laaja, mutta yksittäisen palvelun näkökulmasta toki voitaisiin tutkia. Esimerkiksi, vaikuttavatko pakopelimatkailijat tietyn alueen (jossa on keskittyneenä monta pakopeliä) ravintoloihin. Uudet tutkimukset voisivat näyttää tarpeen myös vielä uudenlaisille ja erilaisille palvelupaketeille. Matkailijaryhmästä saattaisi myös erottua vielä tarkempia asiakasryhmiä. Pakohuoneiden vuoksi matkustaminen on ilmiö, joka odottaa hyödyntämistään!

## Lähteet

A brief history of Live Escape Games. N.d. Artikkele Lockacademy www-sivuilla. Viitattu 28.04.2020. <https://lockacademy.com/en/history-and-origin-of-escape-games/>

About scrap. N.d. Kerrontaa yrityksen taustoista Real Escape Game verkkosivuilla. Viitattu 24.04.2020. <https://realescapegame.com/about/>

Borrego, C., Fernández, C., Blanes, I. & Robles, S. 2017. Room Escape at Class: Escape Games Activities to Facilitate the Motivation and Learning in Computer Science. Journal of Technology and Science Education, 7, 2, 162-171. Viitattu 10.09.2020. <https://janet.finna.fi>, Business Source Elite.

Eronen, R., Moilanen, R. & Kielitoimiston sanakirjan toimitus. 2015. Sanapöimintoja vuodelta 2015. Lista uusista sanoista Kotimaisten kielten keskuksen www-sivuilla. Viitattu 20.08.2020. [https://www.kotus.fi/sanakirjat/kielitoimiston\\_sanakirja/uudet\\_sanat/vuoden\\_sanapöimintot/sanapöimintoja\\_2015](https://www.kotus.fi/sanakirjat/kielitoimiston_sanakirja/uudet_sanat/vuoden_sanapöimintot/sanapöimintoja_2015)

Escape Room (2017). 2017. Elokuvan synopsis IMDb verkkosivuilla. Viitattu 12.09.2020. <https://www.imdb.com/title/tt5159414/>

Escape Room (2017). N.d. Elokuvan synopsis Blockbuster www-sivuilla. Viitattu 12.09.2020. <https://blockbuster.fi/elokuvat/escape-room-2017>

Escape Room (2019). 2019. Elokuvan synopsis IMDb verkkosivuilla. Viitattu 12.09.2020. <https://www.imdb.com/title/tt5886046/>

Escape train. N.d. Toteutuksen selostus InsideOut www-sivuilla. Viitattu 10.09.2020. <https://www.insideoutproductions.fi/escape-train>

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Heinrich, M. History of Escape Room Games. 2018. Artikkele Labyrintoom www-sivuilla. Viitattu 24.04.2020 <https://labyrintoom.com/history-of-escape-room-games>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13. p. Helsinki: Tammi

Jänkälä, S. 2016. Matkailun ohjelmapalvelut. Toimialaraportti. Viitattu 23.10.2020. [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79842/Matkailun\\_ohjelmapalvelut\\_2016.pdf](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79842/Matkailun_ohjelmapalvelut_2016.pdf)

Jänkälä, S. 2019. Matkailun toimialaraportti. Viitattu 23.10.2020. [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM\\_3\\_2019\\_Matkailun\\_toimialaraportti.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Kananen, J. 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä: laadullisen ja määrällisen verkkotutkimuksen opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2019. Opinnäytetyön ja pro gradun pikaopas: avain opinnäytetyön ja pro gradun kirjoittamiseen. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Koelling, G. & Russo, A. 2020. The Mystery Room: discovering the flexibility of an information literacy-based educational escape room. Public Services Quarterly, 16, 1, 1-11. Viitattu 10.09.2020. <https://janet.finna.fi>, Business Source Elite.

Kortesuo, K. 2018. Pakuhuone : suunnittele, toteuta, pakene. Karisto Oy. Tallinna.

Käsitteet : Matkailu. N.d. Tilastokeskus. Viitattu 14.10.2020.  
<http://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html>

Laine, A. 2017. Pakuhuonepeli tarjoaa irtioton arjesta. Nörttitytöt blogi. Julkaistu 22.06.2017. Viitattu 28.08.2020. <https://geekgirls.fi/wp/blog/2017/06/22/pakuhuonepeli-tarjoaa-irtioton-arjesta/>

Matkailututkimuksen lukukirja. Toim. Veijola, S. 2013. Porvoo: Bookwell, Lapin yliopistokustannus.

Matkailu lukuina. N.d. Työ- ja elinkeinoministeriön www-sivuilla. Viitattu 20.10.2020.  
<https://tem.fi/matkailu-lukuina>

Mikä on flow-tila?. N.d. Flow Akatemia. Viitattu 19.10.2020. <https://www.flow-akatemia.fi/mika-on-flow-tila>

Missiomme on. N.d. Yrityksen historiaa InsideOut verkkosivuilla. Viitattu 05.05.2020.  
<https://www.insideoutproductions.fi/insideout>

Nicholson, S. 2015. Peeking Behind the Locked Door: A Survey of Escape Room Facilities. White paper, pdf. Viitattu 18.09.2020. <http://scottnicholson.com/pubs/erfacwhite.pdf>

Ohjelma- ja elämyspalvelut. N.d. Turvallisuus- ja kemikaalivirasto. Viitattu 23.10.2020.  
<https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/kuluttajille-tarjottavat-palvelut/ohjelma-ja-elamyspalvelut>

Pakuhuoneiden poistumisturvallisuutta selvitetään. 2019. Mediatiedote Turvallisuus- ja kemikaaliviraston www-sivuilla. Viitattu 12.09.2020. <https://tukes.fi/-/pakuhuoneiden-poistumisturvallisuutta-selvitetaan>

Pakuhuoneiden poistumisturvallisuuden kartoitus valmistui. 2019. Mediatiedote Turvallisuus- ja kemikaaliviraston www-sivuilla. Viitattu 12.09.2020. <https://tukes.fi/-/pakuhuoneiden-poistumisturvallisuuden-kartoitus-valmistui>

Pekki, P. 2018. Mikä on pakopeli/escape room?. Artikkelit Pakopelit.fi www-sivuilla. Viitattu 10.05.2020. <https://www.pakopelit.fi/tietoa/pakopelit-suomessa/>

Palveluliiketoiminnan sanasto. 2009. Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus. Viitattu 23.10.2020. [https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/palveluliiketoiminnan\\_sanasto.pdf](https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/palveluliiketoiminnan_sanasto.pdf)

Penttilä, K. 2018. History of Escape Games examined through real-life-and digital precursors and the production of Spygame. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto. Viitattu 21.08.2020. [https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/145879/History\\_of\\_Escape\\_Games\\_ProGradu\\_Katriina\\_Penttil%c3%a4.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/145879/History_of_Escape_Games_ProGradu_Katriina_Penttil%c3%a4.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Poland shuts 13 escape rooms after five teenagers killed in fire. 2019. The Guardian. Viitattu 12.09.2020. <https://www.theguardian.com/world/2019/jan/06/poland-shuts-down-13-escape-rooms-after-five-teenagers-killed-in-fire>

Room Escape Games. N.d. Escapefan. Viitattu 23.04.2020. <https://escapefan.com/category/room-escape-games/>

Saaranen-Kauppinen A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [Verkojulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu 5.10.2020 [www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus)

Schlosser, K. 2018. Geek of the Week: There's no escaping it — Puzzle Break's Nate Martin created his dream startup. Artikkelele Geek Wire www-sivuilla. Viitattu 04.05.2020. <https://www.geekwire.com/2018/nate-martin/>

Seikkailupeli ryhmille!. 2020. Kerrontaa yrityksen tarjonnasta Unfold www-sivulla. Viitattu 10.09.2020. <https://www.unfold.fi/>

Suellentrop, C. 2014. In Escape Rooms, Video Games Meet Real Life. The New York Times. Viitattu 28.04.2020. <https://www.nytimes.com/2014/06/04/arts/video-games/in-escape-rooms-video-games-meet-real-life.html>

Takao, K. N.d. Thoughts on Real Escape Game. Artikkelele Real Escape Game verkkosivuilla. <https://realescapesgame.com/thoughts-reg/>

Taking off: Visit Valletta, go cycling in Norway and ride the Escape Train. 2017. The Sunday Times. Viitattu 10.09.2020. <https://www.thetimes.co.uk/article/taking-off-visit-valletta-go-cycling-in-norway-and-ride-the-escape-train-ggh6n2nxs>

Tarssanen, S. 2005. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino. 2 painos.

Tervetuloa pakopelien tulevaisuuteen. N.d. Cryptic Cargo. Viitattu 09.09.2020. [https://www.crypticcargo.com/fi/fi/?cli\\_action=1588677088.494](https://www.crypticcargo.com/fi/fi/?cli_action=1588677088.494)

Time for an adventure. N.d. Pandora experience. Viitattu 11.09.2020. <https://pandoraexperience.com/index.html?branch=1>

Tuotekehitys ja teemat. N.d. Business Finland. Viitattu 23.10.2020. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/tuotekehitys-ja-teemat-lyhyesti/>



Vicari, C. 2020. Escape the Planet: Empowering Student Designers to Create a Science-Based Escape Room with Augmented Reality. *International Journal of Designs for Learning*, 11, 2, 80-95. Viitattu 21.10.2020. <https://janet.finna.fi>, Business Source Elite.

What is Real Escape Game? N.d. Real Escape Game www-sivuilla. Viitattu 08.09.2020. <https://realescapesgame.com/whatisreg/>

What Is True Dungeon?. N.d. Artikkele True Dungeon www-sivuilla. Viitattu 24.04.2020 <https://truedungeon.com/what-is-it>

What we offer. N.d. Parapark Budapest. Viitattu 04.05.2020. <https://paraparkbudapest.hu/escape-room-franchise>

沿革. N.d. Aikajana yrityksen historiasta Scrapmagazine www-sivulla. Viitattu 24.04.2020. <https://www.scrapmagazine.com/about/history/>

## Liitteet

Liite 1. Suomenkielisen kyselyn kyselyrunko

### Pakohuoneet ja matkailu

#### 1. Ikäsi?

- Alle 18
- 18–25
- 26–35
- 36–49
- 50+

**2. Asuinpaikkasi?**

- Uusimaa
- Varsinais-Suomi
- Satakunta
- Kanta-Häme
- Pirkanmaa
- Päijät-Häme
- Kymenlaakso
- Etelä-Karjala
- Etelä-Savo
- Pohjois-Savo
- Pohjois-Karjala
- Keski-Suomi
- Etelä-Pohjanmaa
- Pohjanmaa
- Keski-Pohjanmaa
- Pohjois-Pohjanmaa
- Kainuu
- Lappi
- Ahvenanmaa

**3. Montako pakopeliä olet pelannut?**

- 1
- 2–10
- 11–50
- 51–99
- 100+

**4. Monessako Suomen kaupungissa tai kunnassa olet pelannut pakopelejä?**

- Yhdessä
- 2–4:ssä
- 5–9:ssä
- Yli 10:ssä

**5. Montako eri pakopeliyritystä sijaitsee kotipaikkakunnallasi?**

Voit vastata myös arvioimasi "noin" määrän.

- 0–2
- 3–4
- 5–9
- Yli 10
- En osaa sanoa

## 6. Mitä kautta saat ideoita lähteä pelaamaan jotakin tiettyä pakopeliä?

Voit valita 1–3 tärkeintä.

- Verkosta hakukoneella
- Yrityksen oma mainos sosiaalisessa mediassa
- Peliä suositeltiin sosiaalisessa mediassa
- Tuttuni suosittamana
- Tripadvisorista
- Tienvarsimainonnasta
- Sain tutustumistarjouksen tai alekupongin
- Muu

## 7. Tärkeintä pakopelin valinnassa?

Voit valita kaksi sinulle tärkeintä kriteeriä.

- Arviot pelistä
- Peli sijaitsee omalla paikkakunnalla
- Varauksen nopea saaminen
- Pelin teema
- Huoneeseen mahtuvien pelaajien lukumäärä
- Pelin erilaisuus verrattuna aiemmin pelaamiini pakopeleihin
- Huoneelle asetettu vaikeusaste
- Pelin ikäraja
- Pelin hinta
- Muu, mikä?

**8. Kenen / keiden kanssa olet useimmiten pelannut pakopelejä?**

Voit valita kaksi vaihtoehtoa.

- Perheen ja sukulaisten
- Ystävien
- Työpaikkani järjestämä tyhy-päivä tai muu vastaava
- Ryhmän, jossa on mukana myös alle 15-vuotiaita lapsia
- Kumppanin
- Muu

**9. Kuinka kauas olet matkustanut pelaamaan pakopeliä?**

- Olen pelannut vain kotipaikkakunnillani
- 25-50km päähän
- 51-100km päähän
- 101-300km päähän
- yli300km päähän
- Ulkomaille

**10. Oletko matkustanut ”pelkän” pakopelin takia?**

Matkalla on toki voinut olla muutakin aktiviteettia, mutta pakopelin pelaaminen oli ensisijainen syy matkalle lähtöön.

- Kyllä
- En

## 11. Millaisia palveluja käytit matkan aikana?

Voit valita useita vaihtoehtoja

- Juna
- Linja-auto
- Lentokone
- Laiva
- Ravintola
- Kahvila
- Elintarvikekauppa
- Ostoskeskus
- Hotelli tai muu majoitusliike, myös esim. leirintäalue tai lomakylä. (Voit tarkentaa vastauskenttään, montako yötä keskimääräisesti vietit matkalla)
- Kulttuuripalvelut
- Urheilupalvelut
- Muu matkailualan palvelu, mikä?
- En käyttänyt muita palveluja, pelasin vain pakopelin

**12. Mikä sai sinut matkustamaan muualle pelaamaan?**

Voit valita 2 vaihtoehtoa.

- Luin paikasta hyviä arvosteluja
- Tuttuni suositteli paikkaa
- Pakopelin idea oli niin erilainen, että halusin päästä pelaamaan sen
- Sain pelikerran lahjaksi
- Työpaikkani järjestämä matka
- "Benchmarkkausta" (vertailukehittämistä) omaa pakohuoneyritystäni varten
- Muu, mikä?



## Liite 2. Englanninkielisen kyselyn kyselyrunko

### Escape games and travelling

#### 1. Age

- Under 18
- 18-25
- 26-35
- 36-49
- 50+

#### 2. Where are you from?

- Asia
- Africa
- Europe
- North America
- South America
- Australia-Oceania

**3. How many escape games have you played?**

- 1
- 2-10
- 11-50
- 51-99
- 100+

**4. How many different escape game companies are located in your area?**

(Estimation)

- 0-4
- 5-9
- 10-14
- 15+
- I don't know

**5. Has an escape game / games ever influenced the destination of your trip?**

- Yes
- No

**6. How far have you travelled for an escape game / games?**

(1km is equivalent to 0.62 miles / 200km ~ 124.27 miles)

- I have not travelled for an escape game
- 25-50km
- 51-100km
- 101-400km
- 401-800km
- Over 800km

**7. Have you played escape games abroad?**

- Yes
- No

**8. If you have, in how many countries?**

- 1
- 2-4
- 5-9
- 10+

**9. Have you travelled to another city or country just for an escape game / games?**

Yes

No

**10 If you have, how many times?**

1

2-4

5-9

10+ (If you want to, you can specify here →)

**11. What services did you use on your trip?**

- Restaurant
- Café
- Train
- A bus
- A plane
- Gas-station
- Paid accomodation
- Grocery store
- Shopping mall
- Cultural services (theater/museum etc.)
- Sport services
- Other? (Tourism and travel services)
- I had no need for additional services

**12. What got you to travel for an escape game / games?**

- I read good reviews
- It was recommended to me
- Something about the game was so different that I wanted to experience it
- My workplace arranged it
- I got it as a gift
- Benchmarking for my own escape room company
- Something else, what?
- Several good escape games in one area