

Kundundersökning för Ekenäs naturum 2018

Enkätinsamling 1.7-5.8 2018

Jenny Sandberg

Examensarbete för Novia (YH)-examen

Miljöplanerare

Ekenäs 2019



EXAMENSARBETE

Författare: Jenny Sandberg

Utbildning och ort: Miljöplanerare, Ekenäs

Handledare: Andreas Lindén

Titel: Kundundersökning för Ekenäs naturum 2018

Datum 28.5.2019

Sidantal 44

Bilagor 1

Abstrakt

Arbetet är en kundundersökning för Ekenäs naturum där materialet är insamlat från 1.7–5.8 2018 och resultatet sammanställt år 2019. Det är en enkät på fyra sidor med frågor anpassade till Ekenäs naturum. Enkäten ger en bild av hurdana besökarna är, gruppdynamik och vad som förväntas av verksamheten. Totalt samlades 142 svar in och alla togs till behandling.

Syftet med att göra en kundundersökning är att få reda hur kunderna upplever verksamheten för att sedan kunna ta till åtgärder baserat på resultaten. Fokuset ligger på besökarens belåtenhet, intryck och respons gällande beröm samt förbättringsförslag.

Jag ställde även några hypoteser innan jag började arbeta med rapporten. De kommer jag också gå igenom för att se huruvida de stämde överens med resultaten. Mina hypoteser tangerar basutställningen och en eventuell uppdatering av den på kundernas begäran. Jag tror även att frågor i enkäten gällande tjänster för barn kommer få berömliga vitsord och att besökargrupperna främst kommer bestå av 2–5 personer samt familjer. Min sista hypotes är att besökarna hittat fram till Ekenäs naturum av en slump eller fått höra om stället ryktesvägen.

Genomförandet gick ut på att samla in enkäter för att sedan manuellt mata in materialet i Forststyrelsens dataprogram Asta. I denna rapport har jag sedan sammanställt svaren, gjort några jämförelser med kundundersökningen från år 2012 samt funderat ut olika förbättringsförslag för Ekenäs naturums verksamhet baserat på respondenternas respons.

Slutligen kan jag konstatera att besökarna är nöjda med Ekenäs naturum på flera plan. Tjänsterna för barn, god kundservice och funktionell utställning tillsammans med en interaktiv miljö är något som lockar besökare och för många har Ekenäs naturum blivit ett årligt utflyktsmål.

Språk: Svenska

Nyckelord: kundundersökning, Ekenäs naturum

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Jenny Sandberg

Koulutus ja paikkakunta: Ympäristösuunnitelmaja, Tammisaari

Ohjaaja: Andreas Lindén

Nimike: Asiakaskysely Tammisaaren luontokeskukselle 2018

Päivämäärä 28.4.2019

Sivumäärä 44

Liitteet 1

Tiivistelmä

Työ on asiakaskysely Tammisaaren luontokeskukselle, jossa tiedot on kerätty aikavälillä 1.7–5.8.2018 ja tulos on koottu vuonna 2019. Kyseessä on neljän sivuinen lomake, jossa kysymykset ovat sopeutetut Tammisaaren luontokeskuksen tarpeita varten. Lomake antaa kuvan siitä minkälaisia kävijät ovat, ryhmien kokoonpanot ja heidän odotuksensa toiminnasta. Kaiken kaikkiaan vastauksia kerättiin 142 kappaletta ja kaikki käsiteltiin.

Kyselyn tarkoituksena on kerätä palautetta siitä, miten asiakkaat kokevat toiminnan, jotta palvelua voitaisiin muuttaa tämän parannusehdotuksiin. Katse on kohdattu asiakkaiden tyytyväisyyteen, vaikutelmaan ja positiiviseen palautteeseen sekä parannus ehdotuksiin. Asetin itse myös muutaman hypoteesin ennen raportin aloitusta jotka myös käyn läpi, jotta näen miten hyvin ne pitävät paikkansa tuloksiin nähden.

Hypoteesit koskevat pysyvää näyttelyä ja sen mahdollista päivittämistä asiakkaiden toiveiden mukaisesti.

Uskon myös, että kysely, joka koskee palveluita lapsille saa hyvää arvostelun ja että kävijäryhmät lähinnä koostuvat 2–5 henkilöstä sekä perheistä. Uskon, että kävijät ovat löytäneet Tammisaaren luontokeskukseen sattumalta tai ovat kuulleet siitä huhuja.

Käytännön työ koostui kyselyiden keräämisestä ja tulosten täyttämistä Metsähallituksen tietokoneohjelmaan Asta. Tässä raportissa olen yhdistänyt vastaukset, tehnyt muutaman vertailun aikaisempaan tutkimukseen vuodelta 2012 sekä miettinyt eri parannusvaihtoehtoja luontokeskuksen toimintaa ajatellen palautteen perusteella.

Lopuksi voin päätellä, että kävijät ovat tyytyväisiä Tammisaaren luontokeskukseen monelta osin.

Lasten palvelut, hyvä asiakaspalvelu ja toimiva näyttely sekä interaktiivinen ympäristö

ovat asioita, jotka houkuttelevat kävijöitä. Monelle Tammisaaren luontokeskuksesta on tullut vuosittainen retkikohde.

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: asiakaskysely, Tammisaaren luontokeskus.

BACHELOR'S THESIS

Author: Jenny Sandberg

Degree Programme: Environmentalplanning, Ekenäs

Supervisor(s): Andreas Lindén

Title: Customer Survey for Ekenäs Nature Center 2018

Date 28.4.2019

Number of pages 44

Appendices 1

Abstract

The thesis is a customer survey for Ekenäs Nature Center where the material is collected between 1.7 and 5.8 2018 and the results compiled in 2019. It is a survey of four pages with questions adapted to the nature center. The survey gives a picture of what kind of visitors visit, group dynamics and what is expected of the business. In total, 142 responses were collected, and all were included in the thesis.

The purpose of conducting a customer survey is to find out how customers experience the business and then be able to take measures based on the results. The focus is on the visitor's satisfaction, impressions and feedback regarding positive feedback and suggestions for improvement.

I also asked a few hypotheses before I started working on the report. I will also go through them to see whether they matched the results. My hypotheses are in relation to the basic exhibition and a possible to update at the customer's request. I also believe that questions in the questionnaire regarding services for children will receive commendable grades and that the visitor groups will consist mainly of 2–5 people and families. My last hypothesis is that the visitors have found their way to Ekenäs Nature Center by chance or have been told about the location of the word of mouth.

The implementation was to collect questionnaires and then manually input the material into the Metsähallitus computer program Asta. In this report, I have then compiled the answers, made some comparisons with the customer survey from the year 2012, and considered various suggestions for improvement for Ekenäs Nature Center activities based on respondent feedback.

Finally, I can state that visitors are satisfied with the nature center on several levels. The services for children, good customer service and functional exhibition together with an interactive environment is something that attracts visitors and for many, Ekenäs nature center has become an annual excursion.

Language: Swedish

Key words: Customer survey, Ekenäs Nature Center

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
2	Material och metoder	5
3	Resultat	7
3.1	Kundstruktur	7
3.1.1	Kundernas basuppgifter	7
3.1.2	Besökargrupper	10
3.2	Besöket på Ekenäs naturum.....	11
3.2.1	Betydelsen av resmålet	11
3.2.2	Besökarnas natur- och friluftshobbyer	12
3.2.3	Besöken fördelade i området.....	15
3.2.4	Längden på besöket samt återkommande besök.....	17
3.2.5	Ankomst till Ekenäs naturum	17
3.3	Kundernas belåtenhet	20
3.3.1	Kundernas respons angående service och Ekenäs naturum	20
3.3.2	Index över kundernas belåtenhet	23
3.4	Frågor med valbarhet.....	24
3.4.1	Information om områden under besöket till Ekenäs naturum.....	24
3.4.2	Något som fastnade i minnet hos respondenterna under besöket	25
3.5	Fritt formulerade kommentarer.....	26
4	Diskussion.....	28
5	Sammanfattning.....	39
5.1	Jämförelse med kundundersökningen från år 2012.....	40
5.2	Förbättringar	42
6	Mina hypoteser.....	43
6.1	Klagomål angående en uppdatering av basutställningen.....	43
6.2	Tjänster för barn kommer få beröm och få höga vitsord.....	43
6.3	Vanligaste gruppen kommer bestå av den egna familjen samt ett resesällskap på 2–5 personer	44
6.4	Kunderna fått information om Ekenäs naturum ryktesvägen.....	44
7	Källor.....	46

Bilaga 1. Den svenska versionen för kundundersökningen

1 Inledning

Det har forskats mycket runt naturens positiva effekter hos oss människor. Det finns tydliga bevis på förbättring av fysiologiska men även psykiska aspekter hos individer som får röra sig ute i naturen. Så stor andel som 95% av Finlands befolkning har ansett att naturen spelar en viktig roll för dem och har betydelse. (Grahn, 2012, s. 209–211; Sitra, 2013, s. 9; Ottosson och Grahn, 2005, s. 26). I USA har det forskats inom detta ämne där det framkommer från studierna att det är lika viktigt för invånarna där att ha en koppling till naturen som för finländare (Kaplan och Kaplan, u.å., s. 1). Idag bor många i urbana miljöer och det är ofta på grund av arbete man tar sig in till större städer. Städerna bidrar ofta med mera ljud, befolkning och mindre plats för grönområden än ute på landsbygden. För många är det viktigt att få uppleva tysthet och vara i naturen vilket är orsaken till att grön hälsa idag är så populär och något man satsar på och orsaken till den stora mängd forskning som finns idag och vetenskapen om dess positiva hälsoaspekter. (Grahn, 2012, s. 209–211; Sitra, 2013, s. 10; Ottosson och Grahn, 2005, s. 26).

Redan efter fem minuters vistelse i grönområden kan man märka att humöret har blivit bättre, efter 15–20 minuter kan blodtrycket sänkas och man känner en starkare livskraft och det allmänna välbefinnande hos individer som vistas i naturen några gånger per månad har förbättrats. Det vill säga att man inte behöver tillägna massor av tid i naturen utan även kortare besök kan löna sig. (Forststyrelsen, 2019).

Även umgänge med djur har visat sig ha positiva effekter. Djuren ställer inga krav på en som person och man känner sig ofta mindre stressad i deras närvaro. Speciellt för äldre personer som känner sig ensamma kan djur vara väldigt betydelsefulla i form av sällskap men också ge personen en känsla av mening och någonting att ta hand om. Djuren kan också användas som terapi för personer med svårigheter i sociala sammanhang eftersom deras respons alltid är uppriktig och ärligt (Sitra, 2013 s. 9).

Man har även börja samarbeta aktörer emellan för en bättre psykisk hälsa hos befolkningen. Det är olika instanser i samhället som försöker preventivt arbeta för befolkningens välmående vilket i längden ger goda resultat då det kommer till mindre sjukskrivningar som ofta utgör stora kostnader för företag. Personal som mår bra gör även ett effektivare arbete som i sin tur gynnar arbetsplatsen. (Vetenskap & hälsa, 2013; Naturvårdsverket 2006, s. 11–

12). Grönområden i städer är också viktiga eftersom dessa kan utnyttjas för både bland annat rekreation och motion. (Malmö stadsbyggnadskontor, 2010, s. 14). Goda resultat som snabbare återhämnning och trivsamt på till exempel sjukhus eller andra instanser har påvisats där man kan känna närhet till naturen. Det kan vara fråga om växter, öppna landskap eller skog genom fönster samt tavlor med liknande motiv. (Vetenskap & hälsa, 2013; Naturvårdsverket 2006 s.11–12).

Skogen är också en pedagogisk plats som kan återskapa gamla minnen, uppmuntra till kreativitet och skapande. Det har grundats daghem där man satsar mycket på utomhusvistelse för barnen. Skogen gynnar motoriken, viljan att röra på sig och man får använda alla sina sinnen. Man lär sig uppskatta och värna om naturen vilket man bär vidare med sig till vuxenlivet och möjligen hittar tillbaka till dessa lugnande miljöer då man känner att det behövs (Skogsstyrelsen, 2001, s. 9–11; Sjöstrand Öhrfält 2015, s.68–69; Grahn, et.al., 1997, s. 8)

Fritidsaktiviteter utomhus är redan något som många av utövar som hobbyer och är lätt att spinna vidare på. Trädgårdsarbete, djurhobbyer och att motionera utomhus är några av dem och hör också till några av de populära gröna terapierna. Lägre stressnivå och sänkt blodtryck är exempel på olika positiva sidor naturen kan föra med sig, men man har även märkt att utbrända personer kan hitta tillbaka till vardagen efter grön rehabilitering. Studier har också påvisat att personer med minskad eller utebliven koppling till naturen kan resultera i försämrad hälsa och att återhämningsprocessen i fall som till exempel utmattning kan fördröjas (Thord & Ainalen, 2014 s.9–11; Hultman, 2015 s.7, 9; Valchanov, Barton och Ellard, 2010, s. 504)

Vill man ta del av den finska naturen kan man till exempel göra det genom att besöka en av våra nationalparker. De erbjuder oss möjlighet till vistelse av olika former och man kan hitta sitt eget sätt att njuta av naturen. Finland besitter 40 nationalparker som utgör stora naturskyddsområden där arealen minst skall vara 1000 hektar. (Miljöministeriet, 2013).

Tanken med nationalparkerna är att naturens mångfald skall tryggas samtidigt som människor skall få ta del av den. På dessa områden är det möjligt att vandra längsmed de färdigt utsatta lederna, övernatta samt använda för ändamålet utsatta eldstäder. De sköts och upprätthålls av Forststyrelsen som är en statlig organisation. På hemsidan utinaturen.fi hittar man information om alla våra nationalparker och andra aktuella händelser (Forststyrelsen, 2019).

Den första nationalparken grundades år 1938 och den nyaste år 2017. Den totala besökarmängden i alla Finlands nationalparker var 3 167 800 personer år 2018. Ekenäs skärgårds nationalpark hade 52 300 besökare. Ekenäs nationalpark i Raseborg (Finland) grundades år 1989 och har en omfattning på 52 km² (Forststyrelsen, 2019). Nationalparken i Ekenäs skärgård är ett lämpligt sommarreseemål till exempel om man rör sig med båt eller kajak och erbjuder fina landskap både i form av öppet hav men också inre skärgård. Omtyckta hamnar som erbjuder service är bland annat Jussarö som har en intressant historia bakom sig. Där finns bland annat ett gammalt gruvsamhälle och även Rödjan är ett populärt mål med en naturstig och stuga. Det går också bra att ta i land i någon av de många naturhamnarna (Forststyrelsen, 2019).

Planerar man att ta sig ut i en nationalpark kan en bra början vara att besöka ett naturum. De fungerar som informationspunkter till nationalparkerna med hjälp av sin utställning, kartor och rådgivning. De erbjuder också andra tjänster som guidade turer, café eller liknande lite beroende på naturrummet.

Denna rapport behandlar Ekenäs naturum som befinner sig i centrum av Ekenäs, nära gästhamnen. Huset är från 1840-talet och fungerat som bland annat saltmagasin och diskotek innan det sedan restaurerades och Forststyrelsen öppnade naturum i byggnaden år 1995, det vill säga sex år efter grundandet av nationalparken. Ekenäs naturum är öppet enligt behov under vinterhalvåret men har öppet på heltid under sommarsäsongen och erbjuder tjänster som rådgivning, guidningar, försäljning av fiskelov samt upprätthåller en butik med olika produkter.

Utställningen ”Skärgårdens skiftningar” som fokuserar på förändringar som skett i skärgården under de senaste 100 åren blev förnyad år 2012. Den är omtyckt av såväl barn som vuxna. Utställningen består av två våningar. I nedre våningen kan barnen leka att de fiskar, man kan lyssna på undervattensljud, besöka en fiskestuga från förr, titta på skräp från havsbotten och se hur skärgården förändrats genom åren. Den övre våningen har en växlande utställning där man kan titta på konstverk eller fotografier av lokala konstnärer. Där finns också ett litet bibliotek och spelhörna. Vidare har naturum ett utrymme ägnat för att titta på olika filmer, där den populäraste är olika årstider ifrån nationalparken (Forststyrelsen, 2019).

Rapporten är en sammanställning baserad av ett frågeformulär som besökare kunde fylla i. Insamlingen av enkäterna skedde under perioden 1.7–5.8 2018 och målet var att få in minst 140 svar. Den sammanlagda svars mängden blev 142 stycken. Under hela år 2018 var

besökarstatistiken på Ekenäs naturum 15 080 och under tiden då enkäten samlades in var det 7461. Den siffran beror på den stora mängden sommargäster.

Syftet med kundundersökningen och arbetet är att få en insikt i hur besökarna upplever vistelsen på Ekenäs naturum. De olika frågorna bidrar till kunskap om vilka typer av besökare som kommer, vad som uppskattas mer och mindre, samt hur de fått information om verksamheten. Detta är värdefull information för organisationen för att kunna överväga att göra vissa ändringar eller planera verksamheten enligt kundernas behov. Jag kommer också att använda informationen för att avlägga mitt slutliga examensarbete i miljöplanering.

Det har tidigare gjorts likadana undersökningar på Ekenäs naturum där den senaste gjordes år 2012 och den första år 2004. Samma år som den senaste undersökningen förnyades utställningen vilket betyder att det gått sex år mellan dem (Nyström och Kempe, 2012).

Eftersom det gått några år sedan förnyelsen kommer intressant fakta bland annat vara ifall någon av besökarna nämnt om en eventuell uppdatering av utställningen. Det är en av mina hypoteser för arbetet vilka jag i slutet av rapporten kommer behandla närmare. Hypoteserna för denna undersökning är;

- Jag tror att det kommer respons över att det borde göras en uppdatering av basutställningen. Det tror jag eftersom utställningen börjar ha några år på nacken och de återkommande besökarna kan eventuellt tycka att de inte får några nya intryck eller upplevelser.
- Tjänster för barn kommer få berömliga vitsord. Den hypotesen baserar sig med tanke på själva utställningen samt utbudet av filmer. Utställningen är gjord för personer i alla åldrar men fokuserar mycket på barn. Den erbjuder en interaktiv miljö där barnen lär sig genom leken samt kan man se filmer om naturen som är gjorda för barn både på finska och svenska.
- Jag tror att de flesta besöken gäller grupper på 2–5 personer samt familjer. Det tror jag eftersom många av naturrums besökare är sommargäster och många semesterar med den egna familjen.
- Jag väntar mig att besökarna har hört talas om Ekenäs naturum ryktesvägen, eller hittat fram av en slump. Även fast naturum idag finns på olika medier kommer denna hypotes ändå vara något jag tror på. Besökare hittar ofta fram genom att de fått höra om platsen av bekanta eller slumpmässigt fått syn på naturum när de rört sig i området.



Figur 1. Karta över vart Ekenäs naturum är beläget.

2 Material och metoder

Kundundersökningen förverkligades med hjälp av ett standardiserat botten för Forststyrelsens alla naturum. Formuläret är taget från programmet ASTA och frågorna är korrigerade för att passa in på Ekenäs naturum, men möjliggör ändå en jämförelse med de andra naturrummen då några av frågorna är exakt de samma. Strukturen på formuläret är uppbyggt på fyra sidor och innehåller 19 olika frågor. Deskriptiva statistiska metoder som användes för att beskriva resultaten i tabellerna som medeltal (ett genomsnittligt mått av valda värden), standardavvikelse (mått på mängden variation), median (mittvärde som delar materialet i två lika stora delar), samt kvartiler (25 och 75 percentilerna).

Formulären fanns tillgängliga på tre språk: svenska, finska och engelska. Frågorna fokuserade bland annat på hur besökarna upplevde Ekenäs naturum, hur de hittat fram och hurudana sällskap som hör till naturrums besökare. De färdigt ifyllda frågeformulären lades sedan manuellt in i Forststyrelsens databas ASTA för kundstatistik och informationen matades ut som tabeller. Rapporten och analysen gjordes som ett examensarbete för Yrkehögskolan Novia i samarbete med Forststyrelsen och Ekenäs naturum.

Tiden för insamling av material skedde 1.7.2018–5.8.2018 eftersom jag avgjorde att det är mest folk då det är högsäsong samt semestertider. Målet var att få in minst 140 svarsenkäter

under den utsatta perioden för insamling. Sammanlagt fick vi in 142 svar vilket är ett passligt antal för att kunna producera resultat med en bredare bild och förhoppningsvis flera olika synpunkter kommer fram. Den föregående kundenkäten som gjordes år 2012 för Ekenäs naturum hade 144 svar vilket gör dem jämförbara på den punkten.

Det användes två olika metoder för insamling. Den mest effektiva metoden var utdelning av frågeformuläret i direktkontakt med kunderna, antingen så de själva fyllde i eller med hjälp av någon i personalen. Den andra metoden var frågeformulär framsatta på bryggan i utställningens främre del. Där fanns de på alla språk samt en informationslapp om formulären och vart de skulle återlämnas. Valet av metod två var då personalen inte hade tid att dela ut blanketter eller för de kunder som på eget initiativ fyllde i medan till exempel barnen lekte. Moroten då man hade fyllt i ett formulär var att man kunde delta i utlottning av priser som lottades ut i september efter att kundundersökningen var över.

Målet för antalet ifyllda undersökningar var runt 140 eftersom det är liknande antal man använt sig av i den senaste kundundersökningen för Ekenäs naturum år 2012. Det antalet anser jag utgöra en bra grund för pålitliga resultat. Denna enkät riktade sig främst till tonåringar och personer uppåt i åldersklasserna. Den avgränsningen baserar sig på att få in så relevanta svar som möjligt och att personen som fyller i formuläret är skrivkundig. Vid behov hjälpte personalen med att fylla i enkäten eller förklara vissa frågors betydelse.

Basuppgifter om besökarna som svarade på enkäten är intressant information eftersom man kan kartlägga hurdana personer som är kunder på Ekenäs naturum. Det framkommer bland annat åldersgrupper, utbildning, språk och hemort i det första kapitlet. Andra övriga frågepunkter kommer också ge en bredare bild av de personer som besöker Ekenäs naturum. Det kommer även behandla frågor som besökarnas hobbyer i naturen, upplevelser i Ekenäs naturum och hur det fått information om verksamheten.

Resultatet av dessa frågor blir heltäckande när det kommer till besökarklientelet och man kan göra en sammanfattning som står som en bra grund inför eventuella andra undersökningar eller stöd vid förbättringar.

Flera faktorer spelade nog sin roll i hur mycket tid som kunderna hade att fylla i enkäten. Var det sämre väder eller rörde man sig i mindre grupper hade man oftast mera tid och det var lättare att få kontakt med kunderna för att kunna erbjuda dem enkäten.

Överlag anser jag att insamlingen löpte bra. Jag är också nöjd över antalet olika kommuner och land som besökarna kom ifrån. Det kan ge ett bredare perspektiv till resultaten, vilket

kan gynna hur man i fortsättningen skall gå tillväga för att hålla kunderna belåtna och verksamheten skall vara givande för alla.

Jag kommer gå noggrannare igenom varje fråga och analysera dem för att få en bättre förståelse i diskussionen. Några av frågorna som konkret berör kund belåtenheten kommer jag i kapitel 5 jämföra med föregående undersökning från år 2012.

3 Resultat

3.1 Kundstruktur

3.1.1 Kundernas basuppgifter

Tabell 1. Det inlämnade frågeformulärets språk.

Formulärets språk	St	%
Okänt	3	2
Engelska	11	8
Svenska	45	32
Finska	83	58
Totalt	142	100

Tabell 2. Respondenternas åldersfördelning baserat på könsindelning.

Ålder	Män		Kvinnor		Alla	
	St	%	St	%	St	%
0-14	1	2	3	3	4	3
15-24	6	13	6	7	12	9
25-34	9	20	16	18	27	20
35-44	6	13	15	17	22	16
45-54	12	26	16	18	28	21
55-64	6	13	14	16	20	15
65-	6	13	17	20	23	17
Totalt	46	100	87	100	136	100

Tabell 3. Respondenternas lägsta och högsta ålder samt medelålder enligt kön.

Ålder	Män	Kvinnor	Allt
Medelålder	44,17	46,05	45,40
Ålderns standardavvikelse	16,31	16,47	16,38
Min. ålder	13	11	11
Max. ålder	79	76	79
Medelvärde	33	34	33
Median	45	46	46

Tabell 4. Respondenternas yrkesinriktade utbildning.

Utbildning	St	%
Yrkesskola	19	14
Högskola	26	19
Lägre universitetsexamen	36	26
Högre universitetsexamen	49	36
Ingen yrkesinriktad utbildning	7	5
Totalt	137	100

Tabell 5. Respondenternas yrkesinriktade utbildning baserat på könsfördelning.

Utbildning	Män		Kvinnor		Alla	
	St	%	St	%	St	%
Yrkesskola	10	21	9	11	19	14
Högskola	8	17	18	21	26	19
Lägre universitetsexamen	14	29	21	25	36	26
Högre universitetsexamen	12	25	34	40	49	36
Ingen yrkesinriktad utbildning	4	8	3	4	7	5
Totalt	48	100	85	100	137	100

Tabell 6. Hemorter i Finland

Hemort i Finland	St	%
Helsingfors	30	25
Raseborg	25	21
Esbo	9	8
Vanda	8	7
Ingå	7	6
Åbo	6	5
Kyrkslätt	4	3
Vichtis	3	3
Salo	3	3
Lundo	2	2
Hyvinge	2	2
Forssa	2	2
S:t Karins	2	2
Högfors	1	1
Keminmaa	1	1
Kervo	1	1
Hausjärvi	1	1
Loppis	1	1
Lojo	1	1
Mariehamn	1	1
S:t Märrens	1	1
Borgå	1	1
Kuopio	1	1
Janakkala	1	1
Siilinjärvi	1	1
Somero	1	1
Tammerfors	1	1
Ackas	1	1
Vasa	1	1
Totalt	119	100

Tabell 7. Respondenternas hemland.

Hemland	St	%
Finland	128	90
USA	5	4
Tyskland	2	1
Norge	2	1
Sverige	2	1
Schweiz	2	1
Italien	1	1
Totalt	142	100

3.1.2 Besökargrupper

Tabell 8. Respondenternas gruppstorlek vid besöket i Ekenäs naturum.

Gruppens storlek	St	%
Ensam	12	9
2-5 personers grupp	113	81
6 eller flera personer	14	10
Totalt	139	100

Tabell 9. Statistiska mått för sällskap på personer i Ekenäs naturum.

Besökare	n	Medel- tal	Standard- avvikelse	Percentil				
				Min	25%	Med	75%	Max
Gruppens totala storlek	127	3,7	2,00	2	2	4	4	12
Under 15 åringar	64	2,1	1,34	1	1	2	2	8
Rörelsehindrade	1	20,0	0,00	20	20	20	20	20
Födelseår för personer under 15 år	122	2 011,2	3,82	2 003	2 008	2 012	2 014	2 017

Tabell 10. Gruppens sammansättning.

Gruppen bestod av	St	%
Den egna familjen	99	77
Andra släktingar	6	5
Vänner	21	16
Klubbar, föreningar	1	1
Något annat, vad?	2	2
Totalt	129	100

3.2 Besöket på Ekenäs naturum

3.2.1 Betydelsen av resmålet

Tabell 11. Ekenäs naturum som resmål.

Är Ekenäs naturum under denna resa...	St	%
Det enda eller viktigaste målet för resan?	13	9
Ett av de planerade målen för resan?	55	40
Ett på förhand oplanerat mål under resan?	69	50

Totalt	137	100
---------------	------------	------------

3.2.2 Besökarnas natur- och friluftshobbyer

Tabell 12. Besökarnas aktiviteter baserat på könsindelning.

Aktivitet	Män		Kvinnor		Alla	
	St	%	St	%	St	%
1 Promenad	20	62	41	68	62	66
2 Stavgång	0	0	1	2	1	1
3 Jogging	4	12	6	10	10	11
4 Friluftsliv	15	47	21	35	37	39
5 Naturobservation	14	44	21	35	36	38
6 Utflykt med matsäck	8	25	17	28	25	27
7 Cykling	5	16	8	13	13	14
8 Fiske	2	6	5	8	7	7
9 Fågelskådning	6	19	8	13	15	16
10 Bärplockning	5	16	13	22	19	20
11 Svampplockning	3	9	9	15	13	14
12 Blomstervandringar	3	9	5	8	9	10
13 Besök som ansluter till undervisning	0	0	1	2	1	1
15 Naturfotografering	4	12	9	15	14	15
18 Promenad med hunden	3	9	7	12	10	11
20 Tältning	1	3	9	15	10	11
56 Njutande av naturen	18	56	32	53	51	54
60 Simning	10	31	32	53	43	46
62 Solbad	7	22	16	27	24	26
63 Båtliv	12	38	14	23	27	29
64 Paddling	2	6	4	7	6	6

83 Bekanta sig med naturstig	13	41	25	42	39	41
88 Bekanta sig med kulturarv	6	19	13	22	20	21
105 Café- eller kioskbesök	17	53	23	38	41	44
111 Stugliv	5	16	13	22	19	20
999 Annat, vad?	1	3	2	3	3	3
Totalt	32		60		94	

Tabell 13. Antalet aktiviteter fördelat på besökare.

Antalet aktiviteter	Män		Kvinnor		Alla	
	St	%	St	%	St	%
1-3 aktiviteter	9	28	23	38	32	34
4-6 aktiviteter	13	41	18	30	32	34
7-9 aktiviteter eller mera	4	12	8	13	12	13
10 aktiviteter eller mera	6	19	11	18	18	19
Totalt	32	100	60	100	94	100

Tabell 14. Viktigaste aktiviteten under besöket enligt respondenterna.

Viktigaste aktiviteten	Män		Kvinnor		Alla	
	St	%	St	%	St	%
Njutande av naturen	6	26	13	32	20	31
Simning	2	9	4	10	6	9
Promenad	3	13	2	5	5	8
Båtliv	1	4	4	10	5	8
Stugliv	2	9	3	8	5	8
Bekanta sig med kulturarv	1	4	3	8	4	6
Friluftsliv			3	8	3	5
Naturobervation	1	4	2	5	3	5
Café- eller kioskbesök	1	4	2	5	3	5
Cykling	2	9			2	3
Annat, vad?	1	4	1	2	2	3
Utflykt med matsäck			1	2	1	2
Fågelskådning	1	4			1	2
Svampplockning	1	4			1	2
Naturfotografering	1	4			1	2
Tältning			1	2	1	2
Bekanta sig med naturstig			1	2	1	2
Totalt	23	100	40	100	64	100

3.2.3 Besöken fördelade i området

Tabell 15a. Huvudmål för respondenterna under sin resa då det inte var Ekenäs naturum.

Besökets mål	St	%
Något annat ställe, var?	33	24
Ekenäs skärgårds nationalpark	21	16
Annat ställe i skärgården	17	13
Hagen-Ramsholmen	16	12
Västerby friluftsområde	3	2
Ekenäs stad	99	73
Ekenäs gamla stad	96	71
Ekenäs museum	18	13
Totala svar	135	

Tabell 15b. Resmål för svarana då de hade svarat annat än de färdigt utsatta alternativen.

Annat resmål	St
Biblioteket	1
Finska kuster	1
Dagmars park, besök hos en vän	1
Fiskars, Billnäs	1
Fåfäng ö	1
Glasskiosk	1
Hangö	8
Karis	1
Butiken	1
Raseborgs slottsruin	5
Raseborgs sommar-teater	2
Restaurang	1
Schildts hus	1
Schjerfbeck's bostadsområde	1
Ekenäs lägerområde	1
Stränder	4
Lekpark	2
Vänner	1
Totalt	33

3.2.4 Längden på besöket samt återkommande besök.

Tabell 16. Längden på besöket i Ekenäs naturum i minuter.

Besökslängden i Ekenäs naturum i minuter	n	Medeltal	Standard-avvikelse	Percentil				
				Min	25%	Med	75%	Max
	142	53,0	43,16	0	30	45	60	365

Tabell 17. Återkommande besöksantal fördelat enligt kön.

Återkommande besökare	Män		Kvinnor		Alla	
	St	%	St	%	St	%
Första gången	26	55	48	61	76	58
Besökt tidigare	21	45	31	39	54	42
Totalt	47		79		130	

3.2.5 Ankomst till Ekenäs naturum

Tabell 18. Ankomstdagen och besökare per dag.

Veckodag	Antal besökare	
	St	%
Måndag	6	4
Tisdag	29	20
Onsdag	12	8
Torsdag	22	15
Fredag	22	15
Lördag	19	13
Söndag	32	23
Totalt	142	100

Tabell 19. Ankomsttid.

Klockslag	Ankomsttid	
	St	%
10:00-11:59	33	24
12:00-13:59	42	31
14:00-15:59	38	28
16:00-17:59	22	16
22:00-7:59		
Totalt	135	100

Tabell 20a. Fordon använda under till Ekenäs naturum.

Fordon	St	%
Personbil	107	76
Buss	3	2
Tåg	9	6
Cykel	9	6
Gående	26	19
Motorbåt	7	5
Segelbåt	8	6
Annat, vad?	11	8
Totalt	140	

Tabell 20b. Det sist använda fordonet fram till ankomsten av Ekenäs naturum.

Sist använda fordonet	St	%
Personbil	30	51
Tåg	4	7
Cykel	5	8
Gåendes	13	22
Segelbåt	6	10
Annat, vad?	1	2
Totalt	59	100

Tabell 21a. Information om Ekenäs naturum.

Informationskälla	St	%
Från ett annat naturum eller kundservicepunkt	8	6
Av bekanta, vänner eller släktingar	45	33
Forststyrelsens www-sidor (www.metsa.fi eller www.utinaturen.fi)	11	8
Från andra webbsidor	10	7
Broschyrer eller guider	11	8
Från närområdets turistbyrå	5	4
Från närområdets företagare	2	1
Platsen är bekant från tidigare	39	28
Skyltar	27	20
Från reklam	2	1
Av en slump	26	19
Från annat håll, vilket?	9	7
Totalt	138	

Tabell 21b. Information om Ekenäs naturum då man svarade från annat håll än färdiga alternativen.

Informationskälla från annat håll	St
Bekant	1
Google Maps	1
Turist böcker	1
Jobbar på Forststyrelsen	1
Min man	1
En på stranden rekommenderade	1
Mitt sällskap	1
Bekant plats	1
Uppvuxen med det	1
Totalt	9

3.3 Kundernas belåtenhet

3.3.1 Kundernas respons angående service och Ekenäs naturum

Tabell 22. Utvärdering av tjänster med skalan 1= mycket dåligt och 5= mycket bra.

Tjänster	Använt		Utvärderat, %					Medel- tal	Inte använt
	samt utvärderat		Mycket dåligt	Dåligt	Medelmåttligt	Bra	Mycket bra		
	n	%						n	
Information om naturen	136	96	0	0	1	40	60	4,6	4
Information om friluftsliv	112	79	0	1	14	47	38	4,2	27
Information om fiske eller jakt	90	63	0	1	18	42	39	4,2	47
Information om vattentrafik	95	67	0	2	25	35	38	4,1	43

Tabell 23. Hur man lyckades prestera på de olika punkterna.

Miljöfaktorer och sevice	Svar		Utvärdering, %					Medel- tal	Standard- avvikelse
	n	%	Mycket dåligt	Dåligt	Medel- måttligt	Bra	Mycket bra		
Tillgången till information om servicen i förväg	132	93	0	3	22	35	40	4,12	0,86
Att hitta fram (t.ex. skyltar)	136	96	0	1	15	32	52	4,35	0,78
Uteområdets funktion och renlighet	138	97	0	0	4	38	57	4,53	0,58
Fungerande och snyggt naturum	141	99	0	0	1	17	82	4,80	0,43
Tillgång till för mig viktig information	138	97	0	0	5	35	60	4,55	0,59
De saluförda produkterna motsvarar mina behov	134	94	1	2	17	34	46	4,22	0,86
Mina förväntningar uppfylldes	137	96	0	0	3	30	67	4,64	0,54
Vi erbjöd dig upplevelser	138	97	0	1	4	26	70	4,64	0,59
Totalt	142								

3.3.2 Index över kundernas belåtenhet

Tabell 24. Medelvärden, delfaktorer och kundbelåtenhetsindex baserat på vitsord.

Förväntningar		Service	
Tillgången till information om servicen i förväg	4,12	Information om naturen	4,59
Att hitta fram (t.ex. skyltar)	4,35	Information om friluftsliv	4,21
Uteområdets funktion och renlighet	4,53	Information om fiske eller jakt	4,19
Fungerade och snyggt Ekenäs naturum	4,80	Information om vattentrafik	4,08
Tillgång till för mig viktig information	4,55	Produkter som säljs i Ekenäs naturum	4,35
De saluförda produkterna motsvarar mina behov	4,22	Kundtjänst som gäller olika tillstånd	4,07
Mina förväntningar uppfylldes	4,64	Personlig kundtjänst	4,75
Vi erbjöd dig upplevelser	4,64	Gruppguidningar	4,12
		Främjande av naturkännedom	4,44
		Kunddator	4,03
		AV-föreställning	4,43
		Tjänster för barn	4,66
		Tjänster för specialgrupper	4,30
		16 WC	4,70
		Handbibliotek	4,46
		Basutställning	4,51
		Växlande utställning	4,22
		Information om nationalparkens service	4,28
		Turistrådgivning	4,28
Medeltal per område	4,49		4,39
Jämförande medeltal	4,49		4,46
Index för kundbelåtenhet per område		4,43	

3.4 Frågor med valbarhet

3.4.1 Information om områden under besöket till Ekenäs naturum

Frågor gällande informationssökning av kunderna inom en radie på 10 kilometer samt inom resterande Finland hade inga färdiga svarsalternativ. Nedan kommer en sammanfattning av bestående av de områdena med flest svar på dessa två frågor.

Tabell 25a. Frågor inom en radie på 10 kilometer.

Ekenäs sevärdheter, restaurangutbud, lekparker

Skärgården

Älgö

Ekenäs gamla stad

Raseborgs slottsruiner

Jussarö

Stränder

Området överlag

Turistbyrå

Jussarö

Kvällstorg

Helene Schjerfbeck

Biblioteket

Det var sammanlagt 75 svar inkomna under denna punkt. De mest populära finns sammanfattade och som redan tidigare konstaterat är det många av de platser som svarana även fyllde att de planerade besöka under sin resa.

Tabell 25b. Frågor inom hela Finland.

Ekologiska gårdar

Borgå, Helsingfors, Nyslott, Willmansstrand, Åland

Nationalparker

Åbo, Saimen, norra Finland

Kulturarv

Hangö, Raseborg, Ingå, öar i närheten

Sammanlagt 13 stycken hade svarat på denna fråga. De flesta är olika städer i Finland men också nationalparker nämnes några gånger.

3.4.2 Något som fastnade i minnet hos respondenterna under besöket

Det fanns två frågor där man kunde själv fylla i vad som fastnade främst i minnet under besöket samt av utställningen.

På den första frågan angående själva besöket kom det in 125 svar. Besökarna beskriver Ekenäs naturum som en välplanerad, snygg och funktionell plats där utrymmena har tagits väl tillvara.

En kommentar lyder; ett hjärtligt ”hus” för alla åldrar. Det är också många som nämnt tjänsterna för barn och specifikt pekat ut vissa aktiviteter där fisket, sälen och vad jag lovar göra för Östersjö väggen kommer upp. Överlag tyckte besökarna också att informationen var tillräcklig och tydlig. Filmerna nämns flera gånger samt huset överlag då diskotek Gnägget varit där tidigare och många gör ett besök därför.

Personalen har fått många positiva kommentarer om bra kundservice, hjälpsamhet och ett gott bemötande. Den växlande utställningen fick också några gånger beröm, det gällde fotografier från Dagmars källan under perioden för enkäten. Inget negativt framkom över huvud taget.

Den andra frågan angående själva utställningen så var det 103 stycken som svarat. Inte här kom det fram något negativt heller. Besökarna räknade upp de olika punkterna i utställningen

där så gott som alla olika stationer blev nämna vilket är ett gott tecken på ett brett utbud och där finns något för alla. Filmerna nämnes flera gånger likaså själva utställningen och upplägget överlag i huset fick beröm.

För att sammanställa dessa frågor kan man konstatera att besökarna tyckte om upplägget, lärde sig nya saker och att få vara interaktiva. De ansåg också att timmarna bara flög iväg under ett besök och det fanns tillräckligt med aktiviteter för alla åldrar.

3.5 Fritt formulerade kommentarer

Till sist på frågeformuläret hade respondenterna möjlighet att själva fylla i något de ville framföra till Ekenäs naturum.

Typ	Fritt formulerade kommentarer
Beröm	Henkilökunnalle kiitos
Beröm	Fin plats att besöka och barnen jag hade med ger ofta just naturum som förslag när jag frågar vad vi skall göra tillsammans
Beröm	Kiitos hienosta luontokeskuksesta, tulemme varmasti uudestaan
Beröm	Mukana olevalle lapsenlapsille 2 viikon purjehdusloman odotetuimpia käyntikohteita, lastenlasten rakkaat ilvekset ovat täältä ja isän susimagneetti
Förbättringsförslag	Könsalternativet borde uppdateras till annat
Beröm	Luontopaikka johon aina ihana ja helppo tulla lasten kanssa
Beröm	Kaikesta huomaa, että luontokeskus on hyvin suosittu ja huolella toteuttu
Beröm	Thank you for supplying us with so much information and new knowledge, we love learning about your country
Beröm	Kiva paikka

Beröm	Paljon kysymyksiä voi olla että porukka innostu vastaamaan siksi, vierailu oli monipuolinen, vastaanotto erittäin positiivinen, erittäin hieno taidenäyttely yläkerassa, erinomainen fosfori esittely
Beröm	Laadukas näyttely ja todella hyvä palvelu
Beröm	Lilla stugan var favorit hos 3-åringen
Beröm	Ylitti odotukset
Beröm	Kiva paikka!
Beröm	Särkiresepti ja kalatietous on hyvä, tärkeää ympäristö-kasvatustyötä!
Klagomål	Jag skulle uppskatta en uppdatering av den permanenta utställningen
Beröm	I have been here many times and I always forget how excellent this place is! Great hands on things and lots of information. That is why we keep coming.
Klagomål	The exhibition would be helpful in English
Beröm	Trygg plats, lugnt ställe, stressfritt, naturens godheter
Beröm	Lapsen 5-v. sanoin "paras ikinä", nautti mahdollisuudesta leikkiä

Dessa kommentarer är inte översatta utan framsatta precis som respondenterna själva skrev dem. Även på valfritt språk. Mycket beröm kom det men också några klagomål och förbättringsförslag. Det är också hälsosamt med sådana kommentarer så man kan göra vissa förbättringar och veta i vilken riktning man skall gå eftersom man inte vill ändra saker som är omtyckta. Saker som språkmöjligheter i utställningen och förnyande av basutställningen framkom. Könsindelningen i frågeformuläret borde också uppdateras.

Generellt sätt mycket berömliga åsikter. Både de negativa och positiva kommentarerna är lika värdefulla för att veta vad som kan förbättras men också vad som gör att besökarna tycker om platsen och vill komma tillbaka.

4 Diskussion

Enkätsvaren fanns tillgängliga på tre språk. Det vill säga finska, svenska och engelska. Finskan dominerade med 83 enkätsvar (58%), svenskan 45 enkätsvar (32%), engelskan 11 enkätsvar (8%) och okänt språk var 3 enkäter (2%). Som väntat var finska svarsenkäterna flest i antal då det kommer många besökare från hela Finland, speciellt under semestertider vilket det var under perioden enkäterna i fråga delades ut. Antalet svenska svar beror mycket på besökare från Raseborgstrakten och speciellt från Ekenäs och andra lokala orter. De som fyllde i de engelska enkäterna hade många gånger andra modersmål än engelska men klarade sig med det alternativet och frågade hjälp ifall det behövdes. Antal svar enligt språk kategoriserades enligt förväntan och överlag är jag nöjd med variationen mellan språken vilket betyder att även åsikter och synpunkter från olika länder kommer med i denna rapport. (Tabell 1).

137 av 142 inkomna svar hade angett sitt kön. Kvinnor som hade svarat på enkäten var 88 (64%) och män som hade svarat var 49 (36%). Antalet kvinnor som svarade blir då 39 (28%) mera än männen. (Tabell 2).

Den åldersgruppen som hade mest svarsenkäter var 45-54 åringar med sammanlagt 28 svar varav 12 svar kom från män och 16 svar från kvinnor. Överlag hade flest kvinnor svarat i åldersgruppen 65 och över med 17 svar respektive män i gruppen 45-54 med 12 svar. Medelåldern totalt mellan både kvinnor och män är 45,40 år. Gruppen jag trodde skulle ge mest svar var kvinnor i åldern 35-44 eftersom det var många regelbundna besökare bestående av barnfamiljer, speciellt kvinnor med barn.

Det framkom även en positiv mängd med svar från ungdomar vilket tyder på intresse och engagemang för verksamheten. Även kan det resultera i flera åsikter kring nytänkande angående förbättringar. (Tabell 3 och 4).

Den totala svarsmängden var 137 av 142 enkäter i frågan om besökarnas utbildning. Procentuellt hade de flesta en högre universitetsexamen som svarade på enkäten, det vill säga 36% och som enskilda svar var det 49. Det sker lite större hopp mellan de olika utbildningar men de ligger ändå på en ganska jämn spridning. Den dominerande gruppen var personer med högre universitetsexamen 49 (36%) allt som allt, respektive lägsta var personer utan yrkesinriktad utbildning 7 (5%). Eftersom det procentuellt var mera kvinnor

jämfört med män som hade svarat på enkäten kommer resultatet i kvinnosektionen stå för både det högsta och lägsta antalet svar per utbildning. (Tabell 5 och 6).

En fråga handlade om respondenternas hemorter då de angav Finland som hemland. Nyland dominerar där Helsingfors och Raseborg var i toppen. Det var förväntat eftersom Ekenäs ligger nära till huvudstadsregionen och flera besöker ofta Hangö under sommarperioden. Då händer det även ibland att det blir en visit till Ekenäs som även klassas som en vacker sommarstad.

Många enstaka hemorter från hela landet påvisas också vilket är trevligt med tanke på att det kan öppna dörrar för nya besökare då ryktet ofta får sin spridning den vägen då till exempel en familj kan rekommendera Ekenäs naturum som ett utflyktsmål till vänner och bekanta. (Tabell 7).

Utöver hemorter i Finland fanns det en fråga angående hemland. Det är intressant och viktigt för att se hur många besökare som kan tänkas behöva information på engelska eventuellt andra språk, ifall det kommer stora grupper från land som till exempel Tyskland. I utställningen finns det skyltar vid varje punkt på finska, svenska och engelska men man kunde i framtiden även utöka det ifall det finns resurser och behov. Broschyrer finns till viss mån också på ryska.

Alla 142 svar finns med räknade i tabellen om hemland. Finland ligger högst upp med 90% av alla svar och till näst kommer USA med 4%. Jag hade förväntat mig att Europa skulle vara högre upp än USA men denna studie visar tvärtom. Alternativt så råkade många besökare från USA svara på denna och besökare från Europa inte svarade i den mån som det verkliga antalet var, vilket är en teori jag tror på. I varje fall kan man se flera olika länder av de som svarat och det verkliga antalet är säkert ännu större. (Tabell 8).

Resesällskapen och grupperna kommer jag analysera till näst, gruppodynamiken bestående av bland annat storlek och sammansättning. Denna information är relevant för att få veta vilka typer av grupper man lockar mest och hurdana grupper som man möjligen kunde tänkas nå ut till med eventuella korrigeringar eller passande evenemang.

Enligt statistiken är 2–5 personers sällskap överlägset vanligaste besökargruppen. Orsaken till att det kommit flest var från den sektionen är antagligen för att de var lätta att nå fram till när det gällde att ha tid att fylla i enkäten och när en ur gruppen fyllde i så kunde många gånger en eller flera i samma sällskap också ta sig tiden att göra det. I många fall var det

också frågan om ett sällskap på en vuxen som fyllde i enkäten medan barnet lekte i utställningen.

Enligt undersökningsresultaten framkommer det med stor marginal att det var mera vanligt att besöka Ekenäs naturum i en grupp bestående av 2–5 personer (81%). Att komma ensam eller i sällskap av en större grupp var ganska lika procentuellt. (Tabell 9).

Som antaget är Ekenäs naturum välanpassat för barn och det syns även i statistiken. Barnen trivs bra och återkommer ofta då man får leka, fiska och röra vid det mesta i utställningen.

Under sommaren besökte även några rörelsehindrade personer Ekenäs naturum och varav en av dem har nämnts i enkäten. Bland annat är WC:n anpassad för rörelsehindrade och så finns det även en ramp för rullstolar upp till huvudingången. Man kan röra sig i nedre våningen med rullstol men tyvärr finns det bara trappor till övervåningen. (Tabell 10).

Under försommaren rörde det sig mera grupper och föreningar som dagisgrupper, skolklasser och annan planerad verksamhet, både för guidningar men även på egen hand. Under tiden enkäten samlades in så kom det också större grupper men de hade ofta en egen guide med eller ville besöka utställningen på egen hand. De större grupperna var ofta svåra att nå när det gällde kundenkäten eftersom de så gott som alltid hade ett tidsschema och därför inte kom sig för att fylla i formuläret så därför finns det inte mycket grupper i form av föreningar eller klubbar med i denna tabell.

Största gruppen är den egna familjen (77%) eftersom många hade semester och var kanske ut med båten eller gjorde en bilutfärd. Vänner (16%) var näst vanligaste och vilket till stor del beror på lokala ortsbor som hämtade sina gäster till naturum för ett besök och eventuellt titta på en film.

Andra som också rörde sig mycket i kompisgäng var tonåringar och unga vuxna. Det fanns även möjlighet att själv skriva ett alternativ under punkten annat i enkäten, där två skrev lägergrupp och som alumni när det gäller gruppens sammansättning. (Tabell 11).

Kommande statistik ger en bild av hur besökarna prioriterar en vistelse i naturum. Man kan avläsa om resmålet var oplanerat eller planerat samt vilka de andra eventuella resmålen för besökarna var. Totalt 69 (50%) av svaren tyder på att besöket på Ekenäs naturum var oplanerat och hände slumpmässigt antagligen när personen rörde sig ute i andra ärenden, medan 13 (9%) som hade svarat kommer från besökare som enbart gjorde en utfärd till naturum. Den största gruppen vilka gjorde ett oplanerat besök antar jag vara eventuella

sommargäster som inte tidigare varit till Ekenäs naturum eller annars rört sig i staden en fin sommardag och på det sättet fått syn på naturum. (Tabell 12).

I enkäten ingick även frågan om vilket det huvudsakliga resmålet var i samband med Ekenäs naturum samt övriga resmål inom Finland. Hangö var en stark kandidat som besöksmål för respondenterna, kundförfrågningarna gjordes under semestertider när folk ofta rör sig till Hangö och kanske stannar för att besöka Ekenäs på vägen vilket mycket kan påverka resultaten av andra utfärds mål. Man kan se flera återkommande destinationer som till Ekenäs gamla stan och stränder som lockade i sommarvärmen. Vardagliga saker som ärenden och resor till matbutiken var också sådant som stod som huvudmål.

Respondenterna hade också många andra varierande utflyktsmål inom Finland. Många av målen är ändå relaterade till Raseborg, Hangö och speciellt flera av målen ligger inom Ekenäs eftersom personen som svarat på enkäten varit i dess närhet då de besökt Ekenäs naturum. Inget resmål står mera ut än något annat men Ekenäs torg, Raseborgs slottsruin och Jussarö är några värda att nämna och sådana som är populära utflyktsmål under sommarsäsongen. Gamla stan och Ekenäs museum är också några sevärda kulturella besöksobjekt som nämndes, likaså även vistelser ute i nationalparken har gjorts. Varför det inte gjorts mera besök till Ekenäs skärgårds nationalpark beror antagligen på möjligheten att ta sig dit. Ifall man inte har tillgång till båt fanns det taxibåtar som gick varje vecka men om man inte kunde dom tiderna så blev procenten ännu mindre att ta sig ut till skärgården.

Nästa fråga gäller respondenternas hobbyer i samband med friluftsliv. Man hade möjlighet att kryssa i flera alternativ. Det fanns ett brett utbud av olika aktiviteter man kunde välja samt en punkt för egna aktiviteter man kunde fylla i utöver det som finns uppräknade.

Statistik över aktiviteterna fördelade på män och kvinnor samt vilka aktiviteter som personerna ansåg vara viktigast för dem kom också till behandling.

En fråga gällde de huvudsakliga aktiviteterna som besökarna eventuellt tänkte göra eller hade gjort inom närliggande områden eller i nationalparken i samband med besöket till Ekenäs naturum. Sammanlagt 94 svarade på denna fråga (66%) av totala 142 enkätsvar, alternativet var att man inte tänkte besöka området ifråga eller utöva några aktiviteter och kunde då hoppa över denna fråga. I och med att 94 valde svara betyder det att en andel på mera än hälften av totala svarsmängden planerade utöva någon hobby i närliggande omgivning.

Det är en relativt stor siffra med tanke på att många bara besökte Ekenäs för en dag och eventuellt endast bara under några timmar. Möjligheterna är ändå många och speciellt sommartid rör sig folk gärna utomhus och vill ta vara på tiden att njuta av naturen på sätt eller annat. Omtyckta aktiviteter var bland annat promenera vilket var det populäraste alternativ hos både män och kvinnor men även andra sommarrelaterade hobbyer som till exempel simning var populärt. Under sommaren öppnas många caféer och restauranger i Ekenäs vilket också var omtyckta aktiviteter. (Tabell 13).

Resultatet visar att antalet aktiviteter fördelat på män och kvinnor var 1–3 samt 4–6 aktiviteter då respektive har 32 (34%) svar. De högre antalen aktiviteter är det några av vilket betyder att personerna kanske stannat längre i området och hunnit med mera.

För männen är det vanligare med 4–6 aktiviteter (41%) och kvinnorna landar på 1–3 aktiviteter (38%). (Tabell 14).

Både män och kvinnor ansåg att njutande av naturen är det viktigaste för dem. Den punkten är ganska vidsträckt och man kan uppleva den på flera sätt och därför matchade alternativet mina förväntningar över vilken aktivitet som kommer vara den viktigaste för majoriteten. För några är njutande av naturen en fråga om att få röra på sig i skog och mark medan andra eventuellt vill koppla av på en bänk i någon vacker miljö.

Simning och båtliv kom på delad andra plats med 4 svar (10%) för kvinnorna. För männen var det promenader som kom till följande med 3 svar (13%) påföljd av simning, stugliv och cykling där alla alternativen hade 2 svar var (9%).

Några hade också svarat på alternativet andra aktiviteter där man fritt kunde fylla i själv. Det framkom även där avkoppling i naturen, simning, båtutfärd och även en park för hängmattor som viktigaste alternativet. (Tabell 15).

Till de första frågorna i undersökning hörde valet av platser respondenterna tänkte besöka eller redan besökt under sin resa. Det handlar om olika natur- och stadsresmål i Ekenäs naturrums närhet. Man kunde kryssa i flera platser samt nämna själv andra ställen som inte stod uppräknade.

Resultaten över besöken i området visar tydligt att resmålet till staden var populärast med 99 av 135 svar (73%). Likaså kommer Ekenäs gamla stad tätt efter med 96 svar (71%) och lämnar sedan lite marginal till följande alternativa resmål. Skärgården och Ramsholmen hade en relativ jämnfördelning följt av Ekenäs museum med 18 svar (13%). Alla de hittills uppräknade målen är väldigt centrala och ligger med gångavstånd emellan varandra vilket

också är orsaken till att de mycket omtyckta för många men speciellt för de som reser till fots. Västerby friluftsområde hamnade lägst ner med 3 svar (2%) vilket kan bero på att man ofta upplever platsen svårare att ta sig till då bil nästan är ett måste. Det är även en plats som många inte känner till men de som besökt den återvänder gärna då det är fina omgivningar. Ekenäs naturum har även karta över vandringslederna som personalen kunde rekommendera ifall det fanns intresse av besökarna och ibland fråga kunderna själva efter dessa kartor. (Tabell 16a).

Hangö hade nämnts 8 gånger, Raseborgs slottsruin 5 gånger, stränderna 4 gånger och lekpark samt sommarteater 2 gånger var. Detta var helt enligt förväntan då många färdas till Hangö under sommaren och passar även på att besöka Raseborgs slottsruiner och eventuellt sommarteatern då de färdas med bil. Dagmars park var nämn en gång vilket lite förvånade mig då det är en plats man lagt ner mycket energi på för att få besökare att komma ut och njuta av den vackra platsen och se källan. Där finns i dagsläget WC, sopcontainrar och informationsskyltar samt har det reklamerats lokalt relativt mycket om stället. Det beror kanske på att det ligger utanför staden ungefär 7 kilometer och bil är även här nästan ett måste om man inte rör sig med cykel. (Tabell 16b).

Till näst handlade frågorna om besökets längd och ifall personen hade besökt Ekenäs naturum tidigare. Frågan om tidigare besök avgränsades till under de senaste två åren för att få en tydligare bild på eventuell kontinuitet.

Det genomsnittliga talet för vistelsen på Ekenäs naturum är 53 minuter. Alla 142 enkäter var med räknade i resultaten för denna punkt. Det var väntat att medeltalet skulle ligga runt 60 minuter eftersom man hinner gå runt och bekanta sig till viss mån med utställningen och eventuellt se en 15 minuters film under den perioden. (Tabell 17).

Sammanlagt var det 54 (42%) som hade fyllt i att de besökt Ekenäs naturum tidigare och det resulterade i ett medeltal på 3,4 gånger under de senaste två åren. 76 (58%) svarade att det var det första besöket vilket betyder att enligt denna undersökning var det en större andel nya besökare. Det var enligt förväntan eftersom vid förfrågan av besökarna på plats under sommaren år 2018 var det majoriteten som inte besökt tidigare och ville ha information om stället och verksamheten. (Tabell 18).

I enkäten fanns även frågor relaterade till ankomsten till Ekenäs naturum. Datum och tid registrerades fylldes i formuläret för att kunna få en bild över vilka tider och dagar som det kommer flest besökare. Personalen fyller också manuellt i ett dokument vilka tider och

antalet personer som kommer till Ekenäs naturum dag för dag i samband med en automatisk räknare.

Detta material förs sedan in i Forststyrelsens dataprogram Asta där man bland annat kan spara statistik över besökarantal.

Informationen är till stor hjälp vid planeringen av öppethållningstider, det vill säga så man anpassar tiderna efter det högsta besökarantalet. Ekenäs naturum har vanligtvis öppet under sommarsäsongen från och med 1.5 till 2.9 dagligen.

Det håller också öppet vid andra tillfällen som privata bokningar och evenemang som Ekenäs filmfest samt julmarknaden.

Följande fråga i enkäten handlar om på vilket sätt respondenterna fått information om Ekenäs naturum. Resultatet är viktig information på grund av att man ser vilka de vanligaste informationskanalerna är och vilka man eventuellt kunde satsa mera på. Även beakta vad besökarna har kommenterat för att möjligtvis kunna bygga vidare från det.

Dagar med tätaste besökarantalet var söndag med 32 svar (23%) vilket antagligen beror på att många är lediga och inte har några planer och det mesta är stängt i Ekenäs den dagen så Ekenäs naturum är ett passligt utflyktsmål. Tätt på ligger tisdag med 29 svar (20%) med teorin om Ekenäs kvällstorg vilket drar folk till området och många svänger också in via Ekenäs naturum under samma resa.

Söndag och tisdag var enligt förväntad de dagarna med mest besökare på grund av redan nämnda orsaker. Förutom måndag med endast 6 svar (4%) som varit en lugnare dag är de övriga ganska jämna. Under juli månad var det totalt 132 svar insamlade och i augusti under fem dagar var det tio. (Tabell 19).

135 av 142 svarade på frågan när de hade anlänt till Ekenäs naturum. Den vanligaste tiden är mellan kl. 12:00–13:59 då 42 (31%) anlänt. Sista två timmarna det håller öppet är det minsta antalet besökare, nämligen 22 (16%). Kvällar som när det var kvällstorget i staden kom det mera senare på eftermiddagen men överlag var det som lugnast mot kvällen och livligast mitt på dagen och tidiga eftermiddagen. (Tabell 20).

En punkt i enkäten gällde ankomsten vilket behandlar sättet man tog sig på till Ekenäs naturum. Frågan lyder hur det tog sig till destinationen samt vilket det senaste använda fordonet var.

Det överlägset vanligaste alternativet för besökarna att ta sig fram med till Ekenäs naturum var personbil. Det finns parkeringsplatser utanför Ekenäs naturum samt på flera platser i närliggande omgivning vilket är en orsak till att det är enkelt att välja det fordonet.

Kollektiva färdmedel användes också till viss del. Gåendes svarade 26 (19%) vilket antagligen beror på sommarväder och man promenerar gärna. Med båt kom en del också eftersom det var säsong för det. 11 av respondenterna fyllde i eget alternativ som sammanlagt bestod av färja, flygplan och husbil. (Tabell 21a). Totalt kom 59 svar på vilket fordon som de sist använt. Personbilen med 30 svar (51%) var vanligaste och till fots kom som följande med 13 svar (22%). (Tabell 21b).

Hur besökarna hade fått höra om Ekenäs naturum gav ett svar som var ganska väntat. Det vanligaste sättet var ryktesvägen de flesta fått reda på information om naturrummet. Det alternativet omfattade vänner, släkt eller bekanta har överlägset mest med 45 svar (33%). Som följande kommer punkten om att platsen är bekant från tidigare med 39 svar (28%) och sedan med relativt likadana resultat av en slump eller men hjälp av skyltar.

Det beror antagligen på att många bara råkar röra sig i området för att få syn på Ekenäs naturum. Att prioritera mera skyltning är något man kunde ta i beaktande ifall man vill spinna vidare på den informationskällan som redan har en ganska hög procent och man vet att fungerar. (Tabell 22a).

Följd frågan som besökarna kunde fylla i själva var hur de fått information om Ekenäs naturum. Detta är intressant fakta som kan vara viktig ifall man vill komma på nya vägar att nå ut till folk. Flera av alternativen grundar sig ändå på ryktesvägen vilken man kan konstatera vara en styrka eftersom verksamheten satsar mycket på att skapa och behålla gott rykte. (Tabell 22b).

Tabellerna med resultat till näst handlar om hur väl naturum lyckades med sin service. Det är konkreta förslag på tjänster naturrummet erbjuder. Frågan var strukturerad så det fanns alternativ från verksamheten som besökarna ombads utvärdera från en skala mellan mycket dåligt till mycket bra. Några av alternativen var sådana som besökarna nämnvärt inte använde sig och kunde då kryssa i rutan för inte använt.

Service och tjänsterna som Ekenäs naturum erbjuder fick höga vitsord generellt sett. Ett vitsord angående turistrådgivning fick utvärderingen mycket dåligt samt några andra punkter som information om olika tjänster och kunddator föll under kategorin dåligt. Kunddator finns det inte tillgängligt för kunden själv utan personalen kunde använda datorn för att hjälpa

kunderna vid behov. Mestadels av vitsorden var ändå från medelmåttligt uppåt till mycket bra.

Det som besökarna var speciellt nöjda med var den personliga kundservicen, basutställningen, information om naturen, tjänster för barn och WC möjligheterna. Det är tjänster som satsats mycket på, barnen trivs mycket bra och det finns ett stort urval filmer. I Ekenäs naturum hittar man också ett relativt stort utbud av broschyrer, bland annat faktablad om allemansrätten. Inga kommenterar kom in på alternativet annat i denna undersökning. (Tabell 23).

De mest allmänna tjänsterna och dess utvärdering av besökarna kommer som följande. Viktiga faktorer här gäller bland annat tillgången till information, hur väl skyltat det är, upplevelser och om man anser produkterna vara lämpliga. Detta är värdefull information för verksamheten och ifall det bör göra justeringar på något plan. Tabell 24 kommer det i kapitel 5 göras en jämförelse med kundundersökningen från år 2012 relaterad till samma frågor.

Även på denna fråga kunde man ge vitsord enligt skalan, mycket dåligt=1 till mycket bra=5. Produkterna som finns på Ekenäs naturum fick en röst på mycket dåligt och två röster på dåligt. Det finns inte utrymme eller möjlighet att ha ett väldigt brett utbud av produkter men man kunde eventuellt se över denna punkt mera, genom uppdateringar av produktvalet. Under sommaren 2018 fanns det mycket böcker, spel, mjukisdjur och vykort vilka också var de produkter som sålde mest. Smycken, logo-produkter som keps, t-skjortor och märken fanns också tillgängliga. För att ta reda på vad kunderna skulle vara intresserade av kunde en möjlighet vara att göra en förfrågan på plats om potentiella produkter som kunde tänkas tas in i kommande sortiment. Överlag var majoriteten nöjda med urvalet som fanns.

Ett svar under alternativet dåligt var de upplevelser som erbjöds. Det svaret kan basera sig på att personen sett utställningen tidigare och anser den behöva uppdateras eller i allmänhet inte ansåg sig uppleva det man tänkt göra. Även här var det mest positiva vitsord ändå.

Det högsta medeltalet 4,8 fick gruppen om Ekenäs naturum som snyggt och välfungerande. Det är en bred kategori där mycket behandlas, bland annat att all elektronik samt rekvisitan i utställningen fungerar, det är rent och prydligt fastän det ibland kan vara mycket besökare samtidigt. Det var något som personalen satsade på, att hålla platsen uppredd och sevärd även i situationer där det var bråttom så bra respons på denna punkt uppskattas och sätter goda rykten.

En annan punkt som besökarna hade reagerat lite negativare på var tillgången till information på förhand. Det är antagligen frågan om personer som hittat till Ekenäs naturum av en slump. Detta var ett antagande som stämde överens med resultaten. Verksamheten finns på såväl sociala medier, olika hemsidor, evenemangskalendrar, synlighet i både den lokala tidningen och radio samt affischer finns runtom i staden och i omkringliggande omgivning. Det är något som man också kunde fundera på hur man eventuellt ännu mera kunde göra för att få synlighet men generellt sett är de flesta marknadsföringskanaler redan i användning. Ett sätt kunde vara ännu tätare uppdateringar på internet till försök att fånga uppmärksamhet. (Tabell 24).

Nästa tabell gäller index över kundernas belåtenhet. Det består av resultat över hur besökarna har utvärderat de olika tjänsterna samt hur förväntningarna på verksamheten uppfyllts baserat på vitsorden 1–5. Det landsomfattande indexet är med i denna tabell för att visualisera en jämförelse med Ekenäs naturum, det beaktas dock inte i områdesfördelningen.

Index för kundbelåtenhet per område har ett medeltal på 4,43 och ligger lite under det landsomfattande medeltalet på 4,47. De medeltal som skilt står för de olika serviceindelningarna med ett index på 4,39 är också aningen under det landsomfattande medeltalet på 4,46. Hur besökarna upplevt att deras förväntningar uppfyllts visar ett likadant medeltal även som landsomfattande värde.

Alla de olika punkterna har goda vitsord över 4. Det mest högsta vitsordet är fungerande och snyggt Ekenäs naturum med 4,80. Andra punkter som ligger i topp är personlig kundtjänst, tjänster för barn och förväntningar uppfylls. Även punkten om turstrådgivning fick ett relativt högt vitsord på 4,28 fastän det inte egentligen hör till serviceutbudet på Ekenäs naturum.

Den punkten med lägsta vitsord 4,07 handlar om kundtjänst gällande olika tillstånd. Exempel på andra tillstånd hamnar tätt efter i skalan. (Tabell 25).

Frågor gällande informationssökning av kunderna inom en radie på 10 kilometer samt inom resterande Finland hade inga färdiga svarsalternativ. De finns sammanfattade med de svar som framkom flest gången. Det var sammanlagt 75 svar inkomna under denna punkt. De mest populära finns sammanfattade och som redan tidigare konstaterat är det många av de platser som respondenterna även fyllde att de planerade besöka under sin resa. (Tabell 26a).

Sammanlagt 13 hade svarat på nästa fråga gällande informationssökning i hela Finland. De flesta är olika städer i hela landet men också nationalparker nämnes några gånger. (Tabell 26b).

Till de sista frågorna hade respondenterna en möjlighet att själva fritt fylla i vad som fastnade främst i minnet under besöket samt av utställningen. Den första frågan angående själva besöket kom det in 125 svar. Besökarna beskriver Ekenäs naturum som en välplanerad, snygg och funktionell plats där utrymmena har tagits väl tillvara.

En kommentar lyder; ett hjärtligt ”hus” för alla åldrar. Det är också många som nämnt tjänsterna för barn och specifikt pekat ut vissa aktiviteter där fisket, sälen och vad jag lovar göra för Östersjö väggen kommer upp. Överlag tyckte besökarna också att informationen var tillräcklig och tydlig. Filmerna nämns flera gånger samt huset överlag då Gnägget varit där tidigare och många gör ett besök därför.

Personalen har fått många positiva kommentarer om bra kundservice, hjälpsamhet och ett gott bemötande. Den växlande utställningen fick också några gånger beröm, det gällde Dagmars källan under perioden för enkäten. Inget negativt framkom över huvud taget.

Den andra frågan angående själva utställningen så var det 103 som svarat. Inte här kom det fram något negativt heller. Besökarna räknade upp de olika punkterna i utställningen där så gott som alla olika stationer blev nämna vilket är ett gott tecken på ett brett utbud och där finns något för alla. Filmerna nämnes flera gånger likaså själva utställningen och upplägget överlag i huset fick beröm.

För att sammanställa dessa frågor kan man konstatera att besökarna tyckte om upplägget, lärde sig nya saker och att få vara interaktiva. De ansåg också att timmarna bara flög iväg under ett besök och det fanns tillräckligt med aktiviteter för alla åldrar.

Till sist på frågeformuläret hade svararna möjlighet att själva fylla i något de ville framföra till Ekenäs naturum. Dessa kommentarer är inte översatta utan framsatta precis som svararna själva skrev dem, det vill säga på olika språk. Mycket beröm kom det men också några klagomål och förbättringsförslag. Det är också hälsosamt med sådana kommentarer så man kan göra vissa förbättringar och veta i vilken direction man skall gå eftersom man inte vill ändra saker som är omtyckta. Saker som språkmöjligheter i utställningen och förnyande av basutställningen framkom. Könsindelningen i frågeformuläret borde också uppdateras.

Generellt sätt mycket berömliga åsikter. Både de negativa och positiva kommentarerna är lika värdefulla för att veta vad som kan förbättras men också vad som gör att besökarna tycker om platsen och vill komma tillbaka.

5 Sammanfattning

En kort sammanfattning över vilka besökare som enligt undersökning hör till vanligaste grupperna och vilka aktiviteter som intresserade utöver Ekenäs naturum;

- Kvinnor med 88 stycken svar (64%).
- Man reste oftast i ett sällskap på 2–5 personer med 113 svar (81%) bestående till största del av den egna familjen med 99 svar (77%).
- De flesta av svararna gjorde sitt första besök i samband med enkäten, det vill säga både män och kvinnor tillsammans hade 76 stycken svar (58%) och medellängden på ett besök var 53 minuter långt.
- De vanligaste utfärdsmålen för besökarna var olika stadsmål och städer i Västnyland. Gamla stan, Ramsholmen, stranden och caféer lockade mest samt utflykter till Hangö och Raseborgs slottsruiner.
- De som besökarna främst var nöjda med var tjänsterna för barn, helheten och funktionaliteten, god kundservice, filmerna och interaktiviteten i utställningen.
- Förbättringar gällande förnyande av utställningen samt produktvalet kom fram som respons.
- Personliga kundservicen i samband med den trevliga miljön är något som lockar besökarna att återvända.

Överlag har det varit berömliga kommentarer och goda vitsord. Det har skett förändring sedan undersökningen från år 2012 till det positiva hållet. Dessa undersökningar är viktiga för att kunna utforma Ekenäs naturum till det bästa och enligt vad kunderna önskar. Det var roligt att se att så många besökare tog sig tid att fylla i dessa enkäter, vilka är mycket värdefulla för organisationen så man kan göra förbättringar.

1. Första punkten i listan som handlar om tillgången till information på förhand hade år 2012 ett medeltal på 3,60 vilket år 2018 hade 4,12. Det betyder en förändring som är 0,52%. Man har eventuellt satsat mera på att synas genom medier, affischer och skyltning för att åstadkomma denna förbättring.

2. Att hitta fram handlar också om skyltning samt direktionser via media. År 2012 var medeltalet 4,06 och år 2018 var det 4,35 vilket också står för en förbättring, närmare bestämt på 0,29%. Som i första punkten handlar det mycket om synlighet både lokalt men även i andra naturum runt om i Finland samt god skyltning i närliggande omgivning för personer som rör sig i Ekenäs.

3. År 2012 hade punkt tre ett medeltal på 4,33 och år 2018 var det 4,53. Det är också en höjning som ligger på 0,2%. Det är viktigt med ett bra intryck redan vid ankomsten och Ekenäs naturum har skyltning samt blomsterarrangemang vid framdörren.

4. År 2012 var medeltalet för inomhusmiljön 4,73 och det har skett en höjning till år 2018 som hade medeltalet 4,80, förändringen är 0,07%. För att upprätthålla detta är det viktigt med renlighet, Wc:n skall vara i skick och samtlig elektronik i utställningen skall fungera.

5. Tillgången till viktig information hade år 2012 ett medeltal på 4,25 och år 2018 4,55 med en höjning på 0,3%. På Ekenäs naturum finns det mycket broschyrer för olika intresseområden och personalen hjälper gärna ifall det är något som kunderna behöver veta mera om.

6. Produkterna på naturum fick ett medeltal på 3,89 år 2012 och år 2018 4,22. Höjningen är 0,33. Det beror eventuellt på att under åren har man bättre kunna se till kundernas behov och tagit produkter som man vet att är omtyckta och därför har möjligen en ökning skett.

7. Uppfyllelse av besökarnas förväntningar hade medeltalet 4,45 år 2012 och 4,64 år 2018 med en förändring på 0,19%.

Ökningen beror kanske på att många inte vet vad som väntar innan besöket på naturum och blir positivt överraskade. Många av respondenterna var på Ekenäs naturum första gången vilket kanske är en del av orsaken.

8. Gällande besökarnas upplevelser fick punkten år 2012 medeltalet 4,32 och år 2018 4,64 och förändringen är 0,32%. Även här en höjning till det bättre. Ekenäs naturum ordnar olika evenemang under året och de kan bidra till olika positiva upplevelser.

Under perioden för insamling av svar skedde en ploggnings (=jogga och plocka skärp samtidigt) kampanj.

Det har endast skett förbättringar på alla punkterna och överlag mycket goda vitsord. Det är sex år sedan den förra undersökningen gjordes och eftersom man hade möjlighet att ta tillvara på den respons som då kom in har man kunnat göra förbättringar.

De är eventuellt de förbättringar som nu syns i tabellen i samband med att verksamheten på egen hand försöker se till kundernas behov och vara flexibla på den fronten.

5.2 Förbättringar

Jag tänker främst fokusera på de klagomål som besökarna själva ville nämna sist i undersökningen. Det gällde en uppdatering av basutställningen. Personen hade antagligen besökt Ekenäs naturum tidigare och eventuellt flera gånger vilket kan resultera i en känsla av att man inte upplever något nytt.

Man kunde här tänka sig uppdatera vissa delar av utställningen eller satsa på nya inslag. Den är överlag väldigt omtyckt och många besöker den årligen för att den är så mångsidig och anser att man varje gång lär sig något nytt eller upptäcker någon detalj man inte gjort tidigare. En uppdatering av filmerna kunde också vara ett förslag så man har något att erbjuda de som frågar efter nyheter.

En besökare från utlandet hade kommenterat om mera information i utställningen på engelska. Det finns i dagsläget små block på finska, svenska och engelska vid varje punkt som beskriver vad som händer just vid den stationen. Blocken kan dock ibland hamna på rymmen och då saknas de helt från sina rätta ställen och nästa besökare blir eventuellt utan information. Ifall det finns resurser kunde en möjlighet vara att satsa på pekplattor vid varje station istället för blocken. De kommer inte försvinna någonstans och ett annat plus är att man lätt kan inkludera flera språk som till exempel tyska, ryska och spanska samt utvidga informationen.

Själva enkäten fick ett förbättringsförslag gällan könet. Alternativen man och kvinna var det man kunde välja mellan men inför nästa undersökning kunde man lägga till alternativet annat.

Överlag är det bara att fortsätta i samma takt då vitsorden tyder på nöjda kunder. Det är också viktigt att ta respons då den kommer som värdefull information så utvecklingen sker i rätt riktning.

6 Mina hypoteser

Jag kommer analysera ifall mina hypoteser jag ställde i början av arbetet påvisar det vad jag tänkte eller om det skedde några oväntade resultat. Hypoteserna är;

6.1 Klagomål angående en uppdatering av basutställningen

Jag hade förväntat mig respons angående den redan sex år gamla utställningen eftersom det kommer många regelbundna besökare och de kanske tycker att den börjar vara tråkig vid det här laget. Studien visade tvärtom men som tidigare nämnt kom det ett klagomål angående basutställningen. Frågan om Ekenäs naturum erbjöd upplevelser hade fått ett svar med bedömningen dålig.

Eventuellt kan det ha något samband att besökarna upplever att basutställningen är redan sedd och behöver förnyelse. Dock visar studien att de flesta av respondenterna gjorde sitt första besök, därav de få klagomålen.

Min slutsats är att det är varje år så många nya besökare samtidigt som de lokala barngrupperna alltid erbjuds varierande guidningar så kommer den inte ännu upplevas helt och hållet sedd. Några alternativ för de som besöker naturum regelbundet kunde eventuellt vara mindre förändringar. Mera variation av växlande utställningen, nyare filmer och mera evenemang kunde vara några alternativ.

6.2 Tjänster för barn kommer få beröm och få höga vitsord

Detta påstående var ett antagande jag gjorde baserat på de barngrupper som årligen besöker Ekenäs naturum via skolor och daghem. Det finns mycket roligt att göra för barnen i utställningen, det är lärorikt och många familjer gör ett besök då man kan och får röra vid det mesta, vilket man inte vanligtvis får göra på utställningar. Resultaten visade berömliga vitsord och det kom in många kommentarer om hur barnvänligt och välplanerat allting var.

6.3 Vanligaste gruppen kommer bestå av den egna familjen samt ett resesällskap på 2–5 personer

Detta antagande gjorde jag då det rör sig mycket barn på Ekenäs naturum. Det i sin tur betyder att de flesta har vårdnadshavare med sig och därför utgör det en grupp på 2–5 personer. Det påstående visade sig stämma och det är viktigt information för att veta hurudana grupper som lockas till naturum.

Den egna familjen var också alternativet med flest svar. Då det var semestersäsong under perioden för enkätinsamling så var många på resa med den egna familjen vilken stämde överens med mina förväntningar. Det betyder att man kan lättare anpassa produktvalet efter vad man har för kundklientel, vilket i de flesta fall är barnfamiljer som ofta är intresserade av spel, mjukisdjur och böcker.

6.4 Kunderna fått information om Ekenäs naturum ryktesvägen

Även fast naturum satsat mycket på marknadsföring har många besökare berättat att de fått höra av vänner och bekanta om stället. Det visade också resultatet i undersökningen.

En kommentar var då en besökare hade fått tipset av en annan på stranden utanför. Det finns skyltat i närheten men ändå är det ryktet som för ordet vidare. Oftast är det frågan om gott rykte när folk väljer att komma för ett besök baserat på någon annans upplevelser.

Tack

Tack till alla besökare som gett sig tid att fylla i enkäten samt till personalen som ställde upp när det än behövdes för en lyckad undersökning! Även tack till lärare och handledare vid YH Novia.

7 Källor

Figur 1. (Hämtat 15.3.2019)

<https://www.utinaturen.fi/ekenasnaturum/besokoss>

Forststyrelsen, 2019. *Ekenäs naturum, Ekenäs skärgård, Hälsa och välbefinnande från naturen, Nationalparker & Kansallispuistotaulukot*. (Hämtat 17.3.2019)

<https://www.utinaturen.fi/ekenasnaturum>

<https://www.utinaturen.fi/ekenasskargard>

<https://www.utinaturen.fi/halsaochvalbefinnandefrannaturen>

<https://www.utinaturen.fi/nationalparker>

<http://www.metsa.fi/kansallispuistotaulukot>

Grahn, P., Mårtensson, F., Lindblad, B., Nilsson, P., Ekman, A., 1997, *Ute på dagis*. Hässleholm: Norra Skåne Offset. (Hämtat: 27.4.2019)

Grahn, P., 2012. *Natur och hälsa i en alltmer urban miljö*. s. 209–211. (Hämtat 25.4.2019).

Hultman, S.-G., 2015. *Natur i vården*. s. 7–9. (Hämtat 17.2.2109)

<https://www.halsansnatur.se/images/media/naturiv060220.pdf>

Kaplan, R. & Kaplan, S., u.å. *The Experience of Nature: A Psychological Perspective*. New York: Cambridge University Press. (Hämtat: 29.4.2019).

Malmö stadsbyggnadskontor, 2010:2, *Så förtätar vi Malmö!*. s. 14. Malmö: Malmö stadsbyggnadskontor (Hämtat: 29.4.2019).

Miljöministeriet, 2013. *Nationalparker och naturreservat är stommen för nätverket av skyddsområden*. (Hämtat 25.3.2019)

<https://www.ym.fi/sv->

[FI/Natur/Naturens mangfald/Naturskyddsomraden/Nationalparker och naturreservat](https://www.ym.fi/sv-)

Naturvårdverket, 2006. *Naturen som kraftkälla*. (Hämtat 15.2.2019)

<https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-8252-3.pdf>

Nyström, J. & Kempe, R., 2012. *Kundundersökning i Ekenäs naturum*.

Ottosson, J. & Grahn, P., 2005. *A Comparison of Leisure Time Spent in a Garden with Leisure Time Spent Indoors: On Measures of Restoration in Residents in Geriatric Care*. *Landscape Research* 30:1, s. 26.

Sitra, 2013. *Luonnonlukutaito*. s. 9, 10. (Hämtat 25.4.2019)

<https://media.sitra.fi/2017/02/23070432/Luonnonlukutaito-3.pdf>

Skogsstyrelsen, 2001. *Skogens sociala värden*. (Hämtat 28.4.2019)

<https://shopcdn.textalk.se/shop/9098/art54/4646054-d83cf3-1704.pdf>

Sjöstrand Öhrfelt, M., 2015. *Barn i natur och natur i barn*. s. 68–69. (Hämtat 28.4.2019).

https://muep.mau.se/bitstream/handle/2043/18576/2043_18576%20%20hrfelt%20Muep.pdf?sequence=2

Thord, L. & Ainalen, I., 2014. *Naturupplevelsens betydelse i vården*. (Hämtat 17.2.2019)

<https://vardgivare.skane.se/siteassets/3.-kompetens-och->

[utveckling/kvalitetsutveckling/rapporter-och-skrifter/forskningsrapporter-fran-forbattningsprojekt/naturupplevelse-i-varden-ii-2014.pdf](#)

Valtchanov, D., Barton, K. & Ellard, C., 2010:5:13, *Restorative Effects of Virtual Nature Settings*. University of Waterloo, s. 504-512. (Hämtat: 27.4.2019)

Vetenskap & hälsa, 2013. *Njut av naturen och bli från stress samtidigt*. (Hämtat 28.4.2019.)
<http://www.vetenskaphalsa.se/njut-av-naturen-och-bli-fri-fran-stress-samtidigt/>

Bilaga 1. Den svenska versionen för kundundersökningen

Svenskspråkigt frågeformulär



Ekenäs naturum

KUNDUNDERSÖKNING 2018

Ifyllnadsanvisningar:

Den information vi får genom denna kundundersökning kommer att utnyttjas för att utveckla kundtjänsterna i Ekenäs naturum. Vi hoppas att ni svarar omsorgsfullt på alla frågor på denna blankett och ber er beakta följande anvisningar:

1. Läs frågorna omsorgsfullt.
2. Besvara frågorna **personligen** genom att sätta ett kryss i svars_cirkel (○) eller för sådana frågors del som kan besvaras med flera alternativ genom att sätta kryss i de svarsrutor (□) ni finner lämpliga. I en del frågor ber vi er skriva ett fritt formulerat svar.
3. Frågorna berör endast dagens besök i Ekenäs naturum.
4. Returnera den ifyllda blanketten till insamlaren av materialet eller till anvisad plats.
5. För ytterligare information vänligen kontakta naturums personal.
6. Mellan alla dem som deltar i kundundersökningen utlottas fem böcker eller andra pris. Du kan delta i utlottningen genom att fylla i en skild lottkupong. Vi tar personligen kontakt med vinnarna.

TACK PÅ FÖRHAND!

Ekenäs naturum

Kundundersökning 2018

1. När kom ni till Ekenäs naturum? datum _____ och klockslag _____
2. Hur länge vistades ni eller har för avsikt att vistas i Ekenäs naturum i dag? ca _____ timmar och _____ minuter
3. Har ni under er resa besökt eller tänkt besöka övriga platser? (anteckna vid behov flere platser) <input type="checkbox"/> Ekenäs skärgårds nationalpark <input type="checkbox"/> Annat ställe skärgården <input type="checkbox"/> Hagen-Ramsholmen <input type="checkbox"/> Västerby friluftsområde <input type="checkbox"/> Ekenäs stad <input type="checkbox"/> Ekenäs gamla stad <input type="checkbox"/> Ekenäs museum <input type="checkbox"/> Något annat ställe, vilket? _____
4a. Med vilka fortskaffningsmedel färdades du hemifrån till Ekenäs naturum? (kryssa för alla fordon du använde) 1 <input type="checkbox"/> bil 3 <input type="checkbox"/> buss 4 <input type="checkbox"/> charterbuss (gruppresa) 5 <input type="checkbox"/> tåg 16 <input type="checkbox"/> gående 19 <input type="checkbox"/> motorbåt 20 <input type="checkbox"/> segelbåt <input type="checkbox"/> cykel 99 <input type="checkbox"/> annat, vad? _____
4b. Vilket av ovannämnda fordon använde du sist? Anteckna numret -> _____

5. Hurdant resällskap har du? jag är ensam <input type="checkbox"/> → gå till fråga 7. storlek av sällskap _____ personer (svarare inberäknad) av vilka under 15-åringar _____ personer under 15-åringarnas födelseår _____ (om alla är i ungefär samma ålder, ange det vanligaste födelseåret) _____ rörelsehindrade? _____ personer
--

6. Vad består ditt resällskap huvudsakligen av under detta besök i Ekenäs naturum? (välj det bäst beskrivande alternativet) <input type="radio"/> den egna familjen <input type="radio"/> andra släktingar <input type="radio"/> vänner <input type="radio"/> arbetskamrater <input type="radio"/> skolklass <input type="radio"/> daghemsgrupp <input type="radio"/> studentgrupp <input type="radio"/> pensionärsgrupp <input type="radio"/> ett programtjänstföretags kunder <input type="radio"/> klubb, förening e.d. <input type="radio"/> något annat, vad? _____
7. Vilket eller vilka områden söker eller sökte du information om under det här besöket i Ekenäs naturum närheten av naturumet (inom en radie på 10 km) _____ _____ övriga Finland _____ _____

8. Hur bra tycker du att vi lyckades med följande saker? (svara på alla frågor) (5= mycket bra, 4= ganska bra, 3= varken eller, 2= ganska dåligt, 1= mycket dåligt)	mycket bra 5 4 3 2 1 mycket dåligt
Tillgången till information om servicen i förväg	○ ○ ○ ○ ○
Att hitta fram (t.ex. skyltar)	○ ○ ○ ○ ○
uteområdets funktion och renlighet	○ ○ ○ ○ ○
fungerande och snyggt naturum	○ ○ ○ ○ ○
tillgång till för mig viktig information	○ ○ ○ ○ ○
de saluförda produkterna motsvarar mina behov	○ ○ ○ ○ ○
mina förväntningar uppfyllades	○ ○ ○ ○ ○
vi erbjöd dig upplevelser	○ ○ ○ ○ ○

9. Vad anser du om kvaliteten på de tjänster och produkter du utnyttjade under detta besök i Ekenäs naturum? Var vänlig och gå igenom alla punkter nedan när du utvärderar kvaliteten på de tjänster eller produkter du har använt. Om du inte har utnyttjat i fråga varande tjänst eller produkt under besöket, lämna punkten tom och kryssa för alternativet "använde inte".

Kvaliteten bedöms på skalan 5 = mycket bra, 4 = tämligen bra, 3 = måttlig 2 = tämligen dålig, 1 = mycket dålig

	kvaliteten av tjänsten eller produkt jag använt					använde inte
	mycket bra			mycket dåligt		
	5	4	3	2	1	
information om naturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
information om friluftsliv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
information om fiske eller jakt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information om vattentrafik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
produkter som säljs i naturumet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kundtjänst som gäller olika tillstånd (fiske, jakt, snöskoteråkning, virkesköp)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
personlig kundtjänst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gruppguidningar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
främjande av naturkännedom	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kunddator	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
AV-föreställning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tjänster för barn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tjänster för specialgrupper (lätframkomlighet, inva-wc m.m.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
naturumets handbibliotek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
basutställning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
växlande utställning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
information om nationalparkens service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
turistrådgivning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
något annat, vad? _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Besökte du eller tänker du besöka Ekenäs skärgårds nationalpark eller något annat utflyktsmål i närheten?

1 ja 2 nej → gå till fråga 12 Om du svarar ja, vad gjorde du eller tänker du göra? (anteckna vid behov flere platser)

- | | | |
|--|--|---|
| 1 <input type="checkbox"/> promenad | 10 <input type="checkbox"/> bärplockning | 60 <input type="checkbox"/> simning |
| 2 <input type="checkbox"/> stavgång | 11 <input type="checkbox"/> svamplockning | 62 <input type="checkbox"/> solbad |
| 3 <input type="checkbox"/> joggning | 12 <input type="checkbox"/> blomstervandringar | 63 <input type="checkbox"/> båtliv |
| 4 <input type="checkbox"/> friluftsliv | 13 <input type="checkbox"/> besök som ansluter till undervisning | 64 <input type="checkbox"/> paddling |
| 5 <input type="checkbox"/> naturobservation | 15 <input type="checkbox"/> naturfotografering | 83 <input type="checkbox"/> bekanta sig med naturstig |
| 6 <input type="checkbox"/> utflykt med matsäck | 18 <input type="checkbox"/> promenad med hunden | 88 <input type="checkbox"/> bekanta sig med kulturarv |
| 7 <input type="checkbox"/> cykling | 19 <input type="checkbox"/> orientering | 105 <input type="checkbox"/> café- eller kioskbesök |
| 8 <input type="checkbox"/> fiske | 20 <input type="checkbox"/> tältning | 111 <input type="checkbox"/> stugliv |
| 9 <input type="checkbox"/> fågelskådning | 56 <input type="checkbox"/> njutande av naturen | 999 <input type="checkbox"/> annat, vad? _____ |

Vilket av de alternativ du valt var eller är enligt din åsikt allra viktigast under detta besök?

anteckna det allra viktigaste alternativs nummer → [_____]

12. Hur ofta har du besökt Ekenäs naturum före detta besök?

detta är första besöket
under senaste två år _____ gånger

13. Är Ekenäs naturum under denna resa ...

det enda eller viktigaste målen för resan?

ett av de planerade målen för resan?

De övriga målen är : _____

ett på förhand oplanerat mål under resan?

Huvudmål/målen för resan är: _____

14. Varifrån fick du främst information om Ekenäs naturum? (antäckna flere alternativ vid behov)

- från ett annat naturum eller kundservicepunkt
- av bekanta, vänner eller släktingar
- från webbsidor av Forststyrelsen (www.metsa.fi tai www.utinaturen.fi)
- från andra webbsidor
- broschyrer eller guider (Retkeilyopas, m.m.)
- från TV/ radio eller tidningsartiklar
- från närområdets turistbyrå eller -info
- från närområdets företagare (programtjänst, inkvartering)
- platsen är bekant från tidigare
- från ett annat museum
- skyltar
- från reklam
- av en slump
- från annat håll, vilket _____

15a Vad fastnade först och främst i minnet av besöket i naturumet?

15b Vad fastnade först och främst i minnet av naturumets utställningar?

16. Ditt postnummer och ditt permanenta boningskommun?

[_____] _____

17. Kön? man kvinna

18. Födelseår? [_ _ _ _]

19. Yrkesutbildning? (anteckna högsta nivå)

- yrkeskola
- examen på institutnivå
- lägre universitets- eller högskoleexamen
- högre universitets- eller högskoleexamen
- ej yrkesinriktad examen

TACK FÖR DITT SVAR!!

Om du har andra funderingar som du vill framföra, du kan skriva den här
