



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Taloussosiologia	Päivämäärä	4.3.2008
Tekijä(t)	Maria Halme	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	125
Otsikko	Joulurauhaa maailman turuilla ja toreilla? Turku Suomen Joulukaupunki -hankkeen vaikutusten muutokset erityisesti matkailun kannalta vuosien 2004 ja 2007 välisenä aikana Turun keskustan yrittäjien näkökulmasta		
Ohjaaja(t)	VTT Timo Toivonen ja KTT Leena Haanpää		

Tiivistelmä

Matkailun kausiluonteisuus on enenevässä määrin muodostunut ongelmaksi useissa matkakohteissa. Temporaalinen epätasapaino etenkin matkailijoiden määrässä aiheuttaa ympäristöllisten ongelmien lisäksi myös taloudellisia ja sosiaalisia ongelmia. Kausiluonteisuuden pienentämiseksi on kehitetty monenlaisia keinoja – kaupunki-imagoa kehittämällä on mahdollista houkutella matkailijoita myös sesongin ulkopuolisena aikana. Jotta matkailu olisi myös kohteen elinkeinoelämän kannalta kannattavaa, tulee matkailun luoda kohteessa myös taloudellista kestävyyttä niin työllisyyden kuin matkailutulon avulla. Tavoitteiden saavuttamiseksi on erityisen tärkeää, että kohteen eri toimijat pystyvät toimimaan yhteistyössä ja unohtamaan keskinäisen kilpailun.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miten Turku Suomen Joulukaupunki -hankkeen vaikutukset ovat muuttuneet Turun keskustan yrittäjien näkökulmasta vuosien 2004 ja 2007 välillä. Tutkimuskysymys on jaettu neljään osakysymykseen, jotka liittyvät hankkeen osuuteen keskustan ja matkailun kehittämisessä sekä taloudellisten hyötyjen ja yhteistyön hyötyjen parantamisessa. Kysymyksiin pyrittiin vastaamaan 200 keskustan vähittäiskauppiaille sekä hotelli- ja ravintola-alan yrittäjille suunnatulla kyselyllä sekä viidelle kauppiasyhdistyksen edustajalle suunnatulla teemahaastattelulla. Aineisto kerättiin samalla tavalla vuosina 2004 ja 2007.

Tutkimuksen mukaan yrittäjien suhtautuminen hankkeeseen on muuttunut osittain positiivisemmaksi ja osittain pysynyt ennallaan. Tutkimuksesta kävi ilmi, että yhteistyö koetaan tärkeämmäksi vuonna 2007 kuin vuonna 2004. Myös hankkeen toimenpiteistä koetaan olevan hieman enemmän taloudellista hyötyä kuin ennen. Etenkin Turun Yliopistonkatu ry:n jäsenyrityksien sekä 5–9 henkilön yritysten suhtautuminen hanketta kohtaan muuttui tutkimusvuosien välillä positiivisemmaksi. Tutkimuksen perusteella voidaan ehdottaa, että Turku Suomen Joulukaupunki -hanke ja yrittäjät tiivistäisivät yhteistyötä entisestään, jotta tyytyväisyys keskustan yrittäjien piirissä hanketta kohtaan paranisi.

Asiasanat	matkailu, kausiluonteisuus, kaupunki, imago, mielikuva, taloudellinen kestävyys, yhteistyö
Muita tietoja	