

Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2010

Minttu Partanen ja Tuuli Törmäkangas

Opinnäytetyö
Matkailun liikkeenjohdon
koulutusohjelma
2011



Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

<p>Tekijä tai tekijät Minttu Partanen ja Tuuli Törmäkangas</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2008</p>
<p>Raportin nimi Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2010</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 93 + 80</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Mikko Laitinen</p>	
<p>Suomenlinna on vuonna 1991 Unescon maailmanperintöluetteloon liitetty merilinnoitus, joka sijaitsee Helsingin edustalla. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimuksen 2010 tavoitteena on Suomenlinnan hoitokunnan toimeksiannosta selvittää kohteen kävijärakennetta ja kävijöiden palveluiden käyttöä, sekä tuottaa työkaluja kohteen matkailijaystävällisyyden parantamiseksi. Vastaavat tutkimukset on tehty viimeksi vuosina 2002 ja 2006, joten kohdekehitykselle muodostuu selkeä jatkumo, mikä osaltaan auttaa kohteen ja sen palveluiden kehittämisessä.</p> <p>Tutkimuksen viitekehys perustui määrällisen tutkimuksen teorialle, tutkimusprosessille ja sen mahdollisille ongelmille, sekä kohteen kävijähallinnalle ja kehittämiselle. Suomenlinnan tapauksessa täytyy ottaa huomioon myös Unescon määrittelemät reunaehdot toimintaympäristön ja imagon luomisessa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että imagon tulee olla maailmanperintöarvon mukainen ja ulkoisen toimintaympäristön vastata tätä imagoa. Kohteen alkuperäistä miljööttä ei siis saa muuttaa kohtuuttomasti.</p> <p>Tutkimus toteutettiin HSL:n lautoilla ja JT-Linen vesibusseilla jaettavien kyselylomakkeiden avulla. Käytetty lomake oli lähes samanlainen kuin vuoden 2006 tutkimuksessa käytetty, mikä lisää vertailtavuutta tutkimusten välillä. Tutkimuksen aineisto kerättiin vuoden 2010 aikana ja sen otos oli 1000 vastaajaa. Otoksen poiminta tapahtui harkittuna satunnaisotantana työn tekijöiden ja Suomenlinnan matkailuneuvonnan kesätyöntekijöiden toimesta.</p> <p>Tutkimuksen toteutuksen jälkeen tulokset analysoitiin. Tulosten mukaan Suomenlinnassa kävi vuonna 2010 enemmän ulkomaalaisia kuin suomalaisia, iältään enimmäkseen 20–39 -vuotiaita henkilöitä, sekä useammin naisia kuin miehiä. Tärkeimpiä matkan syitä olivat nähtävyyksiin tai museoihin tutustuminen sekä ulkoilu, uiminen tai piknikillä käynti. Käytetyimpiä palveluita puolestaan olivat matkailupalvelut. Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä vierailuunsa, vaikka kehitysehdotuksia annettiinkin runsaasti. Kehitysehdotukset koskivat lähinnä ympärivuotisuuden ja palveluiden parantamista, esteettömmämpiä kulkuyhteyksiä sekä opastuksen lisäämistä.</p>	
<p>Asiasanat Suomenlinna, matkailukohde, kävijähallinta, kehittäminen, kvantitatiivinen tutkimus</p>	

Bachelor degree in tourism management

<p>Authors Minttu Partanen and Tuuli Törmäkangas</p>	<p>Group or year of entry 2008</p>
<p>The title of thesis Suomenlinna visitor survey 2010</p>	<p>Number of pages and appendices 93 + 80</p>
<p>Supervisor(s) Mikko Laitinen</p>	
<p>Suomenlinna is a sea fortress off Helsinki, which was added to the Unesco World Heritage list in 1991. The aim of Suomenlinna visitor survey 2010 is to examine typical visitors and their use of services and facilities of the destination as well as produce information to improve them for visitors. The survey was carried out for the Governing Body of Suomenlinna. The study has been completed also in 2002 and in 2006, so the results of the latest study can be easily compared to the earlier results. This will also help the development of the destination.</p> <p>The base of the study was built on the theory of quantitative survey, its problems and visitor management and development of the destination. Unesco determines certain conditions for World Heritage sites that have to be taken into consideration while creating the image and operational environment of Suomenlinna. In practice this means that the image should be worth the world heritage position and the operational environment should be maintained according to this image.</p> <p>The survey was conducted on the ferries of both Helsinki Region Transport (HRT) and JT-Line. The used questionnaire was similar to the one used in the survey in 2006, which makes the surveys more comparable. The material of the survey was collected during year 2010 and the sample was 1000 respondents. The questionnaires were collected randomly by the researchers and the summer employees of Suomenlinna tourist information.</p> <p>The results were analyzed and following points came out: in 2010 Suomenlinna was visited more by foreigners than Finns, mostly by people aged between 20 and 39 and more often by women than men. The most important reasons for visit were attractions and museums or outdoor activities, swimming and picnic. Visitor centre and tourist information were among the most used services. A large part of the respondents was satisfied with their visit, although many improvement suggestions were mentioned. The improvement suggestions mainly concerned the aim to develop a more year-round supply of services, clear fairways and better guideposts.</p>	
<p>Key words Suomenlinna, destination, visitor management, development, quantitative survey</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Suomenlinna – osa Helsinkiä.....	1
1.2	Tutkimuksen tavoite ja menetelmät.....	2
2	Empiirinen tutkimus.....	4
2.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	4
2.2	Otantatutkimukset.....	5
2.3	Otannan ongelmat.....	7
2.4	Kyselylomake ja sen laatiminen.....	8
2.5	Tutkimusprosessi.....	9
2.6	Hyvän tutkimuksen perusvaatimukset.....	10
2.7	Tutkimuksen hyödyntäminen kohteen ja brandin kehittämisessä	11
3	Suomenlinnaa suojellaan maailmanperintöstatuksen avulla	14
3.1	Maailmanperintökohteen haasteiden hallinta	14
3.2	Kävijähallinnan kehittäminen Suomenlinnassa	17
4	Tutkimuksen kuvaus	19
4.1	Lomakkeen rakenne ja tiedonkeruu.....	21
4.2	Tulosten käsittely.....	22
4.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	22
5	Tutkimuksen otos ja tulokset.....	24
5.1	Otannan rakenne.....	24
5.1.1	Sukupuoli, ikäryhmät ja koulutus	24
5.1.2	Matkaseura ja seurueen luonne.....	26
5.1.3	Lähtöalue	30
5.2	Vierailun luonne ja kesto.....	32
5.2.1	Vierailun kesto	32
5.2.2	Käyntikerrat.....	33
5.2.3	Matkan syy.....	34
5.3	Rahankäyttö	41
5.4	Palveluiden käyttö ja laadun arviointi	44
5.5	Merimatkan arviointi.....	53

5.6	Vierailun haittatekijät	57
5.7	Tiedonsaanti.....	62
5.8	Unesco	65
5.9	Myönteisiä kokemuksia ja parannusehdotuksia.....	68
6	Pohdinnat ja johtopäätökset	73
6.1	Seurueet ja ulkomaalaiset yleisimpinä kävijöinä	74
6.2	Ulkoilupaikka ja kulttuurikohde samassa paketissa	77
6.3	Vierailun kesto ja syy vaikuttavat rahankäyttöön	80
6.4	Suomenlinnan palvelut arvioidaan laadultaan hyväksi	81
6.5	HSL ja JT-Line – toisiaan täydentävät palveluntarjoajat.....	83
6.6	Ruuhkautuminen koetaan ongelmaksi.....	84
6.7	Oma kokemus tärkeimpänä tietolähteenä.....	86
6.8	Unesco ja Suomenlinna	87
6.9	Matkakokemuksia ja kehitettävää Suomenlinnassa.....	88
6.10	Tulosten luotettavuuden arviointi.....	89
6.11	Kehitysehdotukset tutkimukselle	89
6.12	Kehitysehdotukset Suomenlinnalle.....	92
	Lähteet.....	94
	Liitteet.....	97
	Liite 1. Suomenkielinen kyselylomake.....	97
	Liite 2. Ruotsinkielinen kyselylomake.....	99
	Liite 3. Englanninkielinen kyselylomake	101
	Liite 4. Saksankielinen kyselylomake	103
	Liite 5. Espanjankielinen kyselylomake	105
	Liite 6. Venäjänkielinen kyselylomake	107
	Liite 7. Ulkomaalaisten lähtömaat, vastaajien lukumäärä.....	109
	Liite 8. Otannan rakenne, taulukot	110
	Liite 9. Vierailun luonne ja kesto, taulukot	114
	Liite 10. Rahankäyttö, taulukot.....	126
	Liite 11. Palveluiden käyttö, taulukot	130
	Liite 12. Merimatka, taulukot.....	146
	Liite 13. Vierailun haittatekijät, taulukot	149

Liite 14. Vierailun häittatekijät, avoimet vastaukset.....	155
Liite 15. Tiedonsaanti, taulukot.....	157
Liite 16. Tietolähde, avoimet vastaukset.....	162
Liite 17. Unesco, taulukot	163
Liite 18. Myönteisiä kokemuksia talvi- ja kesäkaudella, avoimet vastaukset	166
Liite 19. Parannusehdotuksia talvi- ja kesäkaudella, avoimet vastaukset	170

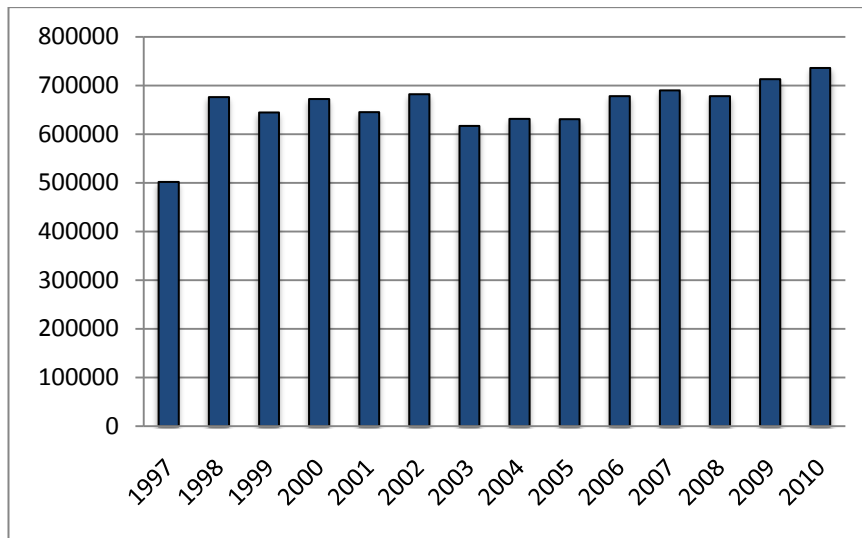
1 Johdanto

Suomenlinnassa on toteutettu matkailija- ja palvelututkimuksia, joista viimeisimmät vuosina 2002 ja 2006. Tutkimuksissa on selvitetty muun muassa Suomenlinnaan tulevien matkailijoiden taustatekijöitä, käyntitiheyttä, palveluiden ja rahan käyttöä sekä mielihäpeetä kohteesta. Tutkimukset on suoritettu ammattikorkeakoulujen opinnäytteinä HAAGA-HELIAN Porvoon ja Haagan toimipisteissä. Uusin Suomenlinnan matkailijatutkimus toteutettiin toimeksiantona Suomenlinnan hoitokunnalle vuonna 2010.

1.1 Suomenlinna – osa Helsinkiä

Suomenlinna on Helsingin edustalla sijaitseva merilinnoitus, jolla on pitkä historia niin Ruotsin kuin Venäjän vallan alaisuudessa. Se rakennettiin 1700-luvulla Ruotsin itäisen puolustuksen takaamiseksi. 1800-luvun alkupuolella linnoitus siirtyi Venäjän hallintaan. (Suomenlinna 2011a.) Suomen itsenäistyttyä 1900-luvun alussa Suomenlinnassa on toiminut rannikkotykistörykmentti, sukellusvenetukikohta ja Valmetin korjaustelakka (Suomenlinna 2011b). Suunnitelmallinen restaurointi ja kunnostus aloitettiin vuonna 1973, kun armeija poistui linnoituksesta. Tällöin Suomenlinnalle tehtiin myös käyttösuunnitelma, jonka tavoitteena oli linnoituksen säilyttäminen elinvoimaisena sotilasarkkitehtuurin muistomerkkinä tuleville sukupolville. (Suomenlinna 2011c.)

Nykyään Suomenlinna on Helsingin kaupunginosa, jossa asuu noin 850 ihmistä. Suomenlinna on myös suosittu matkailu- ja käyntikohde sekä kotimaisille että ulkomaisille matkailijoille, joita kohteessa on lähivuosina käynyt noin 700 000 vuodessa (kuvio 1). Se liitettiin Unescon maailmanperintöluetteloon vuonna 1991 (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010c). Kohdetta hoitaa, restauroi, valvoo ja ylläpitää opetus- ja kulttuuriministeriön alainen virasto, Suomenlinnan hoitokunta. Kunnostus ja hoito toteutetaan valtion budjettivaroilla sekä viraston omilla tuotoilla, joita saadaan lähinnä asuntojen ja tilojen vuokrauksesta. (Suomenlinna 2011d.) Hoitokunnan tarjoamien neuvonta- ja opastuspalveluiden lisäksi saarella toimii muita palveluntarjoajia, kuten ravintoloitsijoita, kahvilanpitäjiä, museoita ja opaspalveluita.



Kuvio 1. Suomenlinnan kävijämäärien kehitys vuosina 1997-2010 (Öystilä, M. 10.2.2011)

1.2 Tutkimuksen tavoite ja menetelmät

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Määrällinen tutkimus vaatii onnistuakseen suuren vastaajajoukon ja sen avulla selvitetäänkin lukumääriin liittyviä ongelmia (Heikkilä 2010, 16). Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimuksen 2010 tavoitteena on kerätä tietoa Suomenlinnassa käyvistä matkailijoista sekä heidän mielipiteistään kohteesta. Saatujen kävijä- ja muiden tietojen tarkoituksena on auttaa Suomenlinnan hoitokuntaa kehittämään kohdetta ja sen palveluita matkailijaystävällisemmiksi samalla Suomenlinnan säilymisestä huolehtien. Saatuja tuloksia vertaillaan edellisten tutkimusten tuloksiin, mikä auttaa hahmottamaan matkailijoita ja heidän käyttäytymistään pidemmälläkin aikavälillä. Tutkimuksen viitekehyksenä toimivat määrällisen tutkimuksen teoria ja ongelmat sekä kävijähallinnan perusteet. Tutkimuksessa ja tulosten analysoinnissa otetaan huomioon myös Unescon asettamat säädökset ja reunaehdot, sillä ne vaikuttavat loppujen lopuksi niin kaikkeen saarella tapahtuvaan toimintaan kuin myös kävijöihin ja heidän vierailuunsa Suomenlinnassa.

Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimuksen 2010 tutkimusaineisto kerättiin 1.1.2010–31.12.2010 saaresta poistuvilta HSL:n lautoilta ja JT-Linen vesibusseilta kyselylomakkeiden avulla. Otantasuunnitelman pohjana käytettiin vuoden 2009 kuukausittaisia kävijämääriä. Kyselylomakkeisiin vastasivat kohteesta poistuvat sattumanvaraisesti-

ti valitut matkailijat. Tutkimuksen viitekehys alkaa luvusta 2, jossa käsitellään määrällistä tutkimusta ja sen menetelmiä. Luvussa 3 selvitetään Unescon osuutta Suomenlinnan kehityksessä ja luvussa 4 kerrotaan itse tutkimuksesta ja sen toteutuksesta. Luvussa 5 esitellään tutkimuksen tulokset kyselylomakkeen järjestyksen mukaisesti taulukoiden ja kuvioiden avulla, ja lopuksi luvussa 6 pohditaan tuloksia ja niistä vedettyjä johtopäätöksiä sekä esitetään kehitysehdotuksia niin seuraaville tutkimuksille kuin Suomenlinnalle.

2 Empiirinen tutkimus

Tieteellinen tutkimus on aina ongelmanratkaisua, jolla pyritään selvittämään tutkittavan kohteen toimintaperiaatteita. Tutkimus voi olla joko teoreettista, jolloin siinä käytetään hyväksi jo olemassa olevaa tietoa, tai empiiristä eli havainnoivaa tutkimusta. Empiirinen tutkimus perustuu usein teoreettisen tutkimuksen avulla kehitetyille menetelmille. Tällöin voidaan esimerkiksi testata, toteutuuko teoriasta johdettu hypoteesi, tai ongelmana voi hyvin olla myös tietyn ilmiön tai käyttäytymisen selvitys. Empiiriset tutkimukset voivat olla kvalitatiivisia eli laadullisia tai kvantitatiivisia eli määrällisiä. Kvantitatiiviset tutkimukset perustuvat matemaattisille käsitteille, ja käytettyjä aineistonkeruumenetelmiä ovat muun muassa lomakekyselyt, kokeelliset tutkimukset tai systemaattinen havainnointi. Empiiristen tutkimusten avulla saatu tieto on usein ajankohtaisempaa kuin muista lähteistä kerätty. Lisäksi se on valmiiksi tarkoitusta varten räätälöityä. (Heikkilä 2010, 13; Morris 2003, 3, 46.)

2.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivista tutkimusta kutsutaan myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Sen onnistumiseksi vaaditaan usein suuri otos, ja sen avulla selvitetään lähinnä lukumääriin ja prosentuaalisiin osuuksiin liittyviä ongelmia. Aineiston keruu tapahtuu yleensä tutkimuslomakkeilla, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Saatuja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoiden tai kuvioden avulla, ja usein selvitetään myös eri tekijöiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavissa asioissa tapahtuneita muutoksia. Kerättyjä tuloksia eli aineistoa yleistetään tutkittavia laajempaan joukkoon tilastollisen päättelyn avulla. Kvantitatiivinen tutkimus auttaakin kartoittamaan nykytilannetta, mutta sen avulla ei voida selvittää asioiden syitä. (Heikkilä 2010, 16.) Kvantitatiivisten menetelmien ja tietojen hallinta onkin tarpeellista juuri tilastotietojen hyödyntämisessä käytäntöön. Ja jotta saadut numeeriset tulokset voitaisiin hyödyntää, ne pitää ensin tulkita. (Morris 2003, 2-3.)

Tutkimuksen onnistumiseksi kohderyhmän ja oikean tutkimusmenetelmän valinta on tärkeää. Tutkimusmenetelmä valitaan tutkimusongelman ja tavoitteen perusteella. Tutkimusongelma on se kysymys, johon tutkimuksella yritetään saada ratkaisu. Tutkimuksen perusjoukko on koko tutkittavana oleva joukko, josta tietoa halutaan. Tutkimus voi

olla niin kokonaistutkimus, jolloin kaikki perusjoukon jäsenet tutkitaan, kuin otantatutkimus, jolloin perusjoukosta valitaan osajoukko eli otos tutkittavaksi. Tutkimusongelman ja perusjoukon tarkka määrittely luo pohjan koko tutkimuksen onnistumiselle, ja ehkäisee ongelmien syntymistä tutkimuksen myöhemmissä vaiheissa (Morris 2003, 466). Empiirisessä tutkimuksessa kerättyjä tietoja kutsutaan havainto- tai tutkimusaineistoksi. Aineisto koostuu tutkimuksen kohteena olevien tutkimusyksiköiden, eli esimerkiksi henkilöiden, tiedoista. Ne ovat muuttujien arvoja. Muuttujiksi puolestaan sanotaan tutkimusyksiköiden mitattavia ominaisuuksia, jotka vaihtelevat. Näitä ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli tai kotipaikka. (Heikkilä 2010, 14.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen tiedot voidaan hankkia erilaisista muiden tekemistä tilastoista tai tietokannoista, tai tiedot voidaan kerätä itse. Suomessa tärkein tilastojen tuottaja on Tilastokeskus. Valmiita tilastoja kuitenkin joudutaan usein muokkaamaan, yhdistelemään tai tarkistamaan ennen kuin niistä on hyötyä. Niinpä valmiita tilastoja usein käytetäänkin vain vertailukohteina itse kerätyille tiedolle. Itse kerättävissä aineistoissa on tehtävä päätös kohderyhmästä ja parhaiten tilanteeseen sopivasta tiedonkeruumenetelmästä. (Heikkilä 2010, 18-19.) Yhtä oikeaa menetelmää ei ole, vaan tutkimusongelma, tutkimuksen tavoite ja aikataulu vaikuttavat tiedonkeruumenetelmän valintaan. Survey- eli kyselytutkimusta käytetään silloin, kun tutkittavia on paljon. Survey- tutkimuksen aineisto kerätään yleensä tutkimuslomakkeen avulla. (Heikkilä 2010, 18–19; Morris 2003, 3.)

2.2 Otantatutkimukset

Otantatutkimuksella tarkoitetaan siis osatutkimusta, jossa vain osa perusjoukosta tutkitaan (Heikkilä 2010, 14). Otantatutkimus tehdään, kun määritelty perusjoukko on suuri, tiedot halutaan nopeasti tai tutkiminen on monimutkaista. Tällöin valitaan otos, joka on edustava kuva perusjoukosta. Tämä tarkoittaa, että otoksen tulee vastata perusjoukkoa tutkittavien ominaisuuksien suhteen. Tällöin tutkimuksen tulokset ovat luotettavia ja niitä voidaan yleistää koko perusjoukkoa koskeviksi. Perusjoukon yhteydessä käytetään termejä kohdeperusjoukko, johon kuuluvat kaikki kiinnostuksen kohteena olevat yksilöt, ja kehikkoperusjoukko, johon kuuluvat perusjoukon tavoitettavat yksilöt. Otannassa on olennaista satunnaistaminen, eli otoksen tulee valikoitua satunnaisesti. Tämä

poistaa osaltaan otantavirheiden mahdollisuutta. (Heikkilä 2010, 33–35; Morris 2003, 47–48.)

Käytetyimpiä otantamenetelmiä ovat yksinkertainen satunnaisotanta, systemaattinen otanta, ositettu eli stratifioitu otanta, ryväotanta eli klusteriotanta sekä otanta otosyksikön koon mukaan. Yksinkertaisessa satunnaisotannassa jokaisella perusjoukkoon kuuluvalla on yhtä suuri mahdollisuus tulla valituksi otokseen. Edustavan otoksen saamisen edellytyksenä on muun muassa se, että jokaisen otokseen valitun on kuuluttava perusjoukkoon, ja että jokaisella yksilöllä on samanlainen mahdollisuus päästä otokseen. Otokseen valintaan vaikuttavat muun muassa perusjoukon heterogeenisuus, tulosten yksityiskohtaisuus, luottamustaso, virhemarginaali, tutkittavien tapausten suhteellinen osuus, odotettavissa oleva poistuma ja perusjoukon koko. Otannan poiminnan apuna voidaan käyttää tietokoneohjelmia ja rekistereitä. Systemaattisessa otannassa satunnaisesti järjestetystä perusjoukosta poimitaan tasaisin välein yksiköitä otokseen. Ositetussa otannassa perusjoukko ositetaan eli jaetaan osiin, ja eri ositteista valitaan yksiköitä otokseen. Ryväotannan perusjoukko muodostuu valmiista ryhmistä, kuten kotitalouksista, joista arvotaan otokseen tulevat yksiköt. Otosyksikön koon mukaan tehtävässä otannassa otos puolestaan poimitaan loogisesti juuri otosyksikön koon mukaan. (Heikkilä 2010, 36–46; Morris 2003, 48.)

Käytännössä jokaisessa otantatutkimuksessa on kuitenkin virhemahdollisuus. Virheen mahdollisuus on sitä suurempi, mitä pienempi käytetty otos on. Tästä syystä otos pyritään yleensä saamaan mahdollisimman suureksi. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 38.) Otokselle onkin luokiteltu viitearvoja. Otoksen tulisi olla esimerkiksi 500–1000 valtakunnallisissa kuluttajatutkimuksissa, ja muutamia satoja, jos perusjoukko on suppeampi. Jos otoksen koosta tingitään, johtaa se yleensä tutkimuksen luotettavuuden vähenemiseen. (Heikkilä 2010, 45.) Kuitenkin myös suuren otoksen suhteen on olemassa ongelmia: sen kokoamisen esteinä ovat usein kustannukset, aika ja huono hallittavuus, eikä se hyvin suurena enää lisää tulosten tarkkuutta merkittävästi (Holopainen & Pulkkinen 2008, 38).

2.3 Otannan ongelmat

Kaikissa tutkimuksissa esiintyy eri tekijöiden aiheuttamia virheitä. Kun niiden olemassaolo tiedostetaan, niitä on mahdollista välttää. Otantatutkimuksissa virheet muodostuvat otantavirheestä sekä otantaan liittymättömistä virheistä. Otantavirhe voi johtua siitä, että otantamenetelmä on tilanteeseen sopimaton, otos ei ole edustava eli se ei vastaa perusjoukkoa tai otoskoko on liian pieni. Otantaan liittymättömiä virheitä sen sijaan ovat vastaamiseen liittyvät virheet sekä vastaamattomuudesta ja tavoittamattomuudesta johtuvat virheet. Vastaamiseen liittyviksi virheiksi kutsutaan joko vastaajasta tai tutkimuksen tekijöistä johtuvia virheitä. Näitä ovat esimerkiksi väärin tietojen antaminen ja kysymysten väärinymmärtäminen, sekä vastausten väärin kirjaukset, vastaajien auttamiset ja ohjeiden noudattamatta jättämiset. Myös huono tavoitteen määrittely, väärä kohderyhmä, kyselylomakkeen puutteet tai epäselvyydet, huonot tilastoanalyysit sekä väärät tulosten tulkinnat ja johtopäätökset johtavat usein tutkimuksen virheisiin. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 41.)

Myös otannan alipeitto ja kato heikentävät tutkimuksen ja sen tulosten laatua. Alipeitolla tarkoitetaan tilannetta, jossa koko perusjoukko ei ole otoskehikossa. Kato puolestaan tarkoittaa, että otokseen valituista ei saada tietoa. Otoskehikon lisäksi täytyy siis olla myös tieto ja keinot tavoittaa vastaajat. Sekä alipeiton että kadon aiheuttamat virheet johtuvat havaintojen, ja näin ollen itse tiedon puuttumisesta. Alipeiton suuruutta, tai edes sen ilmenemistä ei aina tiedetä. Niinpä tutkimukseen ei voida tehdä mahdollisesti tarvittavia korjauksia. (Tilastokeskus 2009.) Kato sen sijaan voi vaikuttaa otoksen kokoon, jolloin lopullisesta otoksesta saattaa puuttua jokin tai joitakin osajoukkoja. Otoksen puutteellisuus puolestaan vaikuttaa tuloksista tehtäviin johtopäätöksiin, jolloin ne saattavat olla virheellisiä. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 41.)

Otostutkimuksen tulokset eivät missään tapauksessa koske koko perusjoukkoa, vaan nimenomaan otoskehikossa olevia. Mikäli otoskehikko on alipeittävä, myös otokset saattavat olla vääristyneitä. Otostutkimusten tulokset eivät kuitenkaan koskaan ole oikeita tai väriä, sillä samalla tavalla samasta perusjoukosta poimitut otokset antavat melko varmasti aina eri tulokset. Otannassa pitääkin käyttää menetelmiä, jotka on kirjattu tarpeeksi tarkasti ja joiden pätevyys pystytään osoittamaan. (Tilastokeskus 2009.)

Tiedonkeruun laadun lähtökohtana ovat siis tieteellisesti perustellut, luotettavat otantamenetelmät. (Tilastokeskus 2004.)

2.4 Kyselylomake ja sen laatiminen

Tutkimusta varten laadittava kyselylomake on etukäteen määritelty kysymysjoukko, jonka tarkoituksena on kerätä tietoa tietystä aiheesta. Lomakkeen käytön päätavoitteina on muuntaa tutkimusongelma kysymyksiksi ja tehdä sen täyttäminen helpoksi vastaajalle. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 42.) Koska kyselylomake on kyselytutkimuksen olennainen osa, sen kysymykset tulisi suunnitella hyvin. Lomakkeen laatimisen suunnittelu vaatii aiheeseen ja tutkimusongelmaan syventymistä ja niiden pohtimista. Suunnittelussa täytyy huomioida myös aineiston käsittelytapa sekä kuinka tiettyjä asioita kysytään ja miten tarkkoja vastauksia niihin halutaan. On myös varmistettava, että tutkittava asia saadaan selvitettyä kysymysten avulla. Kyselylomakkeessa voi olla erilaisia kysymystyyppejä, kuten avoimia kysymyksiä, suljettuja eli vaihtoehdot antavia kysymyksiä sekä sekamuotoisia kysymyksiä. Sekamuotoisissa kysymyksissä osa vastausvaihtoehdoista on valmiiksi annettu ja osa on avoimia. (Heikkilä 2010, 47–52.)

Lomake laaditaan vaiheittain. Kun tutkimusmenetelmä on päätetty, valitaan käytettävät taustamuuttujat. Taustamuuttujilla tarkoitetaan vastaajien ominaisuuksia, kuten ikää, sukupuolta tai koulutusta (Heikkilä 2010, 143). Niiden avulla vastauksia voidaan myöhemmin jaotella. Seuraavaksi laaditaan kysymykset ja määritellään niiden rakenne. Rakenteen määrittelyssä täytyy ottaa huomioon avointen ja suljettujen kysymysten käsiteltävyys, sekä se, että monivalintakysymysten vaihtoehdot kattavat kaikki mahdollisuudet. Kysymysten sanamuodot on myös hyvä tarkistaa väärinkäsitysten ja johdattelun välttämiseksi. Lopuksi tarkistetaan, ettei mitään olennaista ole jäänyt lomakkeesta pois, kysymyksiä on sopiva määrä, ja että ne ovat sopivassa järjestyksessä. Tämän jälkeen suunnitellaan lomakkeen ulkoasu ja mahdollisesti testataan lomake. Käytännössä kyselylomakkeen tekeminen on jatkuva prosessi, jossa lomaketta muokataan niin kauan kun korjattavia kohtia löytyy. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 43.)

2.5 Tutkimusprosessi

Empiirisissä tutkimuksissa koko tutkimusasetelma rakentuu käytännössä kolmesta teki-
jästä, joita ovat tutkimusongelma, aineisto ja menetelmä. Koko tutkimuksen hyöty riip-
puu siis suoraan ongelman määrittämisestä ja sen onnistumisesta. Tutkimusongelmalle
myös perustuu koko aineiston kokoaminen, käsittely ja analysointi. Se voidaan jakaa
pienempiin osaongelmiin tutkimusprosessin vaiheiden helpottamiseksi. Ongelmasta tai
osaongelmista muotoillaan sitten hypoteeseja eli väittämiä, jotka pyritään todentamaan
kerätyn aineiston ja niistä saatujen tulosten ja johtopäätösten avulla. (Heikkilä 2010,
23–24.)

Tutkimuksen eri vaiheista muodostuu kokonaisuus, tutkimusprosessi. Se alkaa tutki-
musongelman määrittämisellä ja mahdollisiin aiempiin tutkimuksiin perehtymisellä.
Näiden pohjalta laadittava tutkimussuunnitelma sisältää tiedot kaikista tutkimuksen
toteutukseen liittyvistä seikoista. Suunnitelma kertoo, mitä ja miksi tutkitaan, mitä ai-
neistoa käytetään, miten tiedot hankitaan ja käsitellään, miten tulokset raportoidaan
sekä prosessin aikataulun. (Heikkilä 2010, 22.)

Tutkimuksen aineisto voidaan kerätä esimerkiksi kyselylomakkeilla. Aineiston keräämi-
sen jälkeen sitä kuvataan eli tarkastellaan, luokitellaan, esitetään graafisesti sekä analy-
soidaan. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 18.) Aineiston kuvaamisen apuna voidaan
käyttää erilaisia sähköisiä ohjelmia, kuten MS Officen Excelia tai PASWia. Ohjelmien
avulla aineisto on helppo muuntaa taulukoiksi, joissa kerättyä informaatiota voidaan
luokitella ja vertailla. Keskeisellä sijalla tutkimuksen teossa on tulosten tulkinta. Tulkin-
nan ja johtopäätösten avulla tulokset saavat merkityksen, ja merkityksien kautta tutki-
mus tuottaa toimeksiantajilleen ja tekijöilleen hyötyä. Tulkintojen jälkeen arvioidaan
käytettyjä menetelmiä ja tutkimuksen tuloksia, ja vertaillaan niitä kriittisesti aiempiin
tutkimuksiin. Mahdollisten ilmenevien erojen syitä täytyy pohtia puolueettomasti, jotta
tutkimuksen hyödyt olisivat mahdollisimman suuret. Lopuksi arvioidaan myös lähtei-
den luotettavuutta sekä kirjoitetaan raportti, jossa esitellään prosessin vaiheet, käytetyt
menetelmät, tulokset, niistä vedetyt johtopäätökset sekä niiden merkitykset. (Holopai-
nen & Pulkkinen 2008, 18–20.)

2.6 Hyvän tutkimuksen perusvaatimukset

Tutkimus voidaan luokitella onnistuneeksi, jos sen avulla saadaan luotettavia vastauksia tutkimusongelmaan. Hyvän kvantitatiivisen tutkimuksen perusvaatimuksia ovat validiteetti eli pätevyys, reliabiliteetti eli luotettavuus, objektiivisuus eli puolueettomuus, tehokkuus ja taloudellisuus, avoimuus, tietosuoja, hyödyllisyys ja käyttökelpoisuus sekä sopiva aikataulu. (Heikkilä 2010, 29–32.)

Validiteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkimus mittaa asiaa, jota sen oli tarkoituskin mitata. Tutkimuksesta siis puuttuu systemaattinen virhe. Systemaattinen virhe syntyy jostakin tekijästä, joka liittyy aineiston keräämiseen, ja se vaikuttaa koko aineistoon samansuuntaisesti (Heikkilä 2010, 186). Validiteetti tulee varmistaa etukäteen hyvällä suunnittelulla, sillä sitä on vaikea arvioida jälkeenpäin. Lomakkeen kysymysten tulee mitata oikeita asioita ja oikea otos täytyy valita tarkasti. Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten tarkkuutta, eli sitä, että kuka tahansa voi toistaa tutkimuksen samanlaisin tuloksin. Tällöin etenkin otoksen täytyy edustaa koko perusjoukkoa, eikä se saa olla liian pieni. Objektiivisuudella tarkoitetaan, että tutkimusten tulokset eivät saa riippua tutkijasta vaan niiden tulee olla yleispäteviä. Avoimuuden periaatteen mukaan tutkittaville tulee selvittää tutkimuksen tarkoitus ja käytötapa, ja käytetyt menetelmät ja riskit tulee esitellä selkeästi. Sopivalla aikataululla tarkoitetaan siinä pysymistä, ja sitä että tutkimuksen tulosten ja tietojen tulee olla käytettävissä silloin, kun niitä tarvitaan. (Heikkilä 2010, 29–32.)

Tutkimuksen tuloksista tehtävät johtopäätökset riippuvuuksia ja eroja koskien perustuvat tilastollisiin testeihin. Testien avulla yritetään selvittää pitävätkö olettamukset tiettyjen asioiden välisistä suhteista paikkansa, jolloin ne voitaisiin yleistää koko tutkittavaan perusjoukkoon. Näitä olettamuksia kutsutaan myös hypoteeseiksi. Hypoteeseja laaditaan tilastollisessa testauksessa kaksi, joista toisen on oltava aina voimassa. Nollahypoteesi H_0 väittää, että muuttujien välillä ei ole riippuvuutta ja jotta se voidaan hylätä, tulee erojen tai riippuvuuksien olla niin suuret, etteivät ne voi johtua sattumasta. Nollahypoteesin kumoutuessa hyväksytään vastahypoteesi H_1 , jonka mukaan riippuvuutta tai eroa on havaittavissa. (Heikkilä 2010, 189–192.) Hypoteeseja voidaan testata esimerkiksi selvittämällä niiden tilastollinen merkitsevyytaso. Merkitsevyytaso (Significance) ku-

vaa riskin suuruutta, että saatu ero tai riippuvuus johtuu sattumasta ja sitä ilmaistaan p-arvon avulla. Eron tai riippuvuuden sanotaan olevan

- tilastollisesti erittäin merkitsevä, jos $p \leq 0,001$
- tilastollisesti merkitsevä, jos $0,001 < p \leq 0,01$
- tilastollisesti melkein merkitsevä, jos $0,01 < p \leq 0,05$. (Heikkilä 2010, 194–195.)

Tilastolliset testit voivat olla joko parametrisiä tai ei-parametrisiä. Parametrisissä testeissä havaintoaineiston oletetaan noudattavan normaalijakaumaa ja muuttujien tulee olla vähintään välimatka-asteikollisia. Ei-parametrisissä testeissä sen sijaan otos voi olla epäsattunnaisempi, muuttujat voivat olla nominaali- tai järjestysasteikon tason tason eikä sen tarvitse olla normaalisti jakautunut. (Metsämuuronen 2004, 9.) Ristiintaulukoinnin analysoinnissa käytetään usein ei-parametristä Khiin neliö-testiä. Testin oletuksena on, että muuttujat ovat toisistaan riippumattomia ja testin avulla selvitetään pitääkö oletus paikkansa (Metsämuuronen 2004, 135-136).

2.7 Tutkimuksen hyödyntäminen kohteen ja brandin kehittämisessä

Jatkuvasti globalisoituvassa maailmassa matkakohteiden kilpailu on koko ajan kovempaa. Erottautuminen muista samanlaisista kohteista on tärkeää menestymisen kannalta. Monissa kohteissa kehitetäänkin markkinoinnin ja brandauksen tekniikoita avuksi erottautumisessa kilpailijoista. (Moilanen & Rainisto 2009, 111.) Brandilla tarkoitetaan asiakkaan mielessä muodostuvaa, niin konkreettisia kuin abstrakteja elementtejä sisältävää kuvaa tuotteesta tai palvelusta (Moilanen & Rainisto 2009, 6). Huolimatta kohteiden monimuotoisuudesta kaikki matkakohteet ovat tuotteita, joissa yhdistyvät matkailutuotteet ja -palvelut luoden ainutlaatuisen kokemuksen kävijälle. Niinpä kohteen mielikuva eli brandikin muodostuu näiden kokonaisuudesta. Koska kohteet sisältävät monia elementtejä, niiden markkinointikin on monimutkainen prosessi. Usein markkinointi annetaan toimeksiantona ulkopuoliselle yritykselle, jonka päätavoitteena on markkinoida kohdetta potentiaalisille kävijöille taloudellisen hyödyn tuottamiseksi kohteelle. (Moilanen & Rainisto 2009, 111–116.) Jotta brandista ja markkinoinnista olisi pitkäkestoista hyötyä kohteelle, sen palveluiden laadunkin tulisi vastata sen imagoa. Laadulle on vaikea antaa yksinkertaista määritelmää. Liiketoiminnassa sillä tarkoitetaan strategian mu-

kaisuutta ja palvelulupausten täyttämistä, käytännössä siis asiakkaan odotusten ja tarpeiden tyydyttämistä sekä toiminnan virheettömyyttä. Laatua voidaan mitata erilaisilla sitä varten kehitetyillä työkaluilla, kuten ISO 9000 -standardistolla. (Laatuakatemia 2010.)

Suomenlinnassa tällä hetkellä meneillään olevan Suomenlinna huomenna -projektin tavoitteena onkin rakentaa kohteelle maailmanperintöstatuksen arvon mukainen brandi. (Suomenlinna huomenna 2010). Brandin hyötyjä ovat muun muassa erottautuminen, markkinointihyödyt, pitkän tähtäimen strategiset edut, laatutakuu sekä yhteydet kumppaneihin (Moilanen & Rainisto 2009, 7-8). Brandin avulla pystytään muokkaamaan Suomenlinnan kävijäkunnan rakennetta ja käyttäytymistä, saadaan näkyvyyttä ja arvostusta, houkutellaan lisää tapahtumia, asiakkaita, yhteistyökumppaneita ja osajia kohteeseen sekä vaikutetaan julkiseen päätöksentekoon ja investointeihin. Projekti on kaksivuotinen ja sen on tarkoitus valmistua loppuvuodesta 2011. (Suomenlinna huomenna 2010.) Näitä tavoitteita varten tarvitaan tietoa juuri kävijöistä, sekä yksittäisistä että ryhmistä. Tarvittavaa tietoa taas saadaan tutkimusten avulla. Ja tutkimustiedon pohjalta voidaan kehittää kohteen brandausta ja markkinointia.

Jotta tutkimus tuottaisi luotettavia ja hyödynnettävissä olevia tuloksia, sen tulee kuitenkin olla oikein toteutettu, kuten edellä on todettu. Tutkittujen seikkojen ja kysyttyjen kysymysten tulee vastata oikeisiin asioihin validiteetin varmistamiseksi. Echtner ja Ritchie (2003, 46) ovat tutkineet matkakohteen imagoa ja sen mittaamista. He tarkastelivat aiempia matkakohteiden imagomittauksia ja päätyivät siihen, että suurin osa aiemmista tutkijoista oli käyttänyt tutkimuksissaan riittämättömiä metodeja, kuten pelkkiä suljettuja kysymyksiä. He päätyivät siihen, että matkakohteiden imagotutkimusten tulisi perustua sekä niiden ominaisuuksille että kohteelle kokonaisvaltaisesti. Jos tutkimuksessa jätetään huomioimatta jokin kohteen ominaisuus, myös tulokset ovat väistämättä vääristyneitä.

Suomenlinnan tapauksessa tämä tarkoittaa myös kohteessa vierailevien mielipiteiden huomioimista. Matkatuotteen loppukäyttäjinä kohteen kävijät ovat kuitenkin juuri se ryhmä, jota varten kohdetta kehitetään. Asiakaslähtöisissä tutkimuksissa tulisi jo tutkimusentekovaiheessa ottaa huomioon matkailijoiden erilaiset odotukset ja asioiden

kokeminen eri tavoin. Se, minkä jotkut kokevat iloisesti yllättävänä, saattaa toisista tuntua itsestäänselvyydeltä. Tutkimuksen oikealla toteutuksella sen tuloksetkin ovat mahdollisimman luotettavia ja niitä voidaan käyttää matkakohteen ja sen brandin kehittämisessä niin, että myös kehitystoimet ovat aidosti tarkoituksenmukaisia. Mikäli tutkimuksen tulokset ovat vääristyneet, myös niiden perusteella kohteeseen tehdyt muutokset ovat tuloksettomia. Tutkimustiedon luotettavuus ja pätevyys ovat siis ensiarvoisen tärkeitä kävijöiden aitojen mielipiteiden selvittämiseksi. Kävijöiden mielipiteiden pohjalta puolestaan voidaan kehittää kohdetta ja sen brandia oikeanlaisiksi, sekä kohdetta että kävijöitä hyödyttävästi.

3 Suomenlinnaa suojellaan maailmanperintöstatuksen avulla

Unesco on Yhdistyneiden Kansakuntien alainen kasvatus-, tiede- ja kulttuurijärjestö. Sen tavoitteena on edistää kansojen välistä yhteistyötä ja myötävaikuttaa rauhan rakentamiseen, köyhyyden vähentämiseen, kestäväan kehitykseen ja kulttuurienväliseen dialogiin. (UNESCO 2011.) Unesco on perustettu vuonna 1945 ja tällä hetkellä järjestöön kuuluu 193 jäsenmaata ja seitsemän liittäjäjäsenä (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010a).

Unesco hyväksyi vuonna 1972 kansainvälisen sopimuksen, jonka avulla pyritään säilyttämään maailman uhanalainen kulttuuri- ja luonnonperintö tuleville sukupolville. Tavoitteena on lisätä näiden ainutlaatuisten maailmanperintökohteiden arvostusta ja kasvattaa ihmisten tietoisuutta sekä auttaa kansakuntia pitämään kulttuuriperintökohteita kunnossa. Päästäkseen maailmanperintöluetteloon, kulttuuriperintökohteen tulee olla inhimillisen luovuuden mestariteos tai merkittävä todiste olemassa olevasta tai jo hävinneestä kulttuurista. Kohde voi myös edustaa historiallisen aikakauden rakennustyyliä, kulttuuriin kuuluvaa perinteistä asutusta sekä liittyä tapahtumiin, uskontoon, taiteeseen tai erilaisiin teoksiin. Luonnonperintökohde puolestaan kertoo maapallon historian tärkeästä kehitysvaiheesta, on esimerkki meneillään olevasta ekologisesta tai biologisesta muutoksesta, on uhanalaisen eläinlajin asuinalue tai edustaa poikkeuksellisen kaunista maisemaa. Elokuussa 2010 maailmanperintöluettelossa oli 911 kohdetta, jotka sijaitsevat 151 valtion alueella. Näistä 704 on kulttuurikohteita, 180 luontokohteita ja 27 yhdistettyä kohdetta. Suomessa on kuusi kulttuuriperintökohdetta ja yksi luonnonperintökohde. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010b.)

3.1 Maailmanperintökohteen haasteiden hallinta

Maailmanperintöluetteloon liitetyillä kohteilla on huomattavaa maailmalaaajuista arvoa ihmiskunnalle ja sen takia niiden suojelu on äärimmäisen tärkeää. Kohteet ovat usein aitoja jäänteitä menneiltä aikakausilta, joita alati kehittyvä maailma ei ole turmellut. Ne ovat arvokkaita, sillä ne tarjoavat ihmisille mahdollisuuden kokea menneisyyden nykyhetkessä. (Di Giovine 2009, 301.) Jotta kohteet säilyisivät myös tuleville sukupolville, valtiot on sitoutettu suojelemaan niitä erilaisilla lailla ja asetuksilla. Kohteen tarvitessa

erityistä suojelua siitä voidaan myös eristää osa tai vastaavasti estää kokonaan ihmisten pääsy alueelle. (UNESCO World Heritage Centre 2008, 25–26, 29.)

Maailmanperintö- ja muiden kulttuurikohteiden ikuisena haasteena on paikan autenttisuuden säilyttäminen. Matkailulla sanotaankin usein olevan negatiivinen vaikutus kulttuurikohteisiin. Toisaalta matkailu on myös hyvä keino kohteen suojelun edistämiseksi. (Fyall, Garrod, Leask & Wanhill 2008, 127–131.) Kävijöistä aiheutuvia negatiivisia vaikutuksia kohteille ovat muun muassa ruuhkautuminen, kuluminen, liikenneongelmat, vaikutukset paikallisiin yhteisöihin sekä itse kävijähallinnan vaikutukset kohteen aitouteen. Kohteen ruuhkautuminen on riippuvainen sen vierailijakapasiteetista. Kun kohde ruuhkautuu, jonoja alkaa syntyä ja kävijöiden kulku hankaloituu. Myös matkailukokemusten taso ja asiakastyytyväisyys saattavat laskea. Kulumiseksi lasketaan kävely herkillä alueilla, eroosio, nähtävyyksien tarpeeton koskeminen, kävijöistä aiheutuvat kosteuden ja lämpötilan vaihtelut, varkaudet ja graffitit. Liikenneongelmiin kuuluvat lähinnä autoilu ja sen aiheuttamat saastuminen, onnettomuusriski ja huolimaton parkkeeraus. Vaikutuksia paikalliseen yhteisöön ovat muun muassa kävijöiden ajattelemattomuus ja tunkeutuminen yksityisalueille, sekä vastaavasti asukkaiden vaikutus kävijöiden matkailukokemukseen. (Fyall ym. 2008, 167–169.)

Kävijähallinnalla tarkoitetaan kävijävaikutusten minimoointia matkakohteissa niin, että kävijät kuitenkin saisivat vierailustaan mahdollisimman positiivisen kokemuksen. Kävijähallinnan vaikutuksia kohteeseen ja sen aitouteen ovat esimerkiksi opasteiden ja kyltien sijoittaminen, kävijöiden kulkemista helpottamaan tehdyt muutokset, kuten hissit tai rampit sekä kohteen suojelun kanssa ristiriitaiset turvallisuustoimet. Kävijähallinnan ongelmana onkin, muuttavatko siitä aiheutuvat toimet kohdetta enemmän kuin jos sitä ei olisi harjoitettu lainkaan. Loppujen lopuksi kävijähallinta on kuitenkin välttämätöntä kohteiden kannalta. Sitä harjoitettaessa joudutaan tasapainottelemaan kävijöiden tyydyttämisen ja kohteen suojelun välillä. Samalla tavalla kuin kävijähallinnan itsessäänkin tulisi olla tasapainottelua omien etujensa ja sivuvaikutustensa välillä enemmän kuin tiukkoja kieltoja kävijävaikutusten vähentämiseksi. (Laaksonen & Luostarinen 2010, 14; Fyall ym. 2008, 169–179.)

Kävijähallinnan toimet voidaan jakaa tarjonta- ja kysyntästrategioihin. Tarjontastrategioilla pyritään lisäämään kohteen kävijäkapasiteettia niin, etteivät matkailijoiden kokemukset huonontuisi tai kohde vahingoittuisi. Tähän tähtäviä toimenpiteitä ovat muun muassa jonotuksen tehostaminen ja vierailijoiden viihdyttäminen jonotuksen aikana, aukioloaikojen pidentäminen ja henkilöstön lisääminen, valvojien palkkaaminen ja polkujen vahvistaminen sekä kävijämäärien rajoittaminen. Kysyntästrategioiden tarkoituksena puolestaan on vaikuttaa kävijämääriin ja -käyttöön niin, että vierailijavaikutukset minimoituisivat. Niihin kuuluvat pääsymaksujen nostaminen ja kysynnän hallinta niiden avulla, markkinointi sekä koulutus ja opastus käyttäytymisestä kohteessa. (Fyall ym. 2008, 170–179.)

Suomenlinna liitettiin maailmanperintöluetteloon kulttuurikohteena vuonna 1991 ainutlaatuisena sotilasarkkitehtuurin muistomerkinä. Linnoitusta on käytetty laivastotuki-kohtana ja se on myös ollut tärkeä osa Suomen puolustusta. Myöhemmin Suomenlinna on toiminut sekä venäläisenä että suomalaisena varuskuntana ja vankileirinä. Nykyään saari on Merisotakoulun, noin 850 asukkaan sekä matkailijoiden käytössä. Alueen kunnossapidosta ja restauroinnista vastaa opetusministeriön alainen Suomenlinnan hoitokunta. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010c.) Maailmanperintösopimuksen edellytysten mukaisesti Suomen valtio on sitoutunut suojelemaan ja ylläpitämään arvokasta kohdetta. Suomenlinnan järjestyssäännöt on laadittu hyödyntämällä muinaismuistolakia, järjestyslakia ja luonnonsuojeluasetuksia. Saarella on myös käytössä asetuksia, joiden mukaan alueella ei saa järjestää tapahtumia tai pystyttää minkäänlaisia katoksia ilman maanomistajan lupaa. Järjestyssäännöissä on myös kielletty esimerkiksi avotulenteko ja grillaaminen. (Suomenlinna 2010.) Näiden sääntöjen ja määräysten noudattaminen on tärkeää, jotta Suomenlinna voidaan käyttää virkistyskäyttöön jatkossakin. Kuten luvun 5.8 tuloksista myöhemmin ilmenee, monet ihmiset eivät ole tietoisia siitä, että Suomenlinna on maailmanperintökohde tai tiedä mitä se käytännössä merkitsee. Monille se on vain paikka, jossa voi viettää kaunista kesäpäivää. Suomenlinnan historiallisuutta ja arvokkuutta tulisikin korostaa, jotta ihmiset vahingoittaisivat saarta mahdollisimman vähän.

Suomenlinnassa kävijöistä aiheutuvia vaikutuksia ovat muun muassa ruuhkautuminen ja jonot lautalla, maaston kuluminen ja lajien häviäminen, muurien rapistuminen, opasteiden ja kylttien sopimattomuus ympäristöön ja kävijöiden vaeltelu asukkaiden yksi-

tyisalueilla. Näitä haittoja pystytään ehkäisemään juuri kävijähallinnan keinoin. (Laaksonen & Luostarinen 2010, 13–14.) Suomenlinnassa esimerkiksi lauttojen vuoroväliä voitaisiinkin lyhentää, jonotusjärjestelmää parantaa, luoda kävijäkiintiöitä ja yrittää jakaa kävijämääriä tasaisemmin esimerkiksi järjestetyn ohjelman avulla, kävelypolkuja vahvistaa ja merkitä paremmin, opastamalla kävijöitä paremmin harvinaisista lajeista ja sopimattomista alueista esimerkiksi lisätyövoimaa saareen palkkaamalla.

3.2 Kävijähallinnan kehittäminen Suomenlinnassa

Suomenlinnan kestävän matkailun kehittämistä ja siitä tehtäviä päätöksiä on konkretisoitu kantokykyanalyysin avulla vuonna 2003. Kantokyvyllä tarkoitetaan ihmisen aiheuttamaa muutosta, jonka vaikutuksesta kohteen kulttuuriset, ekologiset ja sosiaaliset olosuhteet vahingoittuvat. Parhaimmillaan se on kohdetta säilyttävä hoitojärjestelmä. Kantokyvystä saa vihjeitä asukkaiden ja kävijöiden haastatteluilla sekä seuraamalla maaston muutoksia. Kantokyselyselvitystä on Suomenlinnassa hyödynnetty muun muassa matkailun kestävän kehittämissuunnitelman laatimisessa ja käytön kanavoinnissa. Selvitys tehtiin Suomenlinnan oloihin soveltuvaa kantokykymallia käyttäen. Siitä selvisi, että Suomenlinnan kantokyky kärsii järjestämättömästä toiminnan suunnittelusta ja paikoin puutteellisesta hoitojärjestelmästä. Erilaiset toiminnot aiheuttivat ristiriitoja asukkaiden ja kävijöiden välille ja luonto häiriintyi käytön suunnittelemattomuuden vuoksi. (Borg, Öystilä & Partti 2003, 48–49.)

Kantokykyanalyysissä ilmenneiden ongelmien ratkaisemiseksi selvityksessä esitettiin erilaisia toimenpiteitä, kuten tiettyjen alueiden sulkemista kävijöiltä ja toisten merkitsemistä ei suositelluiksi, herkkien luonnonalueiden huomioimista maankäyttöä suunniteltaessa, opastusjärjestelmän ja informaation parantamista, eroosion hallintaa ja jätehuollon parantamista, biodiversiteetin ylläpitoa, verkottumista, tuotekehittelyä ja matkailukauden pidentämistä, palvelujen saatavuutta ja siisteyden ylläpitämistä, tuotekehittelyä sekä kävijärakenteen muuttamista kulttuuri- ja luontomatkailijapainotteiseksi. Kyseiset toimenpiteet liittyvät kohteen jatkuvaan hoitoon ja kävijähallintaan, ja niiden tavoitteena oli näiden toimien kehittäminen luonnon ja kävijöiden kannalta paremmiksi. Toteutajiksi mainittiin Suomenlinnan hoitokunta, opetusministeriö ja Ehrensward-seura. (Borg ym. 2003, 49–69.)

Vuonna 2005 valmistuneessa opinnäytetyössä puolestaan tutkittiin, miten matkailu-markkinointia ja -tulkintaa voidaan käyttää tehokkaammin muuttamaan kävijöiden asenteita ja käytöstä maailmanperintökohteessa vierailun aikana Suomenlinnassa. Maailmanperintökohteet, kuten Suomenlinna, vetävät yhä enemmän niin kotimaisia kuin ulkomaisiakin kävijöitä, minkä vuoksi niiden ainutlaatuisuuden säilyttäminen vaatii tarkkaa kävijähallintaa. Kävijöiden suuri määrä aiheuttaa kuitenkin usein ongelmia kävijähallinnan suhteen; viestinnässä täytyy ottaa huomioon sekä matkailijoiden että kohteen usein ristiriitaiset tarpeet. Tämän vuoksi on tärkeää löytää uusia keinoja tehokkaaseen kävijävaikutusten hallintaan sekä kohteessa että sen ulkopuolella tapahtuvan markkinoinnin avulla. Taloudellinen kasvukaan kohteessa tuskin on oikeutettua ilman ympäristön suojelua ja kävijähallintaa. (Henrich 2005, 4-6.)

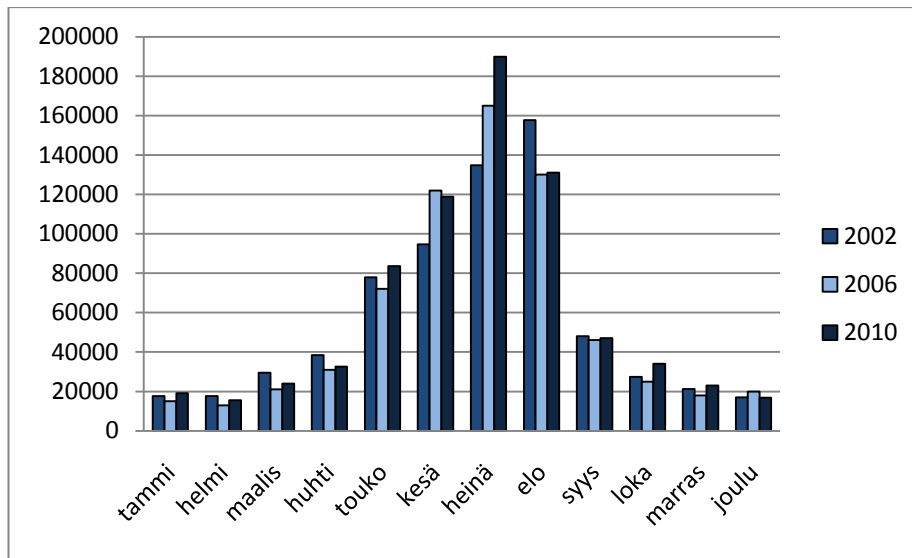
Tutkimuksen mukaan Suomenlinnaa tulisikin johtaa ja kehittää maailmanperintökohteen laatustandardeja kunnioittaen. Johdon vastuulla on suojella kohdetta Unescon määrittelemien reunaehtojen mukaan. Opinnäytetyön valmistuessa Suomenlinnassa ei kuitenkaan vielä ollut tällaista kehittämisstrategiaa, vaan ainoat tunnustetut markkinointivälineet olivat Suomenlinnakeskus ja Internet. Yleensä informaatiota kuitenkin tarjottiin vähintään kolmella kielellä vierailijoiden lähtöalueet huomioiden, vaikka tiedotusten ulkoasu ja sisältö olikin usein tylsä ja samanlaisena toistuva. (Henrich 2005, 70–71.)

Suomenlinna on yksi Suomen seitsemästä maailmanperintökohteesta, minkä takia sen hoitamiseen on kiinnitettävä erityistä huomiota. Kohteen säilyttämisen avuksi on laadittu hoitosuunnitelma, joka myös auttaa kohteen suunnitelmallisessa kehittämisessä ja kestävän matkailun edistämässä. Kohteen kunnossa pysymisessä on kuitenkin olennaista, että sinne matkustavat kävijät kohtelevat sitä oikein. Kävijähallinnan avulla Suomenlinnassa ohjataan matkailijoita toimimaan kestävin periaattein kohdetta kunnioittavasti. Käytännössä tämä tarkoittaa kävijöiden opastusta niin, että matkailusta aiheutuu mahdollisimman vähän haittaa niin saaren luonnolle, rakennuksille kuin sen asukkaille. Edellä mainitun Suomenlinna huomenna -projektin tavoitteena onkin brändin luomisen lisäksi kehittää sen esittelyyn ja kävijähallintaan liittyviä osia hoitosuunnitelmaan. (Suomenlinna huomenna 2010.)

4 Tutkimuksen kuvaus

Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2010 toteutettiin toimeksiantona Suomenlinnan hoitokunnalle. Vastaavia tutkimuksia on tehty aiemmin, viimeisimmät vuosina 2002 ja 2006. Tutkimuksessa selvitettiin Suomenlinnaan tulevien matkailijoiden profiilia, käyntikertojen määrää, palveluiden ja rahan käyttöä sekä mielipiteitä kohteesta. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena kyselylomakkeen avulla keräämällä vastauksia Suomenlinnan lautalta sekä JT-Linen vesibussilta otantasuunnitelman mukaisesti. Tutkimuksen otanta oli 1000, sillä kvantitatiivinen tutkimus vaatii suuren otoksen onnistuakseen, kuten luvussa 2.2 todettiin (Holopainen & Pulkkinen 2008, 38). Opinnäytetyön avulla Suomenlinnan hoitokunta pyrkii parantamaan kohteen matkailijaystävällisyyttä ja kävijöille suunnattuja palveluita, sekä kehittämään kohdetta kokonaisvaltaisesti. Tutkimus auttaa osaltaan myös aiemmin esitellyn Suomenlinna huomenna -projektin toteutuksessa keräämällä taustatietoa kohteen kävijäkunnasta (Suomenlinna huomenna 2010).

Tutkimuksen perusjoukkona olivat kaikki vuonna 2010 Suomenlinnassa käyneet HSL:n lauttaa tai JT-Linen vesibussia käyttäneet matkailijat. Tätä perusjoukkoa on tutkittu myös aiemmissa Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimuksissa vuosina 2002 ja 2006 (Hiltunen & Öystilä 2003; Smyk & Vehkakoski 2007). Kuviossa 2 näkyvät näiden vuosien kuukausittaiset matkailijamäärät verrattuna vuoden 2010 kävijämääriin. Vuonna 2002 vierailijoita oli 682 000, vuonna 2006 678 000 ja vuonna 2010 735 700 (Öystilä, M. 10.2.2011).



Kuvio 2. Kuukausittaiset kävijämäärät vuosina 2002, 2006 ja 2010 (Öystilä, M. 10.2.2011)

Otantasuunnitelma tehtiin Suomenlinnan virallisten kävijätilastojen pohjalta vuoden 2009 kävijämääriä hyödyntäen. Näin jokaiselta kuukaudelta kerättiin tietty määrä lomakkeita kuun kävijämäärän suhteutetusti, sekä arkipäiviltä että viikonlopuilta. Suunnitelma kuitenkin muokkautui tutkimuksen edetessä hieman ja taulukossa 1 näkyvät lopulliset otantamäärät. Yhteensä tutkimuksen otos oli 1000 kävijää. Otoksen poiminta tapahtui harkittuna satunnaisotantana, eli kaikilla kävijöillä oli periaatteessa yhtä suuri mahdollisuus vastata tutkimukseen, vaikka kerääjät päättivätkin, keneltä asiasta kysyivät. Satunnaisotannon periaatteisiin perhdyttiin aiemmin luvussa 2.2.

Taulukko 1. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimuksen otantasuunnitelma

Kuukausi	Lomakkeiden määrä yhteensä	HSL:n lautoilla	JT-Linen vesibussilla	Lomakkeiden määrä arkipäivinä	Keräyskerrat arkipäivinä	Lomakkeiden määrä viikonloppuina	Keräyskerrat viikonloppuina	Keräyskerrat yhteensä
tammikuu	24	24		24	1			2
helmikuu	24	24		8	1	16	1	2
maaliskuu	26	26		7	1	19	1	2
huhtikuu	58	58		26	2	32	2	4
toukokuu	130	114	16	79	3	51	4	8
kesäkuu	164	135	29	86	6	78	5	11
heinäkuu	214	180	34	107	9	107	6	12
elokuu	180	149	31	88	6	92	6	10
syyskuu	76	66	10	38	2	38	2	4
lokakuu	46	46		27	2	19	1	3
marraskuu	31	31		11	2	20	2	3
joulukuu	27	27		13	1	14	1	2
yhteensä	1000	880	120	514	36	486	31	63

4.1 Lomakkeen rakenne ja tiedonkeruu

Tutkimus suoritettiin kyselylomakkeen avulla. Käytetty kyselylomake oli sama kuin edellisessä tutkimuksessa vuonna 2006, joskin hieman muokattuna. Myös lomakkeen kielivaihtoehtoja oli enemmän kuin edellisessä tutkimuksessa: suomi, ruotsi, englanti, saksa, espanja ja venäjä (liitteet 1-6). Lomakkeessa kysyttiin muun muassa taustamuuttujia, kuten kävijöiden sukupuolta, syntymävuotta ja koulutusta, sekä matkaseuraa, käynnin pituutta, rahankäyttöä, mielipiteitä käytetyistä palveluista ja lauttamatkasta, häiriötekijöitä vierailun aikana, tietoisuutta maailmanperintökohteudesta sekä kehitysehdotuksia kohteelle.

Kävijöiltä kysyttiin henkilökohtaisesti halusta osallistua tutkimukseen ja kerrottiin sen tarkoituksesta. Kysymykset olivat suurimmaksi osaksi suljettuja sisältäen valmiit vastausvaihtoehdot, mutta joukossa oli myös kaksi avointa ja muutama sekamuotoinen kysymys. Lomakkeita kerättiin lautoilla tulomatalla Suomenlinnasta hieman yli 1000 kappaletta, joista kaikki eivät olleet käyttökelpoisia. Käytetyissä lomakkeissa oli jonkin verran vastaamattomia kysymyksiä, lähinnä avoimien kysymysten osalta. Vastaamatta jättäminen oli kuitenkin niin vähäistä, ettei se vaikuttanut tutkimuksen tuloksiin. Lisäksi mikäli vastaajat olivat jättäneet vastaamatta esimerkiksi palveluiden laatua koskeviin kysymyksiin, oletettiin suoraan, ettei heillä ollut kokemusta kyseisistä palveluista ja vastausvaihtoehto merkittiin tämän oletuksen mukaisesti. Työn tekijät keräsivät itse ke-

vään ja syksyn lomakkeet, kun taas kesä-, heinä- ja elokuun lomakkeista (558 kpl) vastasi Suomenlinnan matkailuneuvonnan henkilökunta.

4.2 Tulosten käsittely

Luvussa 2.5 tutkimusprosessin kuvauksen yhteydessä kerrottiin tulosten avaamisessa hyödynnettävistä ohjelmista. Kyselylomakkeella saatujen vastausten analysoinnissa ja taulukoiden laadinnassa käytettiin PASW -ohjelmistoa, ja lisäksi MS Officen Excel -ohjelmaa hyödynnettiin graafisten kuvioiden luomisessa. Tutkimuksen avulla pyrittiin selvittämään yhteyksiä kävijöitä koskevien ennakkokäsitysten ja todellisuuden välillä. Analysointimenetelmänä käytettiin ristiintaulukointia. Analysointi sisälsi kävijäkunnan rakenteeseen perehtymisen, kuten kävijöiden sukupuoli- ja ikäjakaumat, koulutustasun, matkaseuran sekä lähtöalueen. Näitä taustatekijöitä vertailtiin muihin kysytyihin asioihin, kuten vierailun luonteeseen ja keston, palveluiden ja rahan käyttöön, palveluiden ja merimatkan laadun arviointiin, vierailun haittatekijöihin, etukäteistiedonsaantiin sekä tietoon Unescon maailmanperintökohteudesta. Myös avoimet kommentit ja kehitysehdotukset huomioitiin ja lajiteltiin manuaalisesti. Näin saatiin selville miksi tietyt kävijäryhmät matkustavat Suomenlinnaan, mitä he siellä tekevät ja millaisiksi he käyttämänsä palvelut arvioivat.

Kuten edellä on mainittu, vasta tulkinnan ja johtopäätösten kautta saadut tulokset tuottavat oikeaa hyötyä (Holopainen & Pulkkinen 2008, 18–20). Tulosten käsittelyn ja analysoinnin jälkeen tuloksista pyrittiinkin vetämään koko perusjoukkoa koskevia johtopäätöksiä ja pohdintoja. Johtopäätöksissä huomioitiin aiemmat tutkimukset ja uusimpien tulosten erot niihin sekä tulosten tilastolliset merkitsevyydet. Tilastollisiin merkitsevyyksiin ja niiden laskemiseksi käytettävään Khiin neliö-testiin keskityttiin aiemmin luvussa 2.6.

4.3 Tutkimuksen luotettavuus

Kuten edellä luvussa 2.3 on kerrottu, otantatutkimuksiin liittyy eri tekijöistä johtuvia ongelmia. Ongelmat voivat olla otantavirheitä tai otannasta johtumattomia virheitä. Myös huonot analyysit ja väärät tulosten tulkinnat vaikuttavat saataviin tuloksiin. (Holopainen & Pulkkinen 2008, 41.) Tutkimuksen virheistä johtuen tutkimukselta saattaa

puuttua validiteettia tai reliabiliteettia, jolloin sitä ei voida hyödyntää. Näihin käsitteisiin perehdyttiin luvussa 2.6. (Heikkilä 2010, 29–32.)

Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimuksen 2010 mahdollisia virheitä ovat tulosten vääristyminen vastaajien poiminnan sekä ohjeiden noudattamattomuuden takia. Tutkimukseen vastaajat valikoituivat lautoilta suoraan osallistumisesta kysymällä. Joissain tapauksissa varsinkin kiireisempinä kesäkuukausina kaikilta matkustajilta ei ehditty kysyä halusta osallistua tutkimukseen, ja lisäksi kaikki eivät edes halunneet täyttää kyselylomaketta. Myös lomake oli joissain tapauksissa täytetty väärin, tai ohjeita ei ollut noudatettu. Vastaajat olivat saattaneet arvioida sellaisten palveluiden laatua, joita he eivät olleet voineet vierailullaan käyttää esimerkiksi niiden aukioloaikojen vuoksi. Myöskään vastauksien totuudenmukaisuutta tai vastaajien kysymysten ymmärtämistä esimerkiksi kielimuurin takia ei voitu tarkistaa. Kielimuurista johtuen jotkut kansallisuusryhmät ovat myös saattaneet jäädä aliedustetuiksi otoksessa. Lisäksi lomakkeiden kirjaamisessa sähköiseen muotoon on voinut olla tutkijoista johtuvia virheitä, kuten tulosten merkitsemistä väärin. Tämän estämiseksi lomakkeista tarkistettiin parikymmentä satunnaisesti valittua tulosten oikeellisuuden varmistamiseksi.

5 Tutkimuksen otos ja tulokset

Tutkimuksen tuloksia kuvataan seuraavassa sekä sanallisesti, taulukoiden ja kuvioiden avulla että arvioimalla niiden tilastollista merkitsevyyttä olennaisissa yhteyksissä. Kuvioidessa ilmenevät ja tekstissä avatut prosenttiluvut ovat pyöristettyjä. Tulosten yhteydessä käytetyt talvi- ja kesäkausi on jaoteltu kuukausittain niin, että talvikauteen kuuluvat loka-huhtikuu ja kesäkauteen touko-syyskuu. Liitteissä 8-17 on kuvattu tuloksia syventävät tiedot taulukoiden avulla.

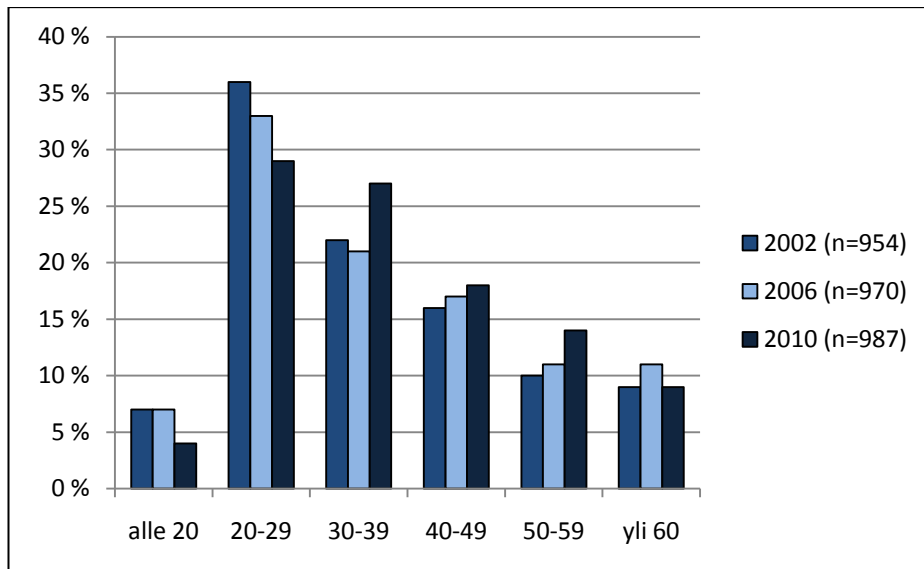
5.1 Otannan rakenne

Otannan rakennetta ja taustamuuttujia selvitettiin kysymällä vastaajilta näiden sukupuolta, syntymävuotta, koulutustaustaa, mahdollista matkaseuraa sekä lähtöaluetta, eli vastaajien taustamuuttujia, joista on edellä kerrottu luvuissa 2.1 ja 2.4 (Heikkilä 2010, 143).

5.1.1 Sukupuoli, ikäryhmät ja koulutus

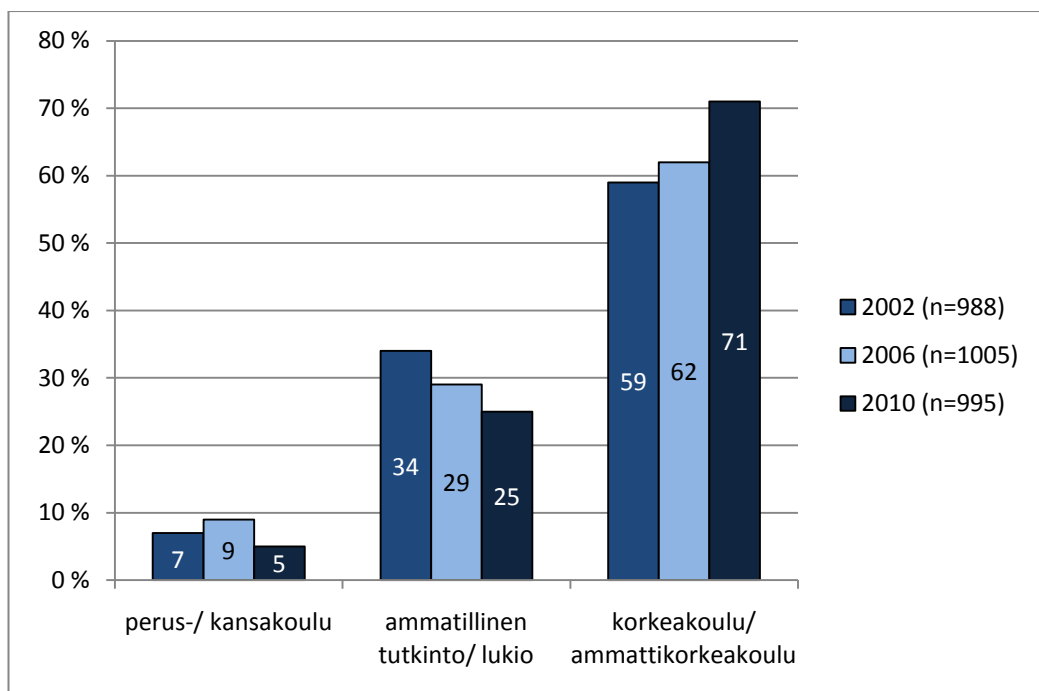
Tuhannesta vastaajasta 419 (42 %) oli miehiä ja 580 (58 %) naisia. Yksi henkilö oli jättänyt vastaamatta kysymykseen. (Liite 8.) Naisten osuus vastaajista on ollut suurempi myös aikaisemmissa tutkimuksissa, sillä vuonna 2006 vastaajista 56 % oli naisia ja 44 % miehiä. Vuonna 2002 vastaavat luvut olivat 63 % ja 37 %. (Smyk & Vehkakoski 2007, 5.)

Kävijöistä 987 oli ilmoittanut syntymävuotensa, joista laskettiin vastaajien iät ryhmitäin. Ikäryhmiä oli kuusi: alle 20 -vuotiaat, 20–29 -vuotiaat, 30–39 -vuotiaat, 40–49 -vuotiaat, 50–59 -vuotiaat ja yli 60 -vuotiaat. Luokkaan ”yli 60 -vuotiaat” kuuluvat myös 60 -vuotiaat vastaajat. Suurin osa vastaajista kuului ikäryhmiin 20–29- ja 30–39 -vuotiaat. Heitä oli yli puolet vastaajista, yhteensä 545. 40–49 -vuotiaita oli 180 ja 50–59 -vuotiaita 133 vastaajaa. Alle 20 -vuotiaita ja yli 60 -vuotiaita oli yhteensä vain noin 13 % vastaajista. (Kuvio 3.) Nuorempien vähäinen osuus johtui myös siitä, että kyselyä pyrittiin tekemään täysi-ikäisille kävijöille. Tästä huolimatta nuorin kyselyyn vastaaja oli 12 -vuotias.



Kuvio 3. Vastaajat iän mukaan vuosina 2002, 2006 ja 2010

Koulutukseltaan vastanneista 45 henkilöä oli perus- tai kansakoulun käyneitä, 245 oli suorittanut ammatillisen tutkinnon tai lukion ja 705 oli korkea- tai ammattikorkeakoulututkinto (kuvio 4). Vastaajista viisi ei ollut vastannut kysymykseen. Suurin osa vastanneista oli siis korkeasti koulutettuja.



Kuvio 4. Vastaajat koulutusasteen mukaan vuosina 2002, 2006 ja 2010

5.1.2 Matkaseura ja seurueen luonne

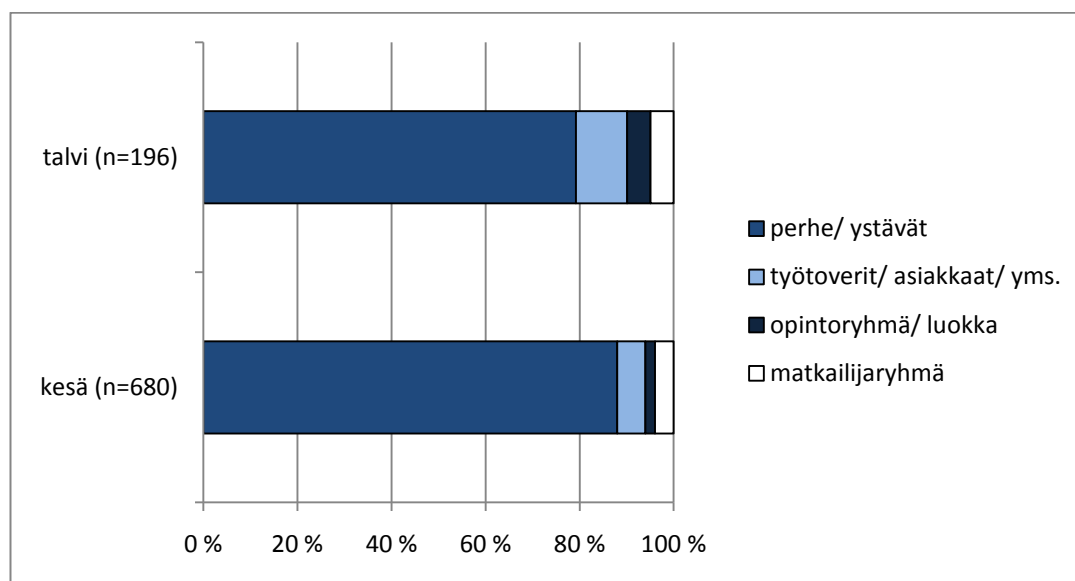
Kokonaisuudessaan vastaajista valtaosa kävi Suomenlinnassa kesällä. Kesällä matkanneita oli otannasta 764 henkilöä, kun taas talvella matkailijamäärä oli vain 236 henkilöä. Suurin osa Suomenlinnassa kävijöistä tuli kohteeseen seurueessa, eli ainakin yhden henkilön kanssa. Mikäli vastaaja oli valinnut vaihtoehdon ”yksin”, mutta ilmoittanut saapuneensa yhden tai useamman kävijän seurassa merkittiin matkaseuran vastaukseksi ”seurueessa”. Talvikaudella kyselyyn vastaajista noin 17 % oli tullut Suomenlinnaan yksin, kun taas seurueessa matkanneita oli yhteensä noin 83 %. Kesäkaudella yksin matkanneita oli vähemmän kuin talvella. Seurueen kanssa saaren tuli lähes yhdeksänkymmentä prosenttia vastaajista. Koko vuoden aikana yksin matkaavia oli hieman yli kymmenen prosenttia vastaajista, kun valtaosa saapui seurueessa. (Taulukko 2.)

Taulukko 2. Yksin ja seurueessa matkanneiden osuudet vastaajista talvi- ja kesäkaudella

Matkaseura			
	talvi	kesä	Yhteensä
yksin	41	83	124
	17 %	11 %	12 %
seurueessa	195	681	876
	83 %	89 %	88 %
Yhteensä	236	764	1000
	100 %	100 %	100 %

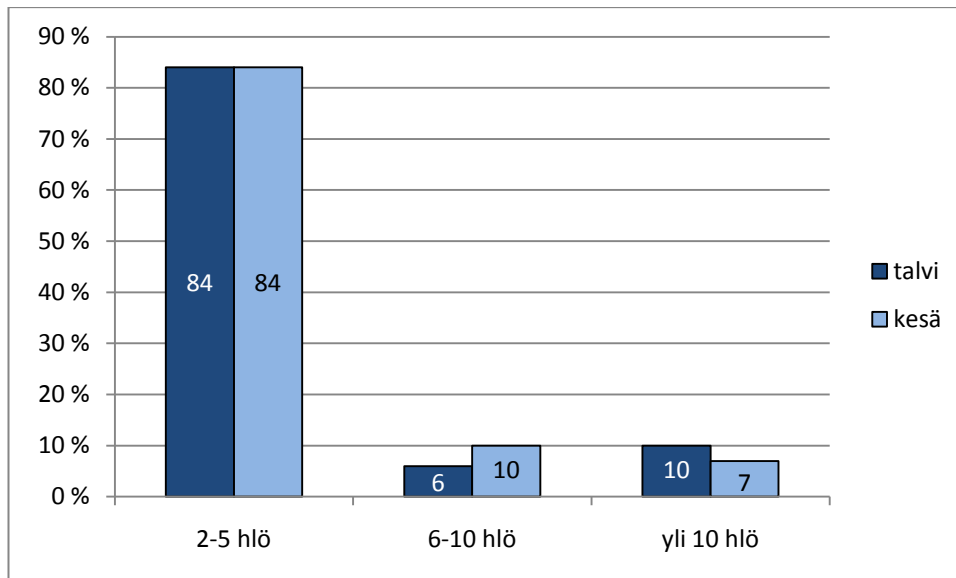
Suurin osa seurueessa saapuneista 876 kyselyyn vastanneesta kävijästä tuli kohteeseen perheen tai ystävien kanssa. Heitä oli yhteensä 757 (86 %). Työtoverien tai asiakkaiden kanssa Suomenlinnaan saapui 62 vastaajaa (7 %). Opintoryhmän tai luokan kanssa saapuneita oli 23 (3 %) ja matkailijaryhmään kuuluneita 34 (4 %). Kysymykseen vastanneista yhteensä 680 saapui saareen kesällä, ja 196 talvikaudella. Kesällä perheen tai ystävien kanssa kävijöiden osuus oli 88 %, kun se talvella jäi alle kahdeksankymmenen prosentin. Talvikaudella suurempi osa kävijöistä oli liikkeellä työasioissa. Samankaltainen, hieman pienempi ero oli havaittavissa opintoryhmän tai luokan kanssa tulijoiden suhteen: 5 % talvikaudella kävijöistä oli oppimismatkalla, kun kesäkaudella heitä oli vain 2 %. Vastauksista voidaankin nähdä talvikaudella olleen enemmän työmatka- ja opinto-

retkiliikennettä, kun kesällä suurin osa matkailijoista oli vapaa-ajan matkailijoita. (Kuvio 5.)



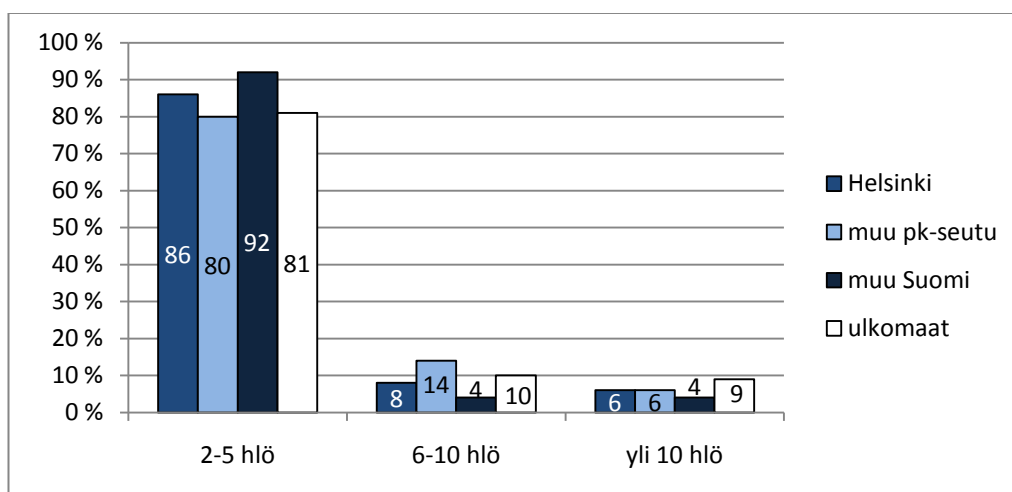
Kuvio 5. Vastaajien matkaseuran luonne talvi- ja kesäkaudella

Seurueen koko oli kyselylomakkeessa jaoteltu kolmeen ryhmään: 2-5 henkilöön, 6-10 henkilöön ja yli 10 henkilön ryhmiin. Suurin osa vastaajista (84 %) sekä kesä- että talvi-kaudella oli saapunut Suomeen 2-5 henkilön ryhmässä. Suurempien ryhmien osalta talven ja kesän välillä oli pientä eroa: 6-10 henkilön ryhmiä liikkui kohteessa hieman enemmän kesällä, kun taas yli 10 henkilön ryhmät olivat yleisempiä talvella. (Kuvio 6.)



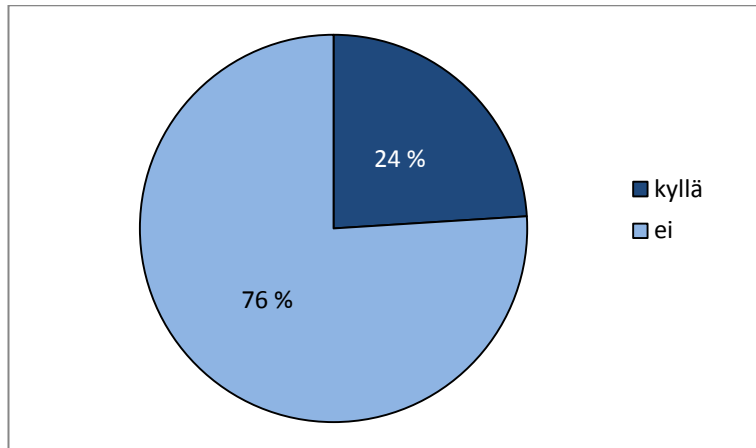
Kuvio 6. Vastaajien seurueen koko talvi- ja kesäkaudella

Tutkimuksen tulosten pohjalta selvitettiin myös seurueen koon yhteyttä vastaajien lähtöalueeseen. Vaikka havaitut erot olivat suhteellisen pieniä, joitakin eroja kuitenkin tuli ilmi. Helsingistä ja muualta Suomesta saapui enemmän 2-5 henkilön ryhmiä kuin muilta lähtöalueilta. 6-10 henkilön ryhmiä puolestaan saapui vähiten muualta Suomesta verrattuna muihin lähtöalueisiin. Yli 10 henkilön seurueita sen sijaan tuli eniten ulkomailta. (Kuvio 7.) Vuosien 2002 ja 2006 matkailija- ja palvelututkimuksiin nähden juuri suurien seurueiden lähtöalueet ovat muuttuneet. Vuonna 2002 yli 10 henkilön seurueet olivat usein helsinkiläisiä, kun taas vuonna 2006 ne olivat yhtä usein helsinkiläisiä kuin ulkomaalaisia. (Hiltunen & Öystilä 2003, 6; Smyk & Vehkakoski 2007, 8.)



Kuvio 7. Seurueen koko verrattuna lähtöalueeseen

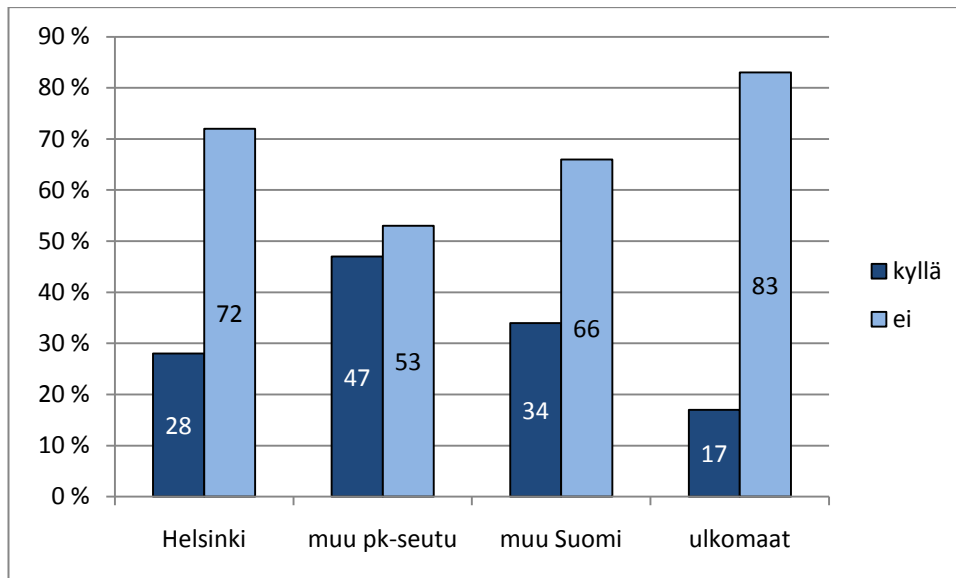
Suurin osa Suomenlinnassa käyneistä vastaajista matkasi ilman lapsia. Heitä oli yhteensä 76 %. Kysymykseen vastanneita oli koko otannasta 998 henkilöä. (Kuvio 8.) Mikäli vastaaja oli ilmoittanut matkustaneensa yksin, kysymykseen lapsista merkittiin automaattisesti vaihtoehto ”ei”.



Kuvio 8. Lasten kuuluminen seurueeseen

Lasten mukanaoloa talvi- ja kesäkausien välillä verrattaessa selvisi, että lasten kanssa matkanneista seurueista valtaosa (82 %) kävi Suomenlinnassa kesällä. Myös ilman lapsia matkustaneista seurueista suurin osa kävi kohteessa kesällä, mutta kävijämäärien jakautuminen talven ja kesän välille oli pienempi. (Liite 8.)

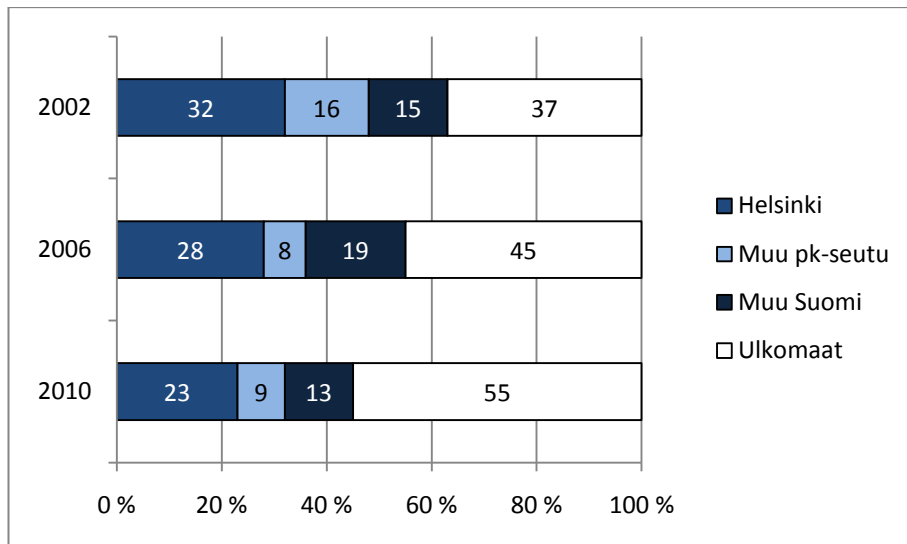
Vastaajien lähtöalueella oli selkeästi merkitystä lasten seurueeseen kuulumisen suhteen. Ulkomaalaisista seurueista vain 17 % oli lapsia mukanaan, kun taas muulta pääkaupunkiseudulta saapuneista seurueista 47 % oli vierailulla lasten kanssa. Helsinkiläisistä ja muualta Suomesta saapuneista seurueista suurin osa matkusti ilman lapsia. (Kuvio 9.)



Kuvio 9. Lasten kuuluminen seurueeseen verrattuna lähtöalueeseen

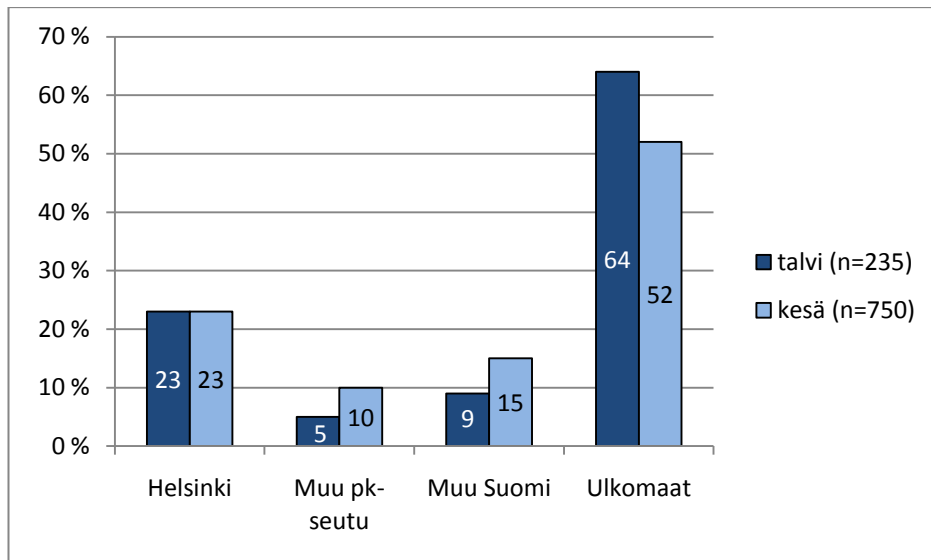
5.1.3 Lähtöalue

Kävijöiden lähtöalueet luokiteltiin neljään eri ryhmään. Lähtöalueina tutkittiin Helsinkiä, muuta pääkaupunkiseutua, muuta Suomea sekä ulkomaita. Muuksi pääkaupunkiseuduksi luokiteltiin Espoo, Vantaa ja Kauniainen. Ulkomaalaisia vastaajia pyydettiin ilmoittamaan kotimaa ja Suomessa asuvia kävijöitä postinumero, jonka perusteella lähtöalue selvitettiin. Suomenlinnassa vuonna 2010 käyneistä tutkimukseen osallistuneista 985 oli kertonut lähtöalueensa. Helsinkiläisiä vastaajista oli 222 ja muulta pääkaupunkiseudulta kohteeseen saapui 90 vastaajaa. Muualta Suomesta tulijoita oli 132 ja ulkomailta 541. Ulkomaalaisia oli siis hieman yli puolet vastaajista helsinkiläisten ollessa toiseksi suurin kävijäryhmä. Kuten kuvioista 10 voidaan todeta, ulkomaalaisten osuus on hieman kasvanut aikaisemmista tutkimuksista ja vastaavasti helsinkiläisten osuus laskenut (Smyk & Vehkakoski 2007, 6). Ulkomaalaiset vastaajat saapuivat 49 eri maasta, kun vuonna 2002 lähtömaita oli 33 ja vuonna 2006 48 (Hiltunen & Öystilä 2003, 7; Smyk & Vehkakoski 2007, 7). Suurimmat lähtömaat vuonna 2010 olivat Venäjä (61 vastaajaa), Saksa (56), Iso-Britannia (45), USA (40) ja Ruotsi (37). (Liite 7.)



Kuvio 10. Vastaajat lähtöalueen mukaan vuosina 2002, 2006 ja 2010

Lähtöalueensa ilmoittaneista vastaajista 750 kävi Suomenlinnassa kesäkaudella ja 235 talvikaudella. Helsinkiläisten vastaajien osuudet olivat lähes yhtä suuret niin kesällä kuin talvellakin. Kummallakin kaudella helsinkiläisiä oli vastaajista noin 23 %. Muiden kävijäryhmien osalta talvi- ja kesäkausien välillä puolestaan on suuriakin eroja. Muulta pääkaupunkiseudulta tulleiden vastaajien osuus talvikaudella oli vain lähes puolet samasta luvusta kesäkaudella. Muualta Suomesta tulleidenkin osuus talvella oli pienempi kuin kesäkaudella. Ulkomailta tulevien kävijöiden osuudet eri kausilla sen sijaan poikkesivat edellisistä ryhmistä. Talvella käyneistä vastaajista ulkomaalaisten osuus oli 64 %, kun taas kesällä se oli 52 %. Talvikaudella Suomenlinnassa kävi siis suhteellisesti enemmän ulkomaalaisia kuin kesäkaudella, vaikka kesällä ryhmä oli lukumääräisesti suurempi. (Kuvio 11.)



Kuvio 11. Vastaajien lähtöalueet talvi- ja kesäkaudella

Helsinkiä kyselyyn vastaajista suurin osa, noin 81 %, saapui Suomenlinnaan seurueessa. Muiden ryhmien osalta seurueessa tulleiden osuudet olivat vielä suuremmat: muulta pääkaupunkiseudulta saapuneista vastaajista noin 90 %, muista suomalaisista noin 92 % ja ulkomaalaisista noin 89 % matkasi seurueessa. (Liite 8.)

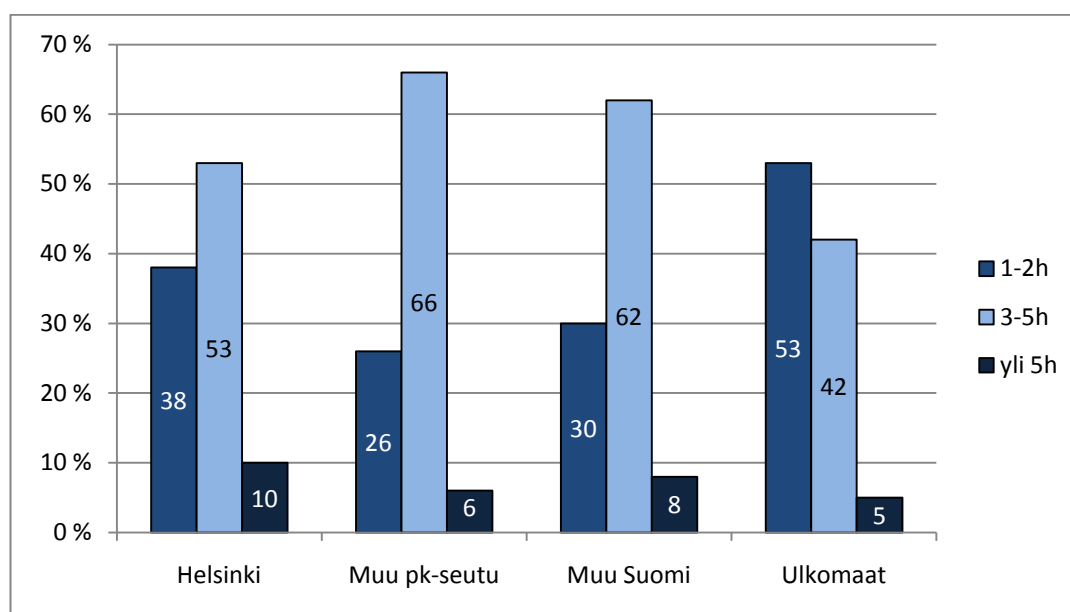
5.2 Vierailun luonne ja kesto

Kohteen kävijähallinnan avulla pyritään estämään matkailun negatiivisia vaikutuksia kohteeseen, kuten luvussa 3.1 todettiin. Kävijähallinnan mahdollisia keinoja ovat esimerkiksi kävijöiden vierailun keston rajoittaminen ruuhkien estämiseksi tai tiettyjen kohteen osien sulkeminen vierailijoilta. Vierailun luonteen ja keston yhteydessä kävijöiltä kysyttiin viipymisestä kohteessa, aiemmista käyntikerroista sekä matkan pääasiallisesta syystä. Näin saatiin viitteitä siitä, miten kävijähallintaa voisi mahdollisesti hyödyntää matkailun suunnittelussa. Matkan syytä kysyttäessä moni vastaaja oli valinnut enemmän kuin yhden vaihtoehdon, minkä vuoksi otanta näissä kohdissa on suurempi kuin 1000.

5.2.1 Vierailun kesto

Suurin osa vastaajista (485) vietti kohteessa aikaa 3-5 tuntia. Lähes yhtä suuri osa (433) vastaajista viipyi saarella hieman lyhyemmän ajan, 1-2 tuntia. Vain 63 vastaajaa oli koh-

teessa yli viisi tuntia. Helsinkiläisistä, muista pääkaupunkiseutulaisista ja muista suomalaisista suurin osa oli kohteessa 3-5 tuntia, kun taas ulkomaalaisista yli puolet viipyi saarella vain 1-2 tuntia. Ulkomaalaisten ja helsinkiläisten vastaajien vierailuiden kestoissa oli myös enemmän hajontaa kuin muiden ryhmien: muista pääkaupunkiseutulaisista ja muista suomalaisista vain hieman yli kolmannes viipyi Suomenlinnassa muun ajan kuin 3-5 tuntia. (Kuvio 12.)



Kuvio 12. Vierailun kesto verrattuna vastaajien lähtöalueeseen

Suomenlinnassa talvella käyneistä vastaajista suurin osa (66 %) viipyi kohteessa odotettavasti vain 1-2 tuntia, kun taas kesällä käyneistä valtaosa (57 %) oli saarella 3-5 tuntia. Talvella yli 5 tuntia kohteessa viipyneiden osuus on kuitenkin suurempi kuin kesällä yhtä pitkään viipyneiden. (Liite 9.)

5.2.2 Käyntikerrat

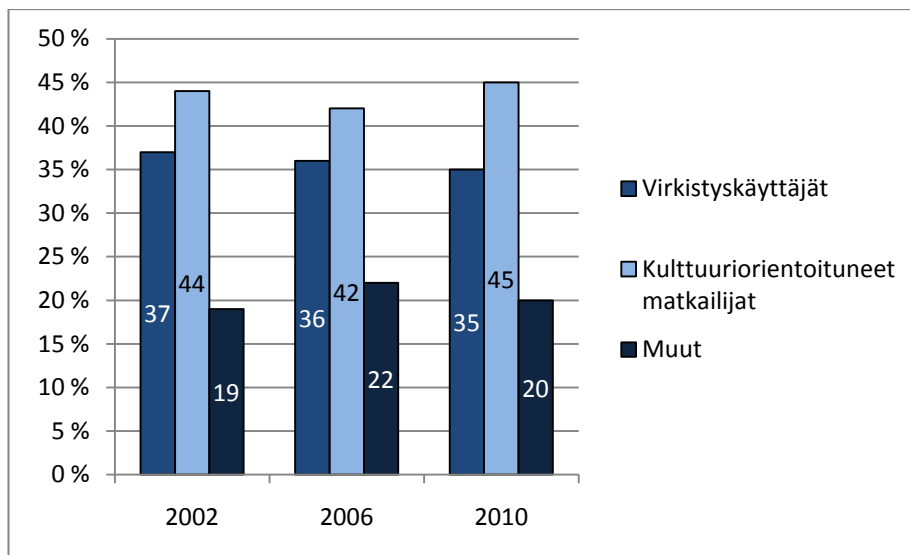
Suurin osa vastaajista (490) oli Suomenlinnassa ensimmäistä kertaa. Kuten odotettavissa oli, suurin osa heistä oli ulkomaalaisia (91 %). Toiseksi eniten vastaajia (216) oli käynyt kohteessa yli 10 kertaa, ja odotettavasti valtaosa heistä (68 %) oli helsinkiläisiä. Kohteessa 1-4 kertaa käyneistä noin 70 % oli joko ulkomailta tai muualta Suomesta. 5-10 kertaa käyneistä taas yli 60 % oli helsinkiläisiä tai muita pääkaupunkiseutulaisia. Lukumäärät kertovat samaa: suurin osa ulkomaalaisista ja muista suomalaisista vastaajista

on käynyt Suomenlinnassa 1-4 kertaa, kun taas enemmistö helsinkiläisistä ja muista pääkaupunkiseutulaisista on vierailut kohteessa 5-10 kertaa tai useammin. (Liite 9.) Vastauksista on siis loogisesti pääteltävissä, että Suomenlinnaa lähellä asuvat ovat käyneet siellä useammin kuin kauempaa saapuvat.

5.2.3 Matkan syy

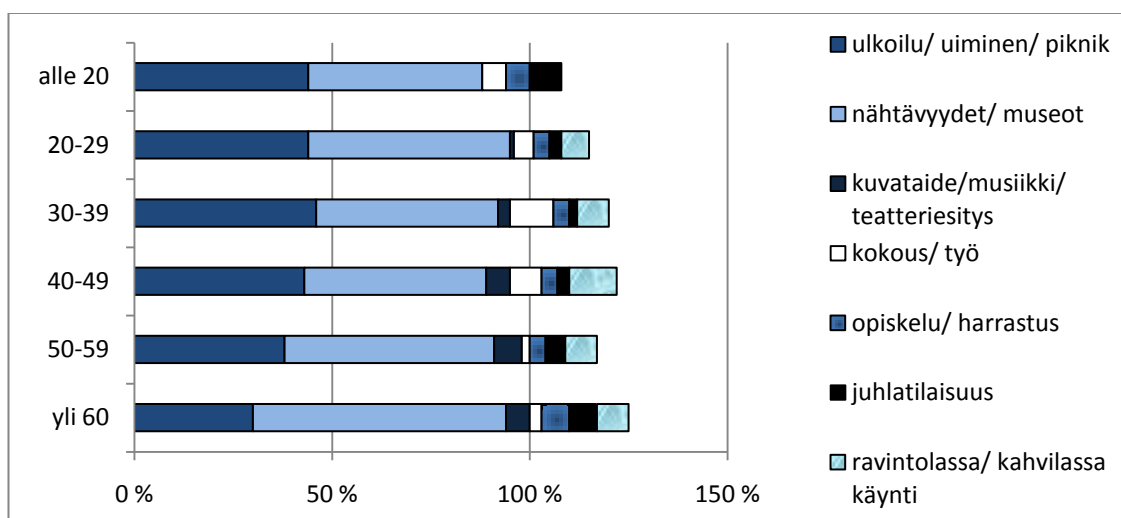
Matkan syytä kysyttäessä vastausten määrä oli 1158, sillä monet vastaajat olivat valinneet useamman kuin yhden matkan syyn, kuten luvun alussa on todettu, mutta prosenttiluvut on laskettu kuitenkin vastaajien määrästä. Suosituin matkan syy vastaajien keskuudessa oli nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen, jonka oli valinnut noin 50 % kaikista vastaajista. Toiseksi suosituin syy käynnille Suomenlinnassa oli ulkoilu, uiminen tai piknik, jonka oli valinnut 42 % vastaajista. Muina vastausvaihtoehtoina olivat ”kuvataide, musiikki tai teatteriesitys”, ”kokous tai työ”, ”opiskelu tai harrastus”, ”juhlatilaisuus” ja ”ravintolassa tai kahvilassa käynti”. (Liite 9.)

Matkan pääasialliset syyt jaettiin vielä kolmeen kategoriaan, jotta niiden vertailu aiempiin tutkimuksiin helpottuisi. Kategoriat olivat ”virkistyskäyttäjät”, jota vastasi vaihtoehto ”ulkoilu, uiminen tai piknik”, ”kulttuuriorientoituneet matkailijat”, joka piti sisälleen vaihtoehdot ”nähtävyydet tai museot” ja ”kuvataide, musiikki tai teatteriesitys” sekä ”muut matkailijat”, johon kuuluivat vaihtoehdot ”kokous tai työ”, ”opiskelu tai harrastus”, ”juhlatilaisuus” ja ”ravintolassa tai kahvilassa käynti”. Vuoden 2010 vastaajien pääasialliset matkan syyt erosivat aiemmista vuosista kulttuuriorientoituneiden matkailijoiden suuremmalla ja muiden matkailijoiden pienemmällä määrällä. Käytännössä erot aiempiin tutkimuksiin nähden olivat kuitenkin niin pienet, ettei niiden pohjalta voitu vetää kunnollisia johtopäätöksiä. (Kuvio 13.)



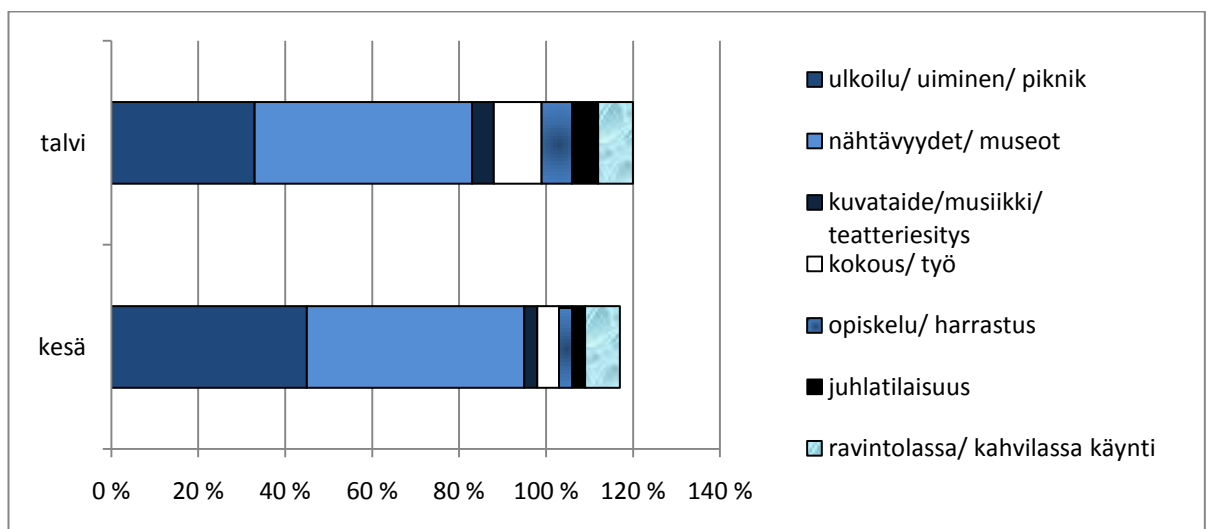
Kuvio 13. Vastaajat matkan pääsiallisen motiivin mukaan vuosina 2002, 2006 ja 2010 (Hiltunen & Öystilä 2003, 9; Smyk & Vehkakoski 2007, 11)

Matkan syitä verrattaessa jo aiemmin mainittuihin ikäryhmiin selvisi, että nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen oli lähes kaikissa ikäryhmissä suositumpaa kuin ulkoilu, uiminen tai piknikillä käynti. Kuvataiteeseen, musiikkiin tai teatteriin kävivät tutustumassa lähinnä vanhemmat ikäryhmät, kun taas kokouksen tai työn vuoksi matkustaneet olivat enimmäkseen nuoremmista ikäryhmistä. Opiskelun tai harrastuksen ja juhlatilaisuuden takia matkustaneita puolestaan oli tasaisesti jokaisessa ikäryhmässä. Ravintola- tai kahvilakäynnin motivoimina olivat matkustaneet lähinnä 20–49 -vuotiaat vastaajat. (Kuvio 14.)



Kuvio 14. Vastaajien pääsiallinen matkan syy ikäryhmittäin

Suomenlinnassa käynnin syitä vertailtiin myös talvi- ja kesäkauden välillä. Talvikaudella ehdottomasti suosituin käynnin syy oli vaihtoehto ”nähtävyydet ja museot”, jonka oli valinnut noin 50 % vastaajista. Toiseksi suosituin syy oli ulkoilu, jonka valitsi 33 % vastaajista. Nähtävyydet ja museot mainittiin matkan syyksi useimmin myös kesäkaudella, kun taas vaihtoehto ”ulkoilu, uiminen tai piknik” oli kesällä suositumpi kuin talvella. Kesäkaudella kyseisen vaihtoehdon valitsi noin 45 % vastaajista. Huomioitavaa on, että talvikaudella vastauksia oli annettu suhteessa enemmän kohtiin ”kuvataide, musiikki tai teatteriesitys”, ”kokous tai työ”, ”opiskelu tai harrastus” sekä ”juhlatilaisuus”. Ravintolassa tai kahvilassa käynti matkan syynä sen sijaan oli prosentuaalisesti lähes yhtä suuri niin kesällä kuin talvellakin. (Kuvio 15.) Tuloksissa ilmenevät erot käynnin syissä talvi- ja kesäkaudella ovat myös tilastollisesti erittäin merkitseviä ($p=0,000$) ja voidaan näin ollen yleistää koko tutkittavaan perusjoukkoon. (Liite 9.)

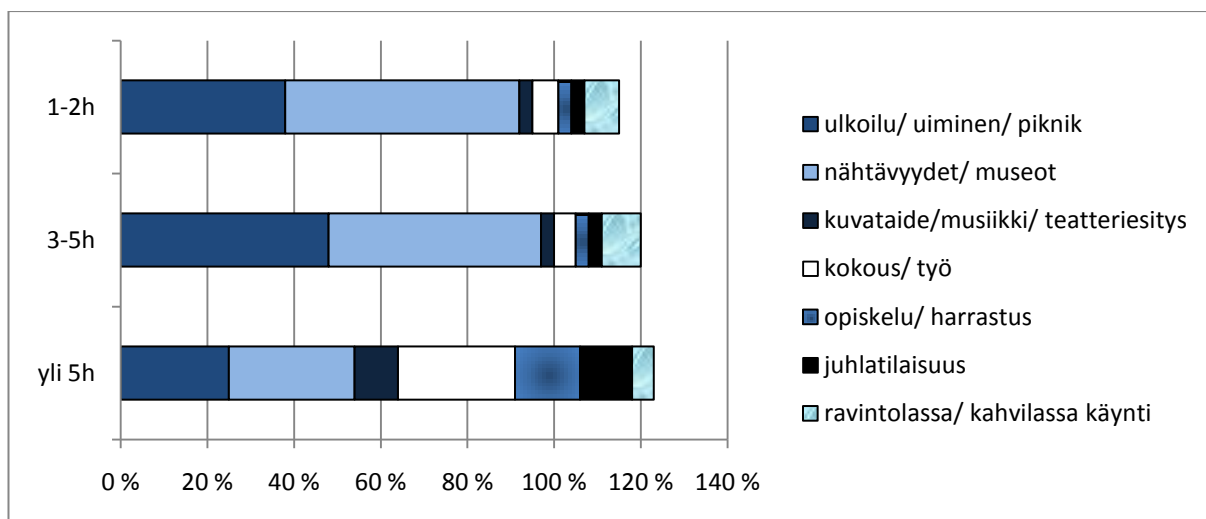


Kuvio 15. Vastaajien pääsiallinen matkan syy talvi- ja kesäkaudella

Matkan pääsiallista syytä lähtöalueeseen verrattaessa vastaajaryhmien välillä näkyi selviä eroja. Ulkoilu, uiminen tai piknik oli ehdottomasti tärkein käynnin syy helsinkiläisten ja muiden pääkaupunkiseutulaisten keskuudessa. Myös muualta Suomesta kotoisin olevien kävijöiden vastauksista vaihtoehdon osuus oli hieman yli puolet. Ulkomaalaiset vastaajat se sijaan olivat maininneet nähtävyyksiin ja museoihin tutustumisen tärkeimmäksi vierailunsa syyksi. Helsinkiläiset ja muut pääkaupunkiseutulaiset myös kävivät

kohteessa muita ryhmiä useammin työn tai kokouksen takia. Lisäksi merkittävää oli, että helsinkiläiset mainitsivat ravintolassa tai kahvilassa käynnin matkansa syyksi muita ryhmiä useammin. (Liite 9.)

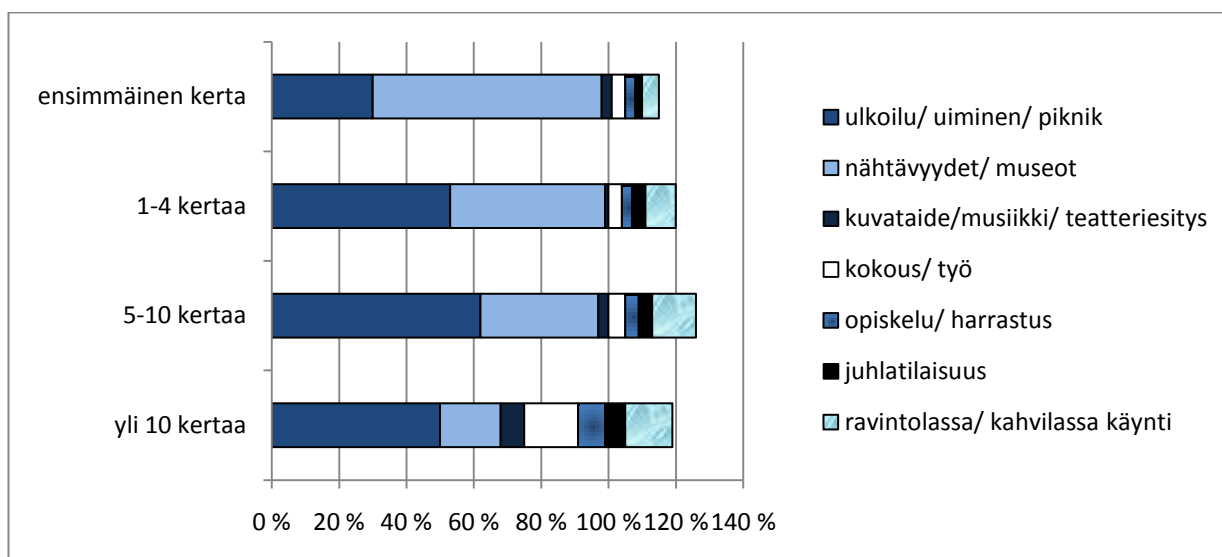
Vastaajien vierailun kestosta huolimatta nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen oli vastatuin matkan syy. 1-2 tuntia kohteessa viiheyneistä yli puolet oli valinnut sen yhdeksi matkansa syyksi. Ulkoilun, uimisen tai piknikin oli puolestaan valinnut 38 % vastaajista. Ravintolassa tai kahvilassa käynnin oli vastannut 8 % osallistujista. 3-5 tuntia Suomenlinnassa viiheyneet matkailijat sen sijaan olivat valinneet nähtävyydet tai museot ja ulkoilun, uimisen tai piknikin matkansa syyksi lähes yhtä usein. Nähtävyyksiin ja museoihin tutustumisen oli valinnut 49 % ja ulkoilun 48 % vastaajista. Tässäkin ryhmässä ravintolassa tai kahvilassa käynti erottui loppuista vaihtoehdoista: sen oli vastannut 9 % osallistujista. Yli viisi tuntia kohteessa oleskelleet vastaajat puolestaan valitsivat matkansa syyksi eniten vaihtoehtoja ”ulkoilu, uiminen tai piknik”, ”nähtävyydet tai museot” sekä ”kokous tai työ”. Muita lähes yhtä suosittuja vastausvaihtoehtoja tässä ryhmässä olivat ”kuvataide, musiikki tai teatteriesitys”, ”opiskelu tai harrastus” sekä ”juhlatilaisuus”. Ravintolassa tai kahvilassa käynti matkan syynä ei ollut läheskään yhtä suosittu kuin muissa ryhmissä. (Kuvio 16.)



Kuvio 16. Vastaajien pääasiallinen matkan syy verrattuna vierailun kestoon

Ensimmäistä kertaa Suomenlinnassa vierailleet vastasivat pääasialliseksi matkansa syyksi nähtävyyksiin ja museoihin tutustumisen, jonka oli valinnut 68 % vastaajista. Toiseksi

eniten vastauksia sai vaihtoehto ”ulkoilu, uiminen tai piknik”, jonka vastasi 30 % vastaajista. Muissa ryhmissä suosituin syy käynnille kohteessa oli ”ulkoilu, uiminen tai piknik”. 1-4 kertaa käyneistä sen oli valinnut hieman yli puolet, 5-10 kertaa käyneistä 62 % ja yli 10 kertaa käyneistä tasan puolet. 1-4 kertaa ja 5-10 kertaa Suomenlinnassa käyneiden toiseksi tärkein matkan syy oli nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen, jonka oli vastannut ensin mainitusta ryhmästä 46 % ja toisesta 35 % vastaajista. 5-10 kertaa käyneiden vastauksista myös ravintolassa tai kahvilassa käynti oli saanut merkittävän osan vastauksista. Yli 10 kertaa kohteessa vierailleiden matkan syyt olivat jakautuneet enemmän kuin muiden ryhmien. Seuraavaksi eniten vastauksia olivat saaneet vaihtoehdot ”nähtävyydet tai museot”, ”kokous tai työ” ja ”ravintolassa tai kahvilassa käynti”. (Kuvio 17.)



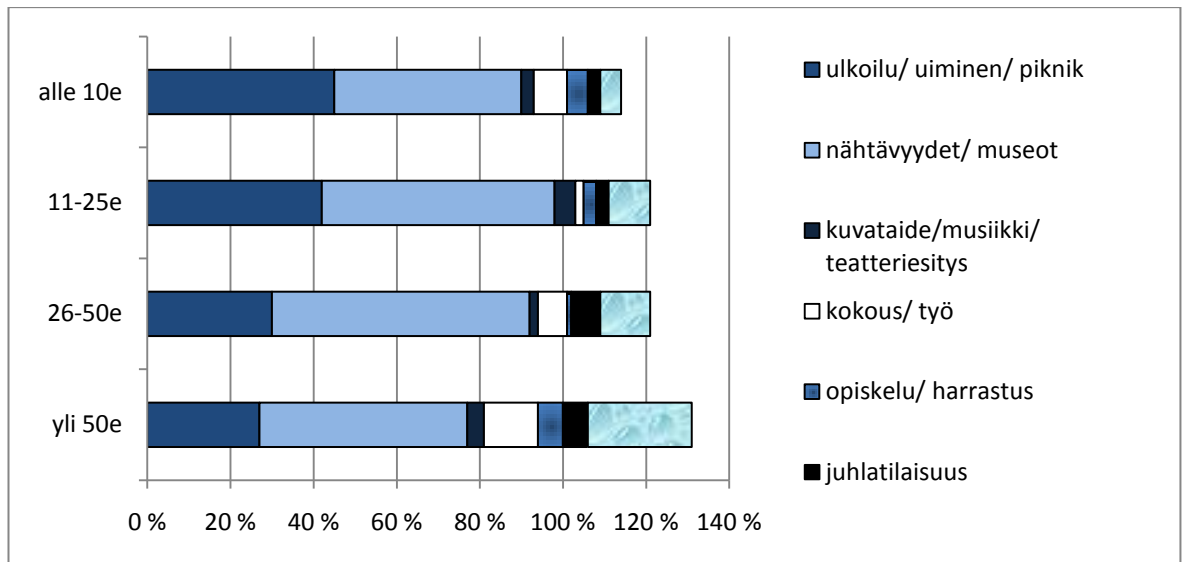
Kuvio 17. Vastaajien pääasiallinen matkan syy verrattuna käyntikertoihin

Matkan syitä verrattiin myös vastaajien koulutustaustaan. Suurin osa vastaajista (697) oli käynyt korkea- tai ammattikorkeakoulun. Seuraavaksi eniten oli ammatillisen tutkinnon tai lukion suorittaneita (237), ja ainoastaan perus- tai kansakoulun käyneitä vastaajia oli 45. Korkea- tai ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneiden yleisin matkan syy oli nähtävyydet ja museot, jota seurasi ulkoilu, uiminen tai piknik. Ammatillisen tutkinnon tai lukion käyneet olivat maininneet tärkeimmäksi matkan syyksi ulkoilun, uimisen tai piknikin ja vasta sen jälkeen nähtävyyksiin tai museoihin tutustumisen. Tämä ryhmä myös kävi Suomenlinnassa useammin kokouksen tai työn ja ravintoloiden takia kuin

korkeammin koulutetut. Perus- tai kansakoulun käyneiden vastauksissa matkan syitä olivat ulkoilu, uiminen tai piknik ja nähtävyydet tai museot, joista kummankin oli valinnut 47 % vastaajista. Ravintolassa tai kahvilassa käynti oli suositumpaa kuin muiden ryhmien vastauksissa (11 %). (Liite 9.)

Kuten edellä jo tuli ilmi, suurin osa tutkimukseen vastanneista kävijöistä tuli Suomeen seuruessa. Seuruessa matkanneet olivat valinneet tärkeimmäksi matkansa syyksi nähtävyyksiin ja museoihin tutustumisen (52 %), ulkoilun, uimisen tai piknikin ollessa seuraavana (42 %), ja muiden vaihtoehtojen saadessa vain vähän vastauksia. Yksin matkanneiden matkan syissä sen sijaan oli huomattavissa enemmän hajontaa. Ulkoilun, uimisen tai piknikin oli valinnut suurin osa vastaajista (40 %), nähtävyydet ja museot toiseksi suurin (34 %) ja kokouksen tai työn kolmanneksi suurin (16 %). Suhteellisen suuri osa vastaajista oli valinnut myös vaihtoehdot ”opiskelu tai harrastus” (10 %) sekä ”ravintolassa tai kahvilassa käynti” (10 %). (Liite 9.)

Tutkimukseen vastanneista 573 oli käyttänyt käyntinsä aikana rahaa alle 10 euroa. 258 vastaajaa oli käyttänyt rahaa 11–25 euroa, 101 henkilöä 26–50 euroa ja vain 48 yli 50 euroa. Suurin osa alle 10 euroa matkansa aikana käyttäneistä vastaajista oli vastannut nähtävyyksiin ja museoihin tutustumisen ja ulkoilun, uimisen tai piknikin olevan pääasiallinen käynnin syy. 11–25 euroa käyttäneet olivat antaneet eniten vastauksia samoille vaihtoehdoille, joskin nähtävyyksiin ja museoihin tutustumisen oli valinnut suhteellisesti suurempi osa, 56 %, kun ulkoilun oli valinnut 42 % vastaajista. 26–50 euroa käyttäneiden joukossa nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen oli tärkein matkan syy kolmanneksen vastaajista valitessa ulkoilun. Yli 50 euroa käyttäneistä vastaajista puolet oli valinnut vaihtoehdon ”nähtävyydet tai museot”, kun ulkoilun, uimisen tai piknikin ja ravintolassa tai kahvilassa käynnin oli kummankin valinnut noin kolmannes vastaajista. Ravintolassa tai kahvilassa käynnin valinneiden osuus nousikin tasaisesti sen mukaan, mitä enemmän vastaajat olivat käyttäneet rahaa käyntinsä aikana. Samalla ulkoilun, uimisen tai piknikillä käynnin valinneiden osuus laski. (Kuvio 18.)

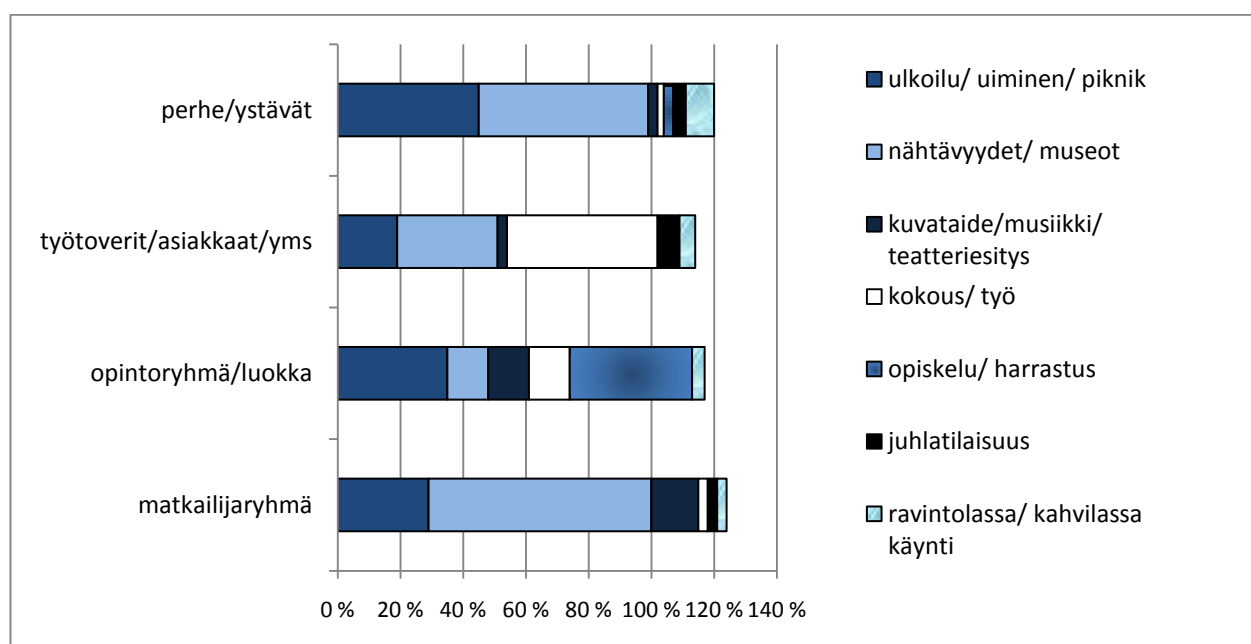


Kuvio 18. Vastaajien matkan pääasiallinen syy verrattuna rahankäyttöön

Vastaajien sukupuolta verrattaessa matkan pääasialliseen syhyyn huomattiin, että syyt käyntiin Suomenlinnassa olivat verrattain samat sukupuolten välillä. Sekä naisten että miesten keskuudessa eniten valittiin vaihtoehtoa ”nähtävyydet tai museot” seuraavaksi tärkeimmän syyn ollessa ulkoilu, uiminen tai piknik. Vastausten osuudet vaihtoehtojen kesken kuitenkin jakoutuivat hieman eri tavalla. Miesten keskuudessa (54 %) nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen oli suhteellisesti suositumpaa kuin naisten joukossa (47 %). Vastaavasti ulkoilu, uiminen tai piknik oli suositumpaa naisten (45 %) kuin miesten (38 %) vastauksissa. Eroina sukupuolten välillä olivat myös vaihtoehdot ”kokous tai työ” ja ”opiskelu tai harrastus”; miesten vastauksissa kokouksen tai työn oli valinnut suurempi osa vastaajista, kun taas naisten joukossa opiskelun tai harrastuksen takia matkustus oli suositumpaa. (Liite 9.) Käynnin syiden erot miesten ja naisten välillä ovat tilastollisesti melkein merkitseviä ($p=0,044$).

Kuten edellä huomattiin, suurin osa vastaajista tuli kohteeseen perheen tai ystävien kanssa, kun muiden ryhmien osuudet kokonaisotannasta olivat suhteellisen pienet. Hieman yli puolet perheen tai ystävien kanssa matkanneista oli vastannut matkansa pääasialliseksi syyksi nähtävyydet tai museot ulkoilun, uimisen tai piknikin saadessa toiseksi eniten vastauksia. Odotettavasti työtovereiden tai asiakkaiden kanssa matkanneista suurin osa oli valinnut vaihtoehdon ”kokous tai työ” (48 %). Nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen oli toiseksi suosituin matkan syy. Opintoryhmän tai luokan kanssa

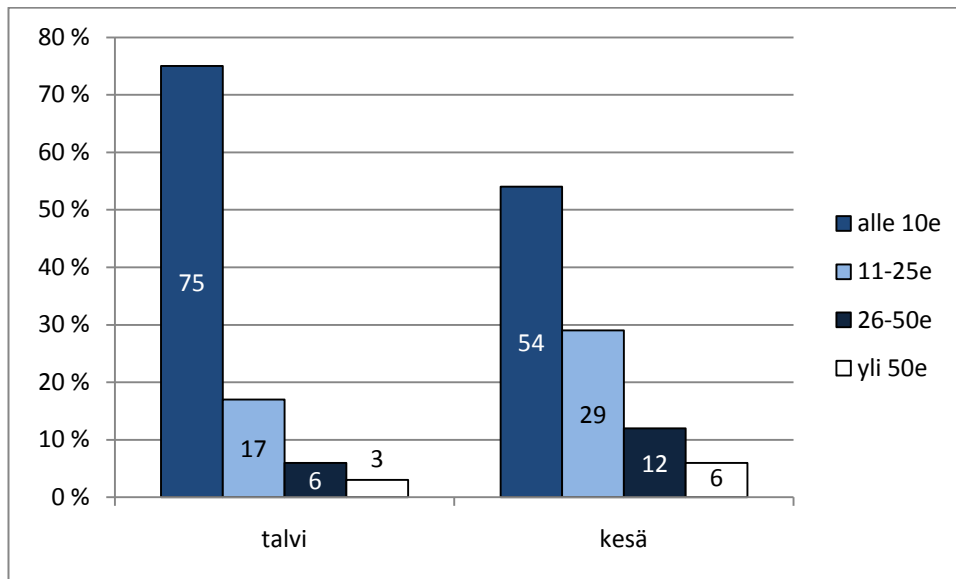
saapuneiden vastaukset jakautuivat enemmän eri vaihtoehtojen välille; suurin osa oli valinnut vaihtoehdon ”opiskelu tai harrastus”, toiseksi suurin vaihtoehdon ”ulkoilu, uiminen tai piknik”, kun vaihtoehdot ”nähtävyydet tai museot”, ”kuvataide, musiikki tai teatteriesitys” ja ”kokous tai työ” oli valinnut yhteensä vain 13 % vastaajista. Matkailijaryhmän kanssa kohteessa käyneet vastasivat useimmin matkansa syyksi nähtävyyksiin tai museoihin tutustumisen (71 %). (Kuvio 19.)



Kuvio 19. Vastaajien pääasiallinen matkan syy verrattuna seurueen luonteeseen

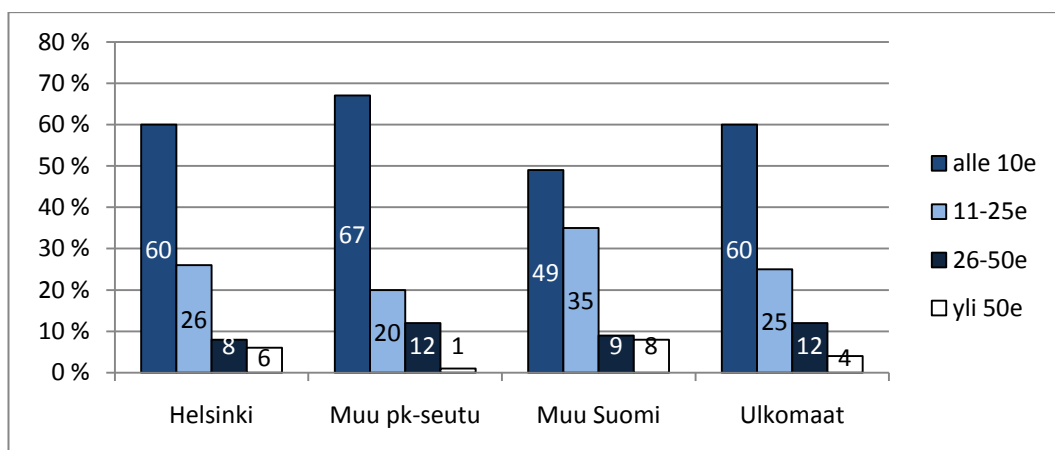
5.3 Rahankäyttö

Suomenlinnan kävijöiltä tiedusteltiin tutkimuksen yhteydessä arviota henkilökohtaisesta rahankäytöstä vierailun aikana. Valtaosa tutkimukseen osallistuneista ilmoitti käyttäneensä vierailun aikana korkeintaan 25 euroa (85 %) ja suurin osa näistä henkilöistäkin arvioi rahanmenon olleen vain alle 10 euroa (59 %). Kesäkaudella Suomenlinnassa käyneet kuluttivat huomattavasti useammin joko 26–50 tai yli 50 euroa (18 %) kun taas talvikaudella vastaaviin luokkiin sijoittui vain murto-osa (9 %), kolmen neljästä ilmoittaessa käyttösummaksi alle 10 euroa (kuvio 20). Rahankäytössä ilmenevien erojen talvi- ja kesäkauden välillä voidaan todeta olevan myös tilastollisesti erittäin merkitseviä ($p=0,000$).



Kuvio 20. Vastaajien rahankäyttö talvi- ja kesäkaudella

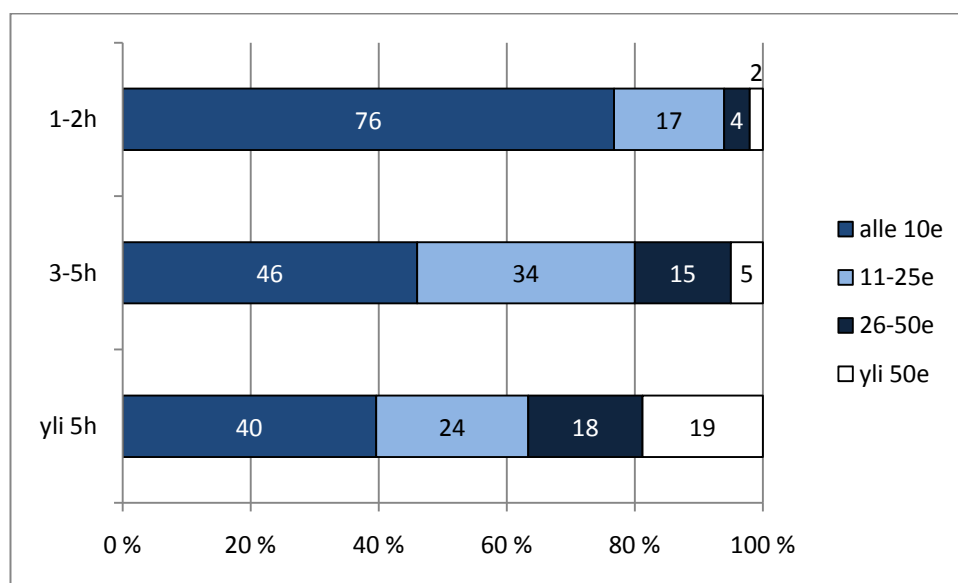
Lähtöalueen ja rahankäytön suhdetta tarkasteltaessa voidaan havaita, että pääkaupunki-seudulla asuvat ja ulkomaalaiset käyttivät vähemmän rahaa Suomenlinnassa kuin muualta Suomesta tulevat. Myös vuoden 2006 tutkimuksessa eniten rahaa käyttivät muualta Suomesta tulevat (Smyk & Vehkakoski 2007, 18). Vuonna 2010 jopa 52 % muualta Suomesta tulevista kävijöistä kulutti kohteessa enemmän kuin 10 euroa, kun vastaava luku muiden lähtöalueiden osalta oli 40 % tai vähemmän. (Kuvio 21.) Tuloksissa ilmevät erot ovat tilastollisesti kuitenkin vain melkein merkitseviä ($p=0,039$).



Kuvio 21. Vastaajien rahankäyttö verrattuna lähtöalueeseen

Rahankäyttöä vertailtiin myös sukupuolten välillä ja ilmeni, että miehet käyttivät hie-
man enemmän rahaa vierailunsa aikana kuin naiset: miehistä 53 % ja naisista 63 % käyt-
ti kohteessa alle 10 euroa. Käyntikertojen määrällä sen sijaan ei tuloksien mukaan näyt-
tänyt olevan suoranaista yhteyttä rahankäyttöön. Ensimmäistä tai 5-10 kertaa Suomen-
linnassa vierailleet käyttivät useimmin 26–50 euroa, kun taas yli 50 euroa käyttäneistä
suurin osa oli käynyt kohteessa 1-4 tai yli 10 kertaa. (Liite 10.)

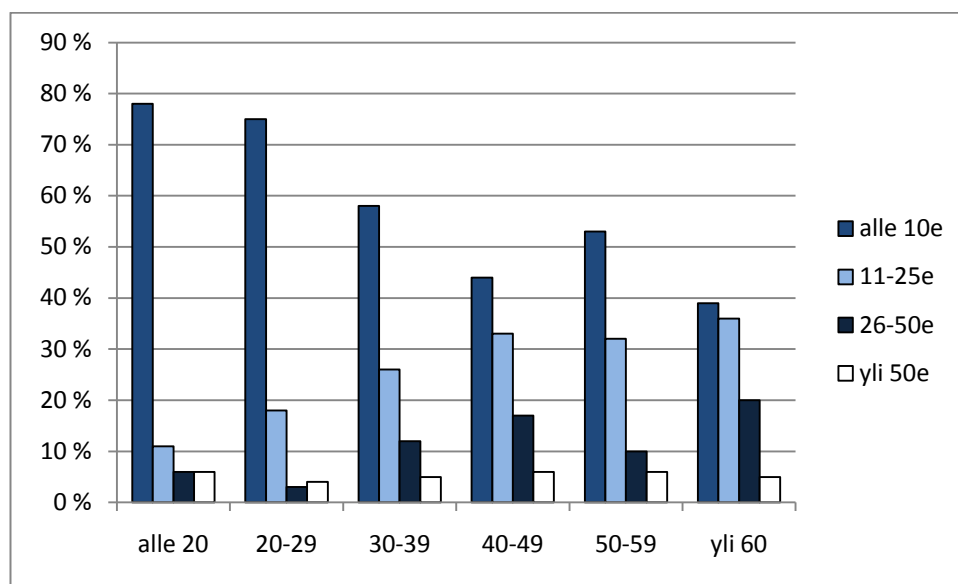
Kuten kuvioista 22 voidaan todeta, vierailun kestolla on tutkimuksen mukaan suora
vaikutus Suomenlinnan kävijöiden rahankäyttöön. Alle 2 tuntia kohteessa viipyneistä
vain 6 % käytti yli 25 euroa kun jo viidesosa 3-5 tuntia viipyneistä käytti vastaavan
summan. Vierailun kestäessä yli 5 tuntia myös rahankäyttö lisääntyy huomattavasti ja
yhä useampi kävijä ilmoittikin käyttäneensä vierailun aikana 26–50 euroa (18 %) tai yli
50 euroa (19 %).



Kuvio 22. Vastaajien rahankäyttö verrattuna vierailun keston

Iällä näyttää myös olevan vaikutusta rahankäyttöön kohteessa. Alle 30-vuotiaista vas-
taajista yli 90 % käytti Suomenlinnassa korkeintaan 25 euroa kun vanhempiin ikäluok-
kiin kuuluvat ilmoittivat useammin käyttäneensä yli 25 euroa. Tutkimukseen osallistu-
neista rahankäyttö oli suurinta yli 60-vuotiailla henkilöillä ja lähes vastaavaa 40–49-
vuotiailla. (Kuvio 23.) Sen sijaan koulutuksella ei tulosten mukaan ole merkitystä ra-
hankäytön suhteen ja tuloksista ilmenikin vain perus- tai kansakoulun käyneiden käyt-

täneen suhteellisesti useammin 26–50 euroa ja harvemmin alle 10 euroa kuin korkeammin koulutettujen. (Liite 10.)



Kuvio 23. Vastaajien rahan käyttö ikäryhmittäin

5.4 Palveluiden käyttö ja laadun arviointi

Tutkimuksen avulla pyrittiin selvittämään mitä palveluita vastaajat käyttivät vierailunsa aikana. Kyselylomakkeessa lueteltiin kaikki Suomenlinnan tarjoamat palvelut ja vastaajia pyydettiin arvioimaan kuinka hyvin heidän odotuksensa täyttyivät käytettyjen palvelujen osalta, eli kuinka laadukkaita palvelut olivat. Laadun käsitettä on selvitetty aiemmin luvussa 2.7. Aikaisemmista tutkimuksista poiketen vuoden 2010 tutkimuksessa vastaajien ei erikseen tarvinnut merkitä käyttäneensä palvelua, vaan pelkkä laadun arviointi riitti ilmaisemaan asian. Sen sijaan vastausvaihtoehtoihin lisättiin kohta ”ei kokemusta”. Tutkimukseen osallistuneen jättäessä sekä tämän kohdan että palvelun laadun arvioinnin merkitsemättä jouduttiin olettamaan, että vastaaja ei ollut käyttänyt kyseistä palvelua. Edellisessä tutkimuksessa havaittiin vastaajien arvioineen palveluja, jotka eivät olleet auki kyseisenä ajankohtana. Ongelman toistumisen välttämiseksi kyselylomakkeeseen lisättiin merkintä niiden palveluiden kohdalle, jotka ovat auki vain kesäkaudella. Tästä huolimatta talvella kiinni olevat palvelut saivat arviointeja ympärivuotisesti. (Smyk & Vehkakoski 2007.)

Palvelut oli vuoden 2006 tutkimuksen tapaan jaoteltu kyselylomakkeessa neljään ryhmään: museot, ravintolat ja kahvilat, myymälät ja kaupat sekä matkailupalvelut (Smyk & Vehkakoski 2007). Tätä jakoa on hyödynnetty myös tulosten analysoinnissa. Prosenttiluvut kuvaavat palveluihin vastanneiden kokonaismäärää, jota verrataan eri tekijöihin. Tällöin vastaajien määrä vaihtelee vertailukohteen mukaan.

Kesäkaudella Suomenlinnassa vierailleet käyttivät enemmän tarjolla olevia palveluita kuin talvikaudella. Talvikaudella Suomenlinna-museossa kävi 65 % vastaajista ja Lelumuseossa 27 %. Myös kaikki muut museot olivat saaneet mainintoja, vaikka ne eivät olleet avoinna kyseisenä ajankohtana. Kesäkauden vastaajista 38 % ilmoitti vierailleensa jossain museossa. Heistä 56 % oli tutustunut Sukellusvene Vesikkoon ja 48 % Suomenlinna-museoon. Neljäsosa kävijöistä vieraili joko Ehrensverd-museossa, Sotamuseon Maneesi-näyttelyssä tai Lelumuseossa. Tullimuseossa sen sijaan kävi vain 15 % vastaajista. (Liite 11.)

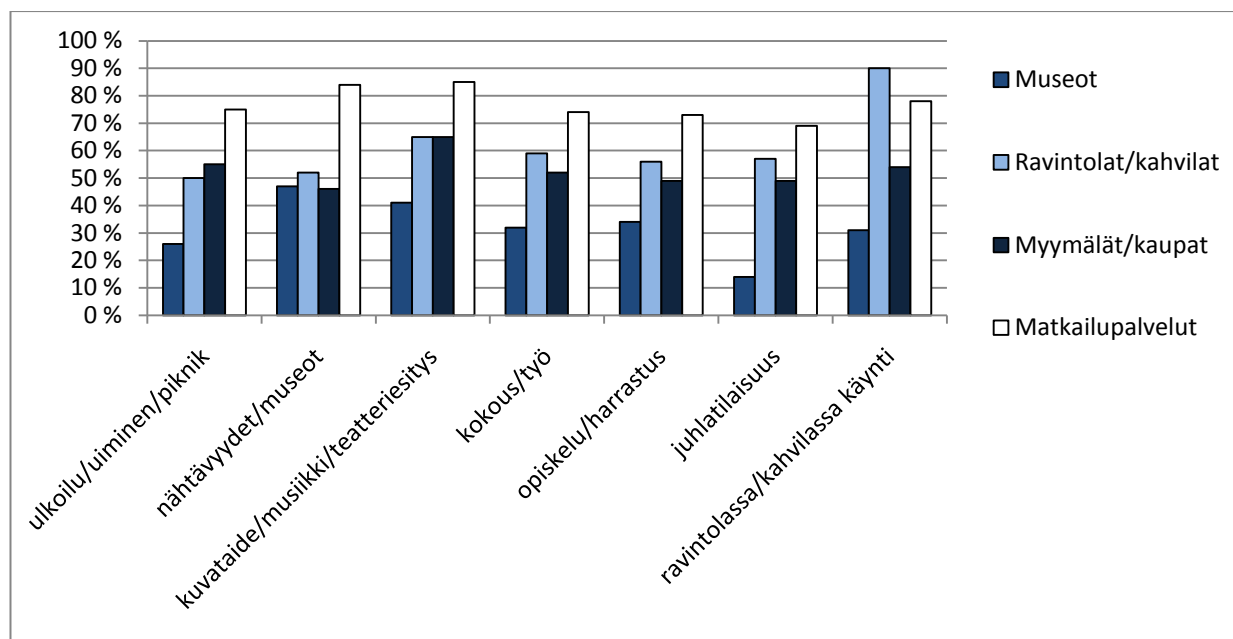
Talvikaudella suosituin ravintolapalvelu oli Ravintola Suomenlinnan Panimo (39 % vastaajista), jota seurasivat Café Vanille (36 %) ja Ravintola Café Chapman (31 %). Kävijöitä riitti myös Lelumuseon kahvilaan (11 %) ja Ravintola Yläkerhoon (9 %). Muut ravintolat tai kahvilat eivät olleet avoinna, mutta museoiden tapaan saivat kuitenkin mainintoja. Kesäkaudella eniten kävijöitä ilmoitti käyneensä Kahvila Piperissä (33 %) ja Ravintola Café Chapmanissa (26 %). (Liite 11.)

Myymälöistä ja kaupoista etenkin ympäri vuoden auki olevat Siwa ja Suomenlinnan kioski olivat kävijöiden suosiossa. Lähikauppa Siwassa vieraili suurin osa talvi- (73 %) ja kesäkauden (54 %) kävijöistä. Myös Suomenlinnan kioskin palveluja käytti suhteellisesti suurempi osa kävijöistä talvikaudella (53 %) kuin kesäkaudella (40 %). Noin viidesosa vastaajista kävi kesäkaudella auki olevissa sekä Museokaupassa että Käsityöläisten kesäkaupassa. (Liite 11.)

Matkailupalveluista eniten mainintoja sekä talvi- että kesäkaudella sai vaihtoehto ”opasteet ja viitoitus saarella”. Muita suosittuja matkailupalveluita talvikaudella olivat Suomenlinnan matkailuneuvonta (57 %) ja Suomenlinnakeskus (55 %). Ne olivat suhteellisesti käytetympiä palveluita talvikaudella samoin kuin laajakangasesitys (15 %). Myös

kesäkaudella Suomenlinnan matkailuneuvonnassa (48 %) ja Suomenlinnakeskuksessa (43 %) vieraili suuri osa vastaajista. Jos saaren opastusta ja viitoitusta ei oteta huomioon, eväsrुकailutila oli ainoa palvelu, jota kesäkauden vierailijat (13 %) ilmoittivat käyttäneensä useammin kuin talvikauden kävijät (11 %). Kesäkauden vastaajat (78 %) käyttivät kuitenkin hieman enemmän matkailupalveluita kuin talvikauden vastaajat (74 %). Tämä selittyy sillä, että kesäkaudella useampi vastaaja käytti ainakin yhtä matkailupalvelua, kun taas yksittäiset talvikauden kävijät hyödynsivät useampaa palvelua. (Liite 11.)

Matkan pääasiallisella syyllä näyttää tutkimuksen mukaan olevan hieman vaikutusta käytettyihin palveluihin, kuten kuvioista 24 voidaan todeta. Matkailupalvelut olivat käytetyin palveluryhmä suurimmassa osassa tapauksia. Ainoastaan matkan pääasiallisen syyn ollessa ravintolassa tai kahvilassa käynti nousi ryhmä ”ravintolat ja kahvilat” odotetusti käytetyimmäksi (90 %). Ravintolapalvelut olivat saaneet paljon käyntejä myös kuvataiteen, musiikin tai teatteriesityksen (65 %) takia Suomenlinnaan tulleilta samoin kuin myymälät ja kaupat (65 %). Museot nousivat käytetyimmäksi nähtävyyksien ja museoiden vuoksi saapuneilla (47 %) ja vähiten niitä käyttivät henkilöt, jotka ilmoittivat juhlatilaisuuden olleen yksi matkan syistä (14 %).



Kuvio 24. Vastaajien käyttämät palvelut verrattuna pääasialliseen matkan syyhin

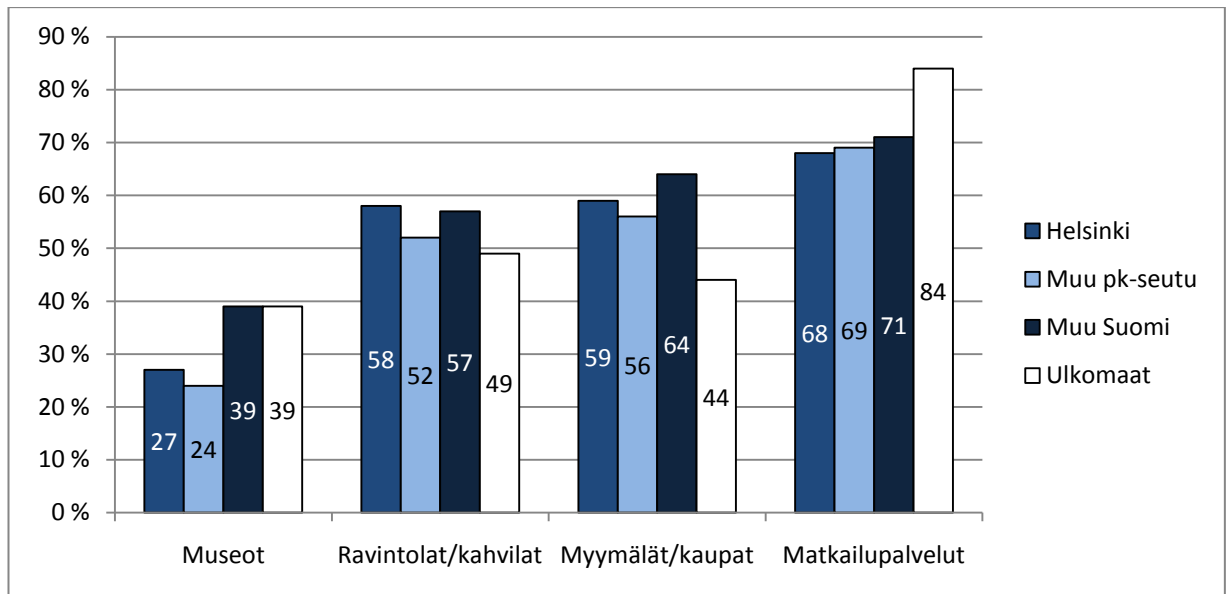
Sukellusvene Vesikko ja Suomenlinna-museo olivat suosituimmat museot matkan pääasiallisesta syystä riippumatta. Lisäksi kuvataiteen, musiikin tai teatteriesityksen matkansa syyksi ilmoittaneet kävivät useasti Ehrensvärd-museossa (57 %) ja kokouksen tai työn takia saapuneet Lelumuseossa (52 %). (Liite 11.)

Ravintolapalveluista Kahvila Piper oli suosituin matkan syyn ollessa ulkoilu, uiminen tai piknik (30 %) sekä nähtävyydet tai museot (27 %). Ravintola Café Chapman taas sai eniten käyntejä kuvataiteen, musiikin tai teatteriesityksen (50 %), kokouksen tai työn (42 %), opiskelun tai harrastuksen (44 %) sekä juhlatilaisuuden (40 %) vuoksi saapuneilta. Ravintola Suomenlinnan Panimossa kävivät vastaajat, joille juhlatilaisuus (40 %) ja ravintoloissa tai kahviloissa käynti (29 %) oli yksi matkan pääasiallisista syistä. (Liite 11.)

Myymälöiden ja kauppojen osalta Siwa oli käytetyin palvelu, ja suhteellisesti eniten mainintoja se sai kokouksen tai työn ollessa matkan syy (79 %). Museokaupassa ja Käsiyöläisten kesäkaupassa olivat käyneet etenkin nähtävyyksien ja museoiden vuoksi tulleet. (Liite 11.)

Suomenlinnakeskus oli etenkin opiskelun tai harrastuksen (57 %) ja nähtävyyksien tai museoiden (55 %) vuoksi saapuneiden suosiossa. Jälkimmäiseksi mainittu joukko käytti lisäksi useasti Suomenlinnan matkailuneuvontaa (56 %), kuten myös vastaajat, joiden matkan syy oli kuvataide, musiikki tai teatteriesitys (55 %). Reilu viidennes vastaajista, jotka tulivat kohteeseen kuvataiteen, musiikin tai teatteriesityksen ja kokouksen tai työn takia ilmoitti käyneensä opastetulla kävelykierroksella. (Liite 11.)

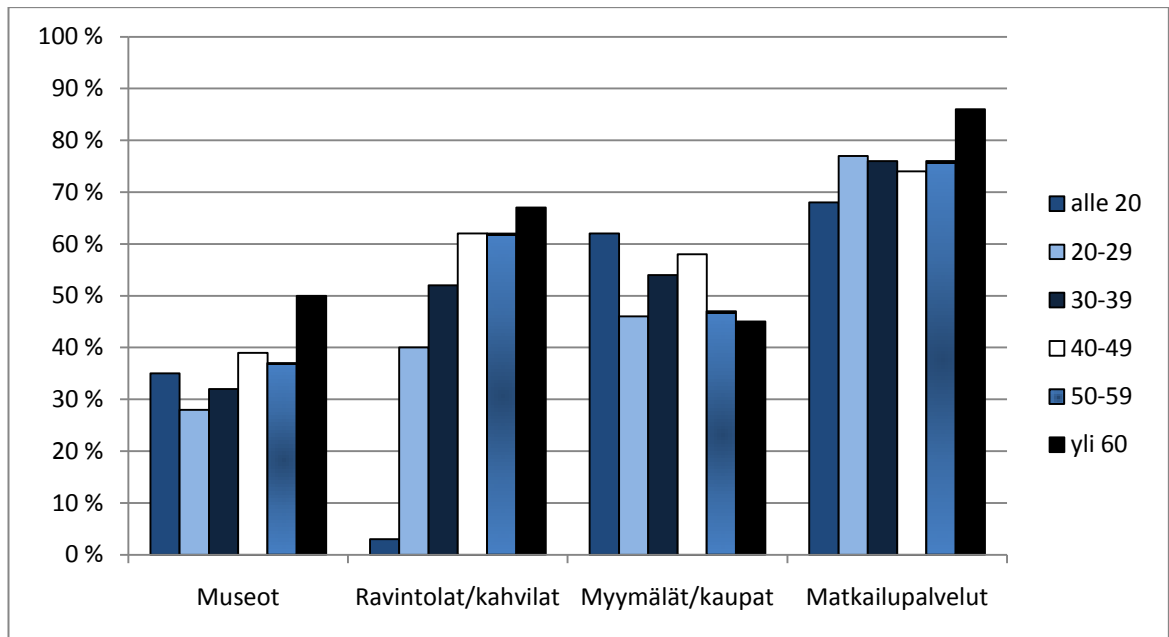
Ulkomaalaiset käyttivät selkeästi muilta lähtöalueilta saapuneita useammin matkailupalveluita, mutta harvemmin myymälöitä ja kauppota tai ravintoloita ja kahviloita. Muualta Suomesta tulevat puolestaan käyttivät enemmän museoiden sekä myymälöiden ja kauppojen tarjoamia palveluita kuin pääkaupunkiseudulla asuvat. Ravintola- ja matkailupalveluita tarkastellessa erot eivät sen sijaan ole kovin suuret. (Kuvio 25.)



Kuvio 25. Vastaajien käyttämät palvelut verrattuna lähtöalueeseen

Verrattaessa museoiden, ravintolapalveluiden sekä myymälöiden ja kauppojen käyttöä lähtöalueen mukaan ei ollut havaittavissa merkittäviä eroja. Käytetyimmät palvelut kaikilta lähtöalueilta tulleilla olivat samat kuin jo aikaisemmin mainitut suosituimmat palvelut. Sen sijaan matkailupalveluiden kohdalla eroa syntyy hieman ulkomaalaisten ja kotimaisten vastaajien välillä. Enemmistö ulkomaalaisista ilmoitti käyttäneensä Suomenlinnan matkailuneuvonnan (63 %) tai Suomenlinnakeskuksen (60 %) tarjoamia palveluita, kun suomalaisten osuudet jäivät 20 % ja 40 % välille. Lisäksi ulkomaalaiset olivat harvemmin kommentoineet opasteita ja viitoitusta saarella kuin kotimaiset kävijät. (Liite 11.)

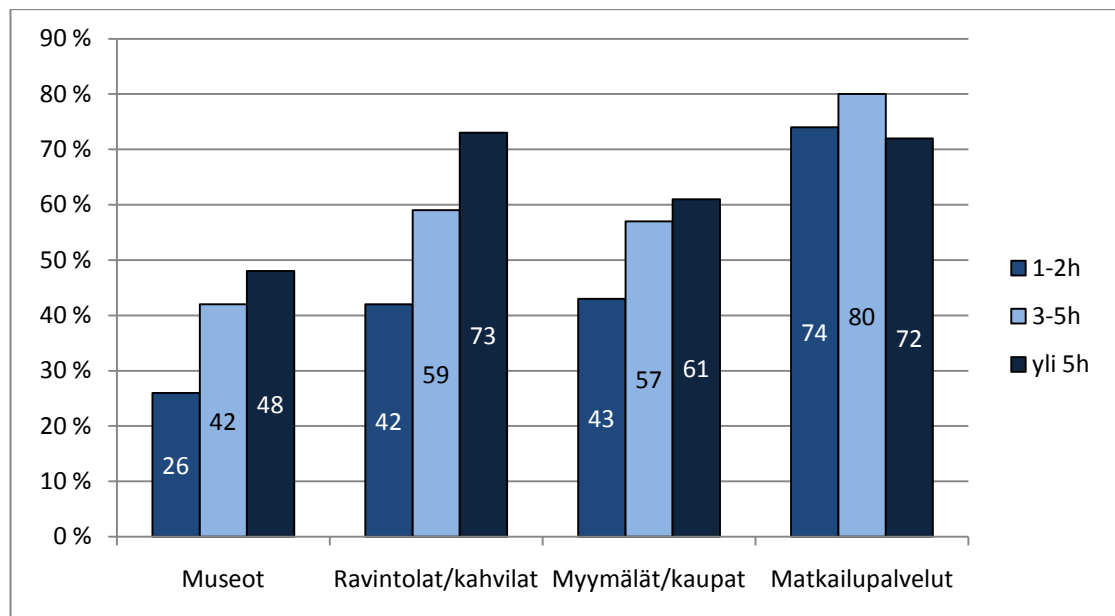
Kuten kuvio 26 näyttää, yli 60 -vuotiaat vastaajat ilmoittivat useimmin käyttäneensä Suomenlinnassa olevia museoita, ravintoloita ja kahviloita sekä matkailupalveluita. Ravintoloissa tai kahviloissa käynti oli suosittua kaikissa muissa ikäryhmissä, paitsi alle 20 -vuotiaiden keskuudessa, joista vain 3 % ilmoitti käyttäneensä ravintolapalveluita. Sen sijaan he käyttivät muita useammin myymälöitä ja kauppia.



Kuvio 26. Vastaajien käyttämät palvelut verrattuna ikään

Miesten ja naisten välillä oli havaittavissa joitain eroavaisuuksia palveluiden käytössä. Miehet (41 %) esimerkiksi kävivät naisia (30 %) useammin museoissa, ja heidän suosimiaan museoita olivat Suomenlinna-museo (55 %) sekä Sotamuseon Maneesi-näyttely (30 %). Naisia taas olivat kiinnostaneet enemmän Lelumuseo (29 %) sekä Sukellusvene Vesikko (53 %). Miehet myös käyttivät ravintolapalveluita useammin kuin naiset ja kävivät selkeästi useammin etenkin Cafe Bar Valimossa (20 %), jossa vain pieni osa (10 %) kyselyyn vastanneista naisista oli käynyt. Matkailupalveluiden osalta eroa löytyi esimerkiksi Suomenlinnan matkailuneuvonnan käytössä, jossa useampi miesvastaaja oli vierailut. (Liite 11.)

Tulokset osoittavat, että vierailun keston pidentyessä myös palvelujen käyttö lisääntyy. Yli 5 tuntia kohteessa viipyneet vastaajat mainitsivat lyhyemmän aikaa viipyneitä useammin käyneensä museoissa, ravintoloissa ja kahviloissa sekä myymälöissä ja kauppoissa. Vähiten näitä palveluja käyttivät vastaajat, joiden vierailun kesto oli vain 1-2 tuntia. Matkailupalveluita sen sijaan käyttivät kaikki vastaajat, 3-5 tuntia kohteessa viipyneiden hyödyntäen niitä useimmin. (Kuvio 27.)



Kuvio 27. Vastaajien käyttämät palvelut verrattuna vierailun keston

Museoita ja matkailupalveluita käytettiin eniten ensimmäisillä vierailukerroilla ja käyntikertojen lisääntyessä niiden osuus väheni. Sen sijaan ravintolapalveluita sekä myymälöitä ja kauppoja käytettiin runsaasti käyntikertojen lukumäärästä riippumatta. Museoita käytettiin tasaisesti kaikilla vierailukerroilla, mutta ravintoloista ja kahviloista etenkin Ravintola Yläkerho erottui joukosta. Yli 10 kertaa Suomenlinnassa vierailleista vastaajista 15 % ilmoitti käyttäneensä kyseistä palvelua, kun muilla vähäisemmällä käyntikerroilla sen osuus oli alle 5 %. Myös Café Bar Valimoa käyttivät useimmin yli 5 kertaa kohteessa käyneet. Ensikertalaiset käyttivät muita harvemmin Siwaa, mutta useammin Museokauppaa sekä Käsityöläisten kesäkauppaa. He kävivät myös useammin Suomenlinnakeskuksessa, Suomenlinnan matkailuneuvonnassa, laajakangasesityksessä sekä opastetulla kävelykierroksella, kuin useampia kertoja kohteessa käyneet. (Liite 11.)

Laadun arvioinnin yhteydessä vastaajia pyydettiin merkitsemään alittiko, vastasiko vai ylittikö käytetty palvelu heidän odotuksensa. Museot saivat yhteensä 675 arviota, joista suurin osa oli positiivisia. Sukellusvene Vesikko sai eniten odotukset alittavia merkintöjä, mutta moni vastaaja oli ilmaissut syyksi sen kiinni olemisen. Suosituimpia museoita tutkimuksen perusteella olivat Suomenlinna-museo ja Sukellusvene Vesikko, jotka kumpikin saivat 178 arviota. Suurinta hajontaa laadun arvioinnissa ilmeni Lelumuseon kohdalla. (Taulukko 3.)

Taulukko 3. Museokohteiden laadun arviointi

	alitti odotukset		vastasi odotuksia		ylitti odotukset		yhteensä	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Ehrensvärd-museo	8	9%	62	71%	17	20%	87	100%
Suomenlinna-museo	9	5%	138	78%	31	17%	178	100%
Sotamuseon Maneesi- näyttely	9	10%	59	68%	19	22%	87	100%
Lelumuseo	10	11%	52	56%	31	33%	93	100%
Tullimuseo	3	6%	34	65%	15	29%	52	100%
Sukellusvene Vesikko	16	9%	135	76%	27	15%	178	100%

Kahvilat ja ravintolat saivat 824 arviota ja kuten taulukosta 4 on havaittavissa, ja myös ne täyttivät suurimmaksi osaksi vastaajien odotukset. Eniten odotuksia ylittivät Lelumuseon kahvila, Café Vanille ja Café Bar Valimo. Ravintola Walhalla jakoi vastaajien mielipiteet, sillä se sai sekä paljon odotukset ylittäviä että odotukset alittavia merkintöjä.

Taulukko 4. Ravintoloiden ja kahviloiden laadun arviointi

	alitti odotukset		vastasi odotuksia		ylitti odotukset		yhteensä	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Cafe Vanille	8	7%	74	68%	27	25%	109	100%
Kahvila Piper	13	9%	108	71%	31	20%	152	100%
Cafe Bar Valimo	3	4%	54	72%	18	24%	75	100%
Ravintola Cafe Chapman	21	15%	98	71%	20	14%	139	100%
Pizzeria Nikolai	7	9%	56	75%	12	16%	75	100%
Ravintola Suomenlinnan Panimo	18	14%	88	66%	27	20%	133	100%
Ravintola Walhalla	13	24%	28	52%	13	24%	54	100%
Lelumuseon kahvila	3	6%	31	60%	18	35%	52	100%
Ravintola Yläkerho	1	3%	28	80%	6	17%	35	100%

Myymälät ja kaupat saivat 713 arviota, joista lähikauppa Siwa ja Suomenlinnan kioski keräsivät suurimman osan. Etenkin Käsityöläisten kesäkauppa oli ollut monelle vastajalle positiivinen kokemus ja ylittänyt heidän odotuksensa (28 %). (Taulukko 5.)

Taulukko 5. Myymälöiden ja kauppojen laadun arviointi

	alitti odotukset		vastasi odotuksia		ylitti odotukset		yhteensä	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Siwa	21	7%	235	81%	35	12%	291	100%
Suomenlinnan kioski	13	6%	169	79%	32	15%	214	100%
Museokauppa	8	8%	79	77%	16	16%	103	100%
Käsityöläisten kesäkauppa	7	7%	69	66%	29	28%	105	100%

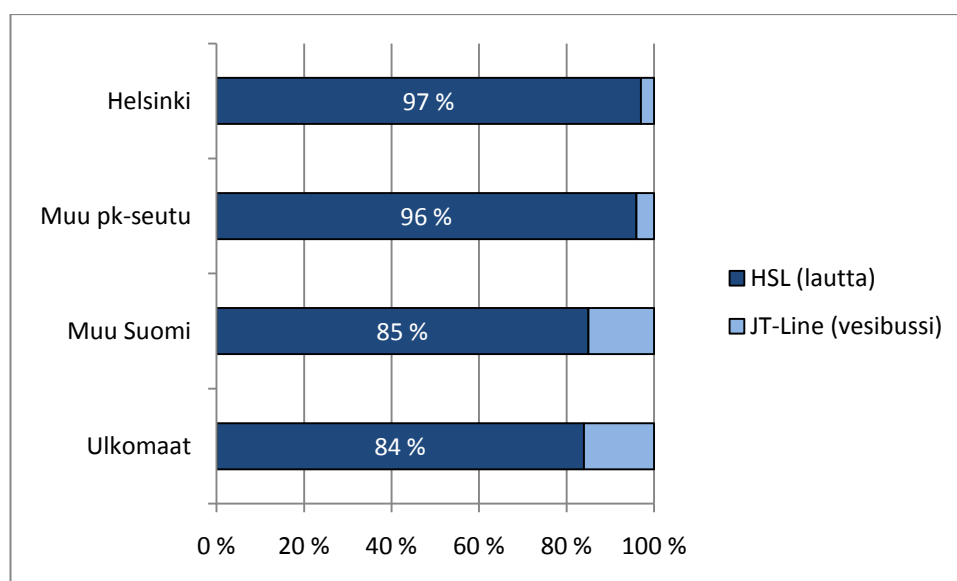
Matkailupalvelut saivat yhteensä 1617 arviota. Suomenlinnakeskus ja Suomenlinnan matkailuneuvonta olivat matkailijoiden suosiossa ja niiden tarjoamat palvelut myös pääosin vastasivat tutkimukseen osallistuneiden odotuksia. Eniten odotuksia ylittävät matkailupalvelut olivat laajakangasesitys (50 %) ja opastettu kävelykierros (45 %). (Taulukko 6.)

Taulukko 6. Matkailupalveluiden laadun arviointi

	alitti odotukset		vastasi odotuksia		ylitti odotukset		yhteensä	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Suomenlinnakeskus	22	6%	274	72%	85	22%	381	100%
Suomenlinnan matkailuneuvonta	18	5%	250	70%	88	25%	356	100%
Laajakangasesitys	3	4%	37	46%	40	50%	80	100%
Opastettu kävelykiertös	5	7%	37	49%	34	45%	76	100%
Eväsrुकailutila	5	5%	55	59%	33	35%	93	100%
Hostel Suomenlinna	1	5%	12	57%	8	38%	21	100%
Opasteet ja viitoitus saarella	47	8%	437	72%	126	21%	610	100%

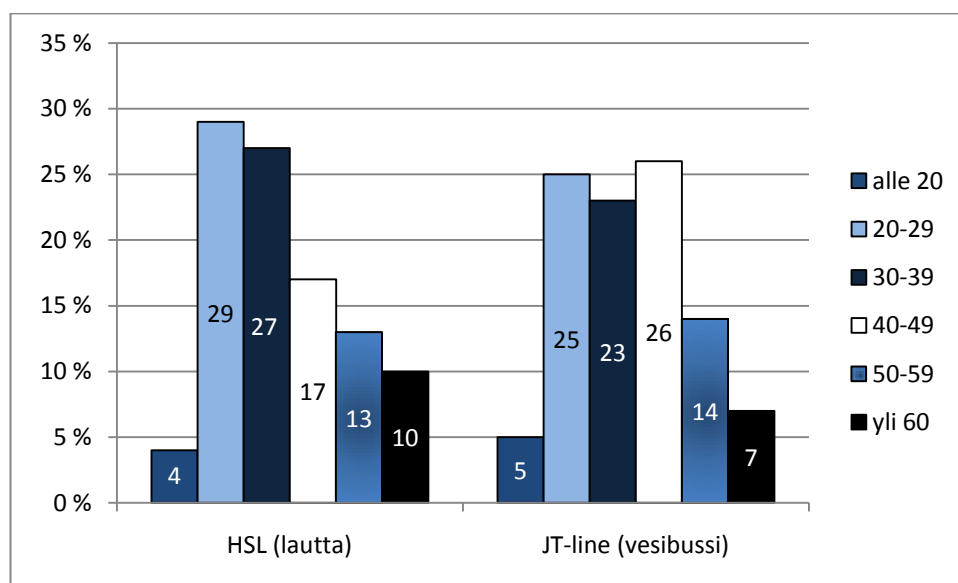
5.5 Merimatkan arviointi

868 tutkimukseen vastannutta oli tullut Suomenlinnaan HSL:n lautalla ja 117 oli saapunut kohteeseen JT-Linen vesibussilla. Sekä helsinkiläisistä että muista pääkaupunkiseutulaisista kohteeseen oli saapunut lautalla yli 95 %. Muista suomalaisista ja ulkomalaisistakin suurin osa oli saapunut Suomenlinnaan lautalla, mutta näiden vastaajien osuudet olivat pienemmät kuin pääkaupunkiseutulaisten. (Kuvio 28.) JT-Linen vesibusseja käyttäneet vastaajat olivatkin siis lähinnä kauempaa tulleita matkailijoita.



Kuvio 28. Vastaajien käyttämä kulkuväline verrattuna lähtöalueeseen

HSL:n lautalla Suomenlinnaan saapuneista suurin osa oli joko 20–29 -vuotiaita tai 30–39 -vuotiaita. Vanhempien ikäryhmien osuudet vastanneista jäivät hieman pienemmiksi. JT-Linen vesibussin matkustajien osuudet jakautuivat enemmän: niin 20–29 -vuotiaita, 30–39 -vuotiaita kuin 40–49 -vuotiaita oli kutakin noin neljäsosa vastaajista. (Kuvio 29.) 40–49 -vuotiaiden osuus vesibussin asiakkaista oli siis hieman suurempi kuin lautaa käyttävien asiakkaista, vaikka lukumääräisesti lautaa käyttikin useampi ikäryhmään kuuluva henkilö. Tilastollisesti erot eivät ole merkitseviä ($p=0,229$), joten ilmenevät erot saattavat hyvinkin johtua sattumasta.

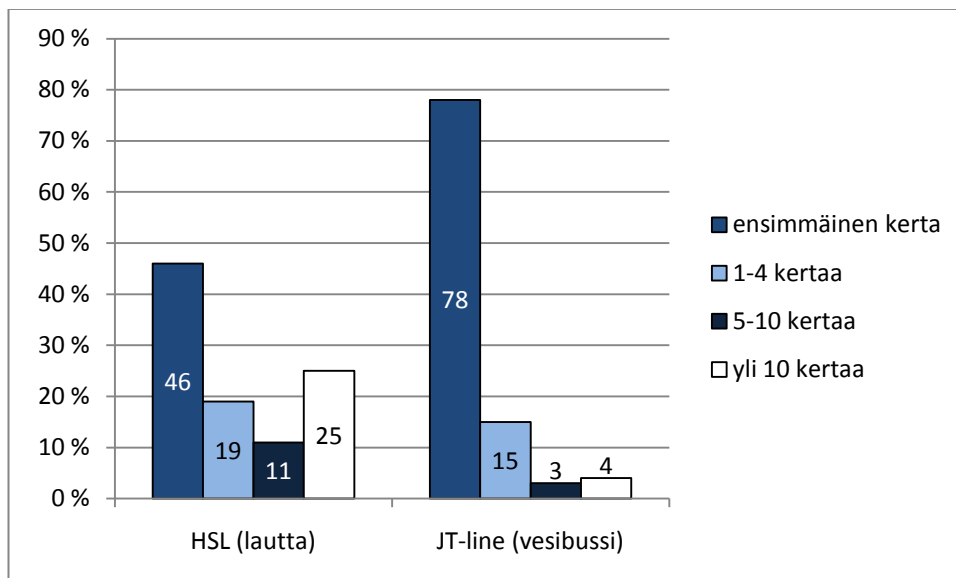


Kuvio 29. Vastaajien käyttämä kulkuväline verrattuna ikään

Miesten ja naisten välillä oli nähtävissä pieni ero HSL:n lautaa ja JT-Linen vesibussin käytön osalta. Lautalla matkustaneista suurempi osa (59 %) oli naisia, kun miesten osuus oli 41 %. Vesibussin asiakkaista puolestaan 48 % oli naisia ja 52 % miehiä. Tulosten mukaan naiset siis matkustivat Suomenlinnaan useammin HSL:n lautalla ja miehet JT-Linen vesibussilla. (Liite 12.)

HSL:n lautalla kohteeseen saapuneista vastaajista 87 % matkasi seurueen kanssa. JT-Linen vesibussin osalta seurueessa matkustaneiden osuus oli vielä suurempi, 94 %. Tutkimuksen tuloksista voidaan siis nähdä, että vesibussin asiakkaat matkustivat harvemmin yksin. (Liite 12.)

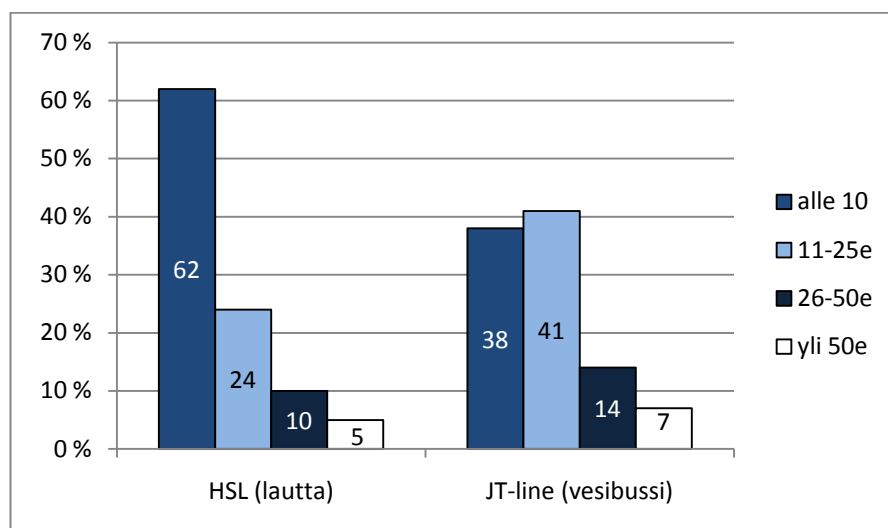
JT-Linen vesibussilla matkustaneista ehdottomasti suurin osa (78 %) oli Suomenlinnassa ensimmäistä kertaa vierailevia kävijöitä. 15 % oli 1-4 kertaa kohteessa käyneitä, kun taas yli viisi kertaa saarella käyneistä vain harvat matkustivat vesibussilla. HSL:n lautan asiakkaista vajaa puolet oli ensimmäistä kertaa Suomenlinnassa. Toiseksi suurin asiakasryhmä oli kohteessa yli 10 kertaa käyneet matkailijat, joita oli neljännes vastaajista. Tutkimuksen tuloksista näkeekin, että JT-Linen vesibussia käyttivät lähinnä ensimmäistä tai ensimmäisiä kertoja Suomenlinnassa vierailevat vastaajat. HSL:n lautalla sen sijaan matkustettiin eniten joko ensimmäisellä käyntikerralla tai kun paikka ja reitti sinne oli jo opittu tuntemaan. Lautalla matkustaneiden eri ryhmien prosentuaaliset osuudet eivät kuitenkaan kovin paljon poikkea toisistaan, mistä onkin huomattavissa, että lautalla matkustetaan kaikissa ryhmissä käyntikertojen määrästä riippumatta. (Kuvio 30.)



Kuvio 30. Vastaajien käyttämä kulkuväline verrattuna käyntikertojen lukumäärään

Rahankäytön ja lautan tai vesibussin käytön suhteita tutkittaessa selvisi, että JT-Linella kulkeneista vastaajista suurin osa (41 %) käytti matkansa aikana rahaa 11–25 euroa, kun taas HSL:n lautalla matkustaneista suurimman osan (62 %) rahankäyttö jäi vajaaseen kymmeneen euroon. Vesibussia käyttäneiden vastaajien vastaukset tosin jakautuivat vaihtoehtojen kesken enemmän, alle 10 euroa käyttäneitä vastaajia oli 38 %, eli lähes saman verran kuin hieman enemmän rahaa käyttäneitä. Kuitenkin myös 26–50 euroa käyttäneitä vastaajia oli enemmän kuin lautalla. Lautalla kulkeneiden vastaajien joukossa

suurempia summia käyttäneitä henkilöitä oli suhteessa huomattavasti vähemmän. (Kuvio 31.)



Kuvio 31. Vastaajien käyttämä kulkuväline verrattuna rahankäyttöön

Suurin osa vastaajista arvioi käyttämänsä aluksen laadun hyväksi kaikissa kysytyissä kohdissa. Parhaiten arvioitiin käytetyn aluksen siisteys, jonka 81 % vastaajista oli arvioinut hyväksi. Neljäsosa koki aluksen vuorovälin ja opasteiden lähtöpaikalla olevan tyydyttävät, ja lähes kolmasosa vastaajista arvioi aluksen mukavuuden tyydyttäväksi. Vain harva arvioi kysytyjä seikkoja laadultaan huonoiksi. (Liite 12.)

HSL:n lauttaa ja JT-Linen vesibussia erikseen arvioitaessa kävi ilmi, että suurempi osa vesibussin kuin lautan matkustajista oli tyytyväisiä alukseen. Esimerkiksi aluksen vuoroväli arvioitiin useammin huonoksi HSL:n lautan ollessa kyseessä. Vaikka jokainen arvioitu tekijä oli saanut lautan arvioissa suurimmaksi osaksi ”hyvä”-vastauksia, noin neljäsosa vastaajista oli joka kohdassa arvioinut palvelut tyydyttäväksi. Vesibussin arvioissa vielä suurempi osa matkustajista puolestaan oli arvioinut kysytyt kohdat useammin hyväksi, ja huonoiksi palvelut oli arvioinut vain murto-osa vastaajista. (Taulukko 7; Taulukko 8.)

Taulukko 7. HSL:n lautan laadun arviointi

	huono		tydyttävä		hyvä		yhteensä	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Opasteet aluksen läh- töpaikalla	24	3%	211	25%	624	73%	859	100%
Aluksen vuoroväli	37	4%	225	26%	597	70%	859	100%
Aluksen siisteys	5	1%	157	18%	693	81%	855	100%
Aluksen mukavuus	10	1%	269	32%	574	67%	853	100%

a. Lautta = HSL

Taulukko 8. JT-Linen vesibussin laadun arviointi

	huono		tydyttävä		hyvä		yhteensä	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Opasteet aluksen läh- töpaikalla	3	3%	24	21%	87	76%	114	100%
Aluksen vuoroväli	2	2%	18	16%	96	83%	116	100%
Aluksen siisteys	0	0%	18	15%	99	85%	117	100%
Aluksen mukavuus	0	0%	25	21%	92	79%	117	100%

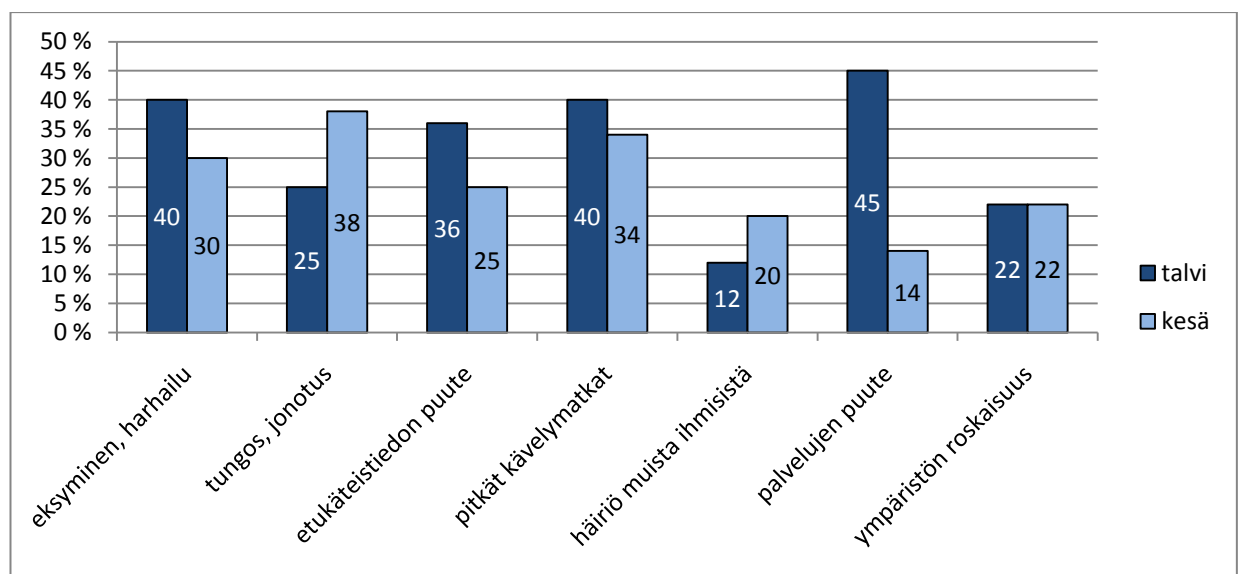
a. Lautta = JT-line (vesibussi)

5.6 Vierailun häiritteijät

Kuten luvussa 3.1 kerrottiin, matkailulla sanotaan olevan negatiivisia vaikutuksia kohteisiin. Näitä ovat muun muassa ruuhkautuminen, kuluminen, liikenneongelmat, asukkaiden ja kävijöiden ristiriidat sekä kävijähallinnan toimenpiteet, kuten opasteet. (Fyall ym. 2008, 167-169.) Tutkimukseen osallistuneita pyydettiin vastaamaan kysymykseen viihtymistä haitanneista tekijöistä. Lomakkeessa listatut häiritteijät olivat eksyminen ja harhailu, tungos ja jonotus, etukäteistiedon puute, pitkät kävelymatkat, häiriömuista ihmisistä, palvelujen puute, ympäristön roskaisuus tai jokin muu haitta, jonka vastaaja sai itse määrittellä. Edellä mainittuja häiritteijöitä tuli arvioida asteikolla ”ei lainkaan”, ”jonkin verran” tai ”paljon”. Kuten vuosien 2002 ja 2006 tutkimuksissa, on vastanneita jonkin verran ja paljon haitanneet tekijät tässäkin tutkimuksessa yhdistetty. Tämä tehtiin, sillä pienenkin haitan katsottiin vaikuttavan kävijän käyntiin. (Hiltunen & Öystilä 2003, 21; Smyk & Vehkakoski 2007, 21.) Liitteestä 13 löytyvät kuitenkin tutkimukseen osallistuneiden alkuperäiset vastaukset vierailun häiritteijöihin liittyen.

Vastaajista 548 oli ilmoittanut jonkin valmiiksi listatun tekijän häirinneen heidän vierailuaan. Häiriötekijöitä sai luonnollisesti ilmoittaa enemmän kuin yhden ja sen vuoksi vastauksia saatiin yhteensä 1052. Lisäksi vastaajien itse mainitsemia häiriötekijöitä saatiin avovastauksen kautta 122 kappaletta. Eniten Suomenlinnassa vierailleita häiritsivät pitkät kävelymatkat (36 %), tungos tai jonotus (35 %) sekä eksyminen tai harhailu (33 %). Hieman vähemmän viihtymistä häirtäsi etukäteistiedon puute (28 %). Ympäristön roskaisuus (22 %), palvelujen puute (22 %) ja muiden ihmisten aiheuttama häiriö (18 %) saivat vähiten mainintoja. (Liite 13.) Koetut haitat ovat muuttuneet jonkin verran vuodesta 2002, jolloin suurin ongelma oli etukäteistiedon puute. Seuraavaksi eniten vierailua oli haitannut tungos ja jonotus, joka sai paljon mainintoja myös vuonna 2010. Ympäristön roskaisuus taas oli haitannut vuoden 2002 tutkimukseen vastanneita enemmän kuin vuoden 2010 vastaajia. (Hiltunen & Öystilä 2003, 21.)

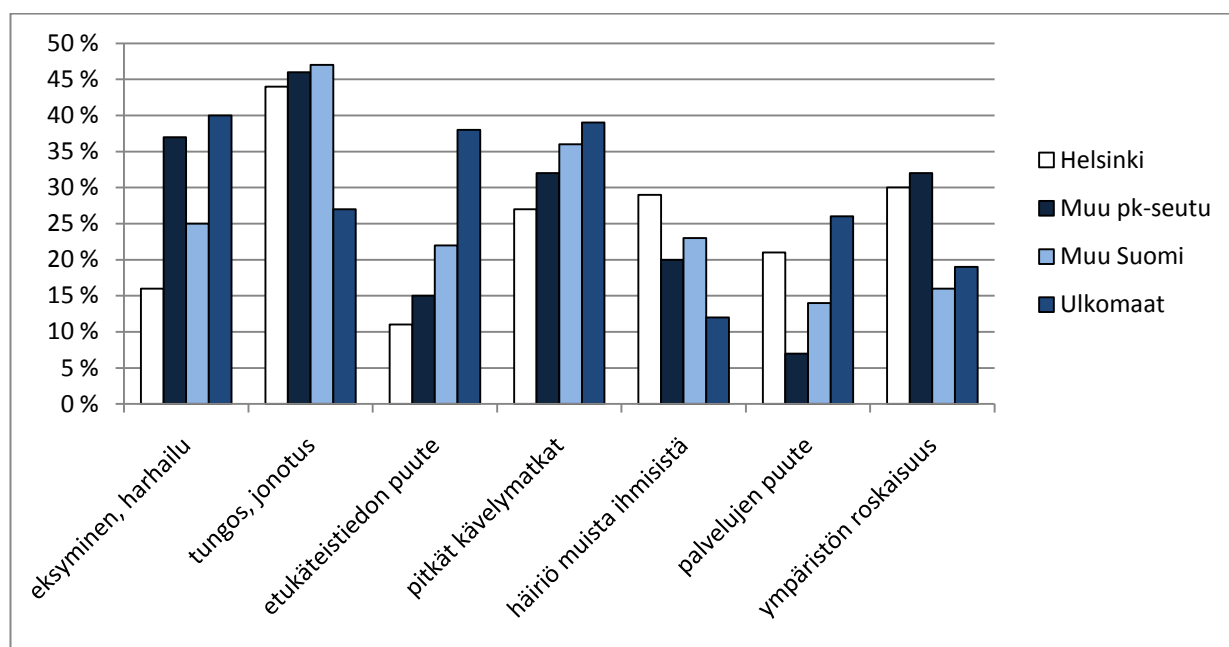
Kuten kuvio 32 voidaan todeta, talvikaudella kävijöitä häirtäsi huomattavasti kesäkautta enemmän palvelujen puute (45 %). Muita useammin mainittuja haittoja olivat eksyminen ja harhailu (40 %), pitkät kävelymatkat (40 %) sekä etukäteistiedon puute (36 %). Kesäkaudella taas tungos ja jonotus (38 %) sekä häiriö muista ihmisistä (20 %) häirtäsivät kävijöiden viihtyvyyttä. Ympäristön roskaisuus häirtäsi suhteellisesti saman verran (22 %) talvi- ja kesäkausien kävijöitä.



Kuvio 32. Vastaajia haitanneet tekijät talvi- ja kesäkaudella

Tutkimuksen mukaan sukupuoli haittasivat hieman eri tekijät. Naiset mainitsivat miehiä useammin haittatekijöiksi eksymisen ja harhailun (34 %) sekä häiriön muista ihmisistä (19 %). Miehiä taas haittasivat enemmän pitkät kävelymatkat (39 %), etukäteistiedon (31 %) ja palveluiden puute (26 %) sekä ympäristön roskaisuus (28 %). (Liite 13.)

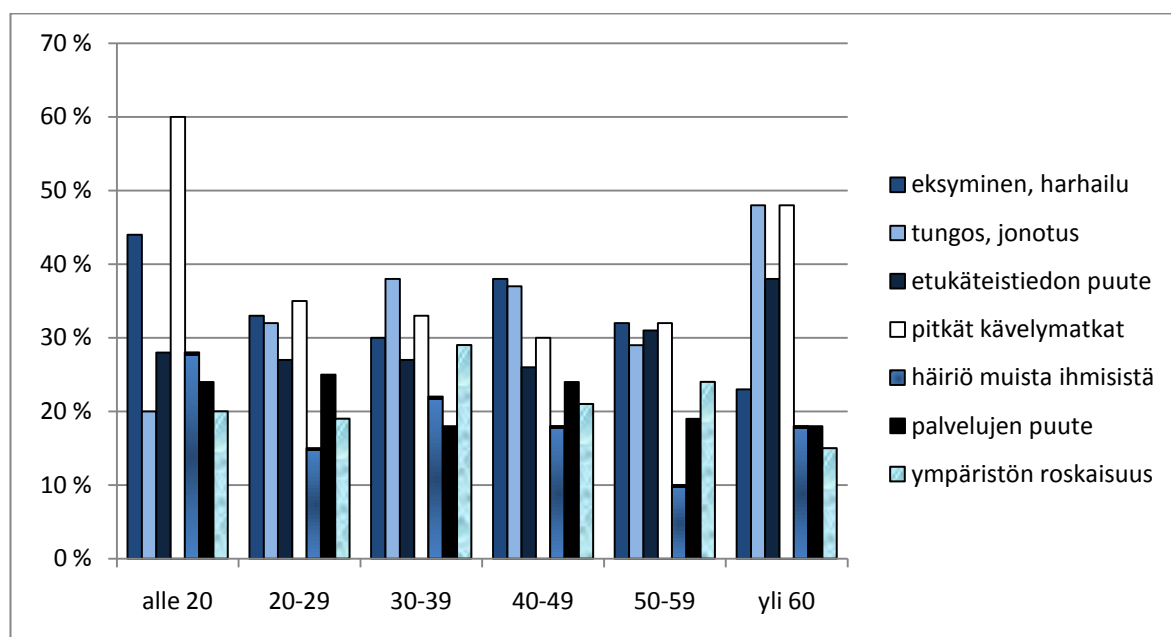
Suomalaisille selkeästi suurin haittatekijä oli tungos ja jonotus (noin 50 %) kun taas ulkomaalaisia se ei häirinnyt läheskään yhtä paljon (27 %). Helsinkiläiset kokivat haittaa lisäksi ympäristön roskaisuudesta (30 %) sekä muista ihmisistä aiheutuneesta häiriöstä (29 %). Muualla pääkaupunkiseudulla asuvia haittasi toiseksi eniten eksyminen ja harhailu (37 %) ja muualta Suomesta tulevia pitkät kävelymatkat (36 %). Myös ulkomaalaisten viihtymistä oli haitannut eksyminen ja harhailu (40 %), pitkät kävelymatkat (39 %) sekä etukäteistiedon puute (38 %). (Kuvio 33.) Tässä tutkimuksessa suomalaiset kokivat tungoksen ja jonotuksen huomattavasti useammin haittatekijäksi kuin vuoden 2006 tutkimuksessa. Muutoin tulokset olivat lähtöalueiden suhteen samankaltaisia. Vastajat kokivat kuitenkin vuonna 2010 eri tekijöiden haitanneen vierailua enemmän kuin vuonna 2006, mikä näkyy haittatekijöiden prosentiosuuksien kasvussa. (Smyk & Vehkakoski 2007, 21.)



Kuvio 33. Vastaajien vierailua haitanneet tekijät verrattuna lähtöalueeseen

Vastaajia, joilla oli lapsia mukana, häittäsivät pitkät kävelymatkat (42 %), tungos ja jonotus (39 %) sekä häiriö muista ihmisistä (22 %) useammin kuin ilman lapsia kulkevia. Sen sijaan etukäteistiedon puuttuminen häittäsi heitä vähemmän. Muiden häittatekijöiden osalta ei ole huomattavissa merkittäviä eroja. (Liite 13.)

Eri-ikäiset kokivat eri tekijöiden haitanneen vierailua, kuten kuvio 34 osoittaa. Pitkät kävelymatkat häiritsivät enemmistöä alle 20 -vuotiaista, sekä melkein puolia yli 60 -vuotiaista. Samoin tungos ja jonotus oli koettu yleiseksi haitaksi yli 60 -vuotiaiden keskuudessa, mutta myös muissa ikäryhmissä. Vähiten se häittäsi alle 20 -vuotiaita. Heitä ja 40–49-vuotiaita vastaajia sen sijaan häittäsi eksyminen ja harhailu, josta vähiten haittaa kokivat yli 60 -vuotiaat (23 %). 20–29-vuotiaat sekä 50–59-vuotiaat tutkimukseen osallistuneet ilmoittivat vähiten häiriötä aiheuttaneen tekijän olleen muut ihmiset.

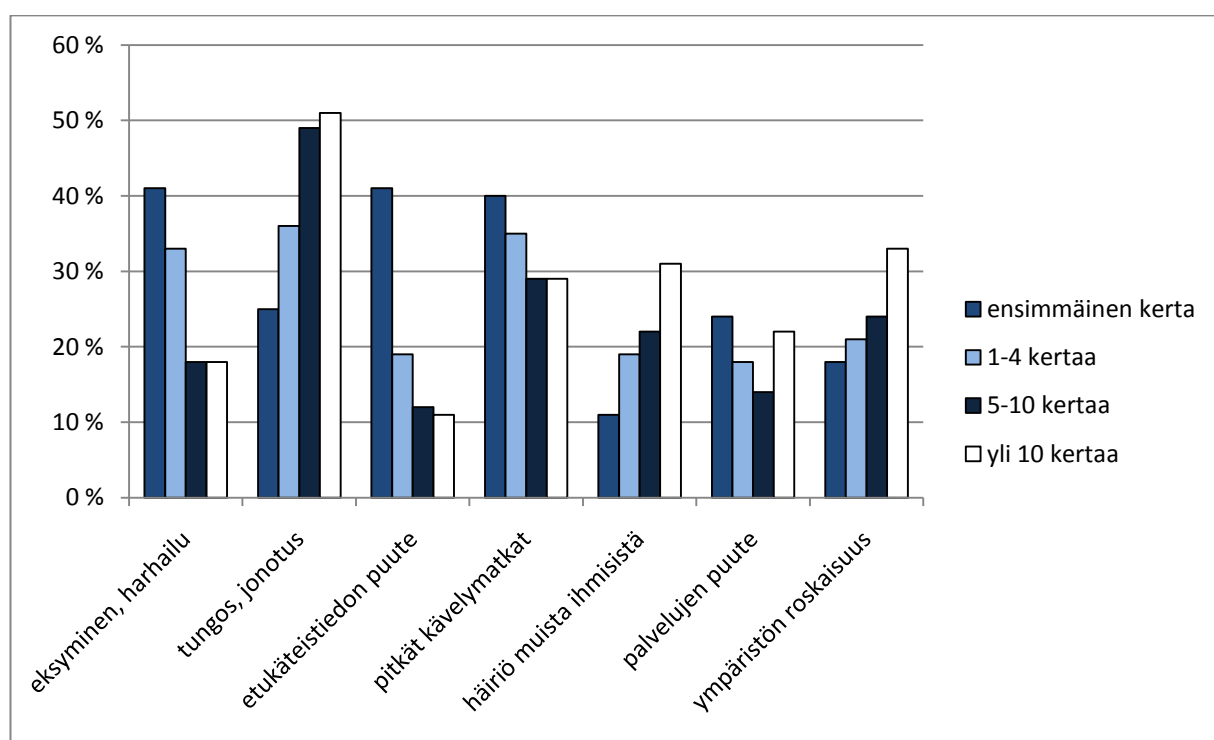


Kuvio 34. Vastaajien vierailua haitanneet tekijät verrattuna ikään

Vierailun kesto vaikutti tutkimuksen mukaan myös koettujen haittojen määrään. Mitä kauemmin vastaajat olivat viipyneet Suomenlinnassa, sitä vähemmän haittaa he olivat kokeneet eksymisestä ja harhailusta, etukäteistiedon puutteesta sekä ympäristön roskaisuudesta. Toisaalta vierailun kestäessä kauemmin myös joidenkin häittatekijöiden määrä kasvoi. Esimerkiksi kymmenesosa 1-2 tuntia kohteessa viipyneistä ilmoitti muut ih-

miset häiriötekijäksi, kun yli 5 tuntia viipyneistä jo kolmannes koki sen haitaksi. Samanlaista kasvua oli havaittavissa tungoksen ja jonotuksen osalta. (Liite 13.)

Käyntikertojen määrän ja häirtatekijöiden välillä voidaan nähdä olevan yhteys. Eksyminen ja harhailu, etukäteistiedon puute, pitkät kävelymatkat sekä palvelujen puute häirit-sivät kaikkein eniten ensimmäistä kertaa Suomenlinnassa vierailevia. Noin puolet yli 5 tai yli 10 kertaa kohteessa vierailleista taas koki tungoksen ja jonotuksen häirinneen viihtyvyyttä. Vastaajat, joilla käyntikertoja oli yli 10, kokivat eniten haittaa muista ihmi-sistä johtuvasta häiriöstä sekä ympäristön roskaisuudesta. (Kuvio 35.)



Kuvio 35. Vastaajien vierailua haitanneet tekijät verrattuna käyntikertoihin

Kuten jo aiemmin mainittiin, vastaajat saivat valmiiksi ilmoitettujen häirtatekijöiden lisäksi mainita muita heidän viihtyvyyttään haitanneita tekijöitä. Talvikaudella mainintoja saivat kylmä ilma ja lumen paljous (14 mainintaa), pulkan vetoa haittaava hiekoitus, tekemisen puute palveluiden ollessa kiinni, lauttalipun ostamisen hankaluus sekä opas-teiden vähyys. Kesäkaudella erilaisia häirtatekijöitä oli listattu runsaasti enemmän. Lokit ja hanhet jätöksineen sekä ampieiset saivat yhteensä 26 mainintaa ja huono sää 9 mai-nintaa. Mukulakivistä koettiin haittaa etenkin lastenrattaiden kanssa liikkuvien keskuu-

nessa (8) ja useita vastaajia haittasivat myös kiinni olevat palvelut touko- ja syyskuussa (5), kovaääniset koneet (4), puutteelliset tiedot rakennusten historiasta ja käytöstä (4), humalaiset (2) sekä vessojen sotkuisuus tai jonot (2). Lisäksi muutama vastaaja koki haitaksi pankkiautomaatin puutteen, sillä museoissa maksuvälineeksi ei käynyt luottokortti. Liitteestä 14 löytyvät kaikki avovastausvaihtoehtoon vastaajien merkitsemät haitat.

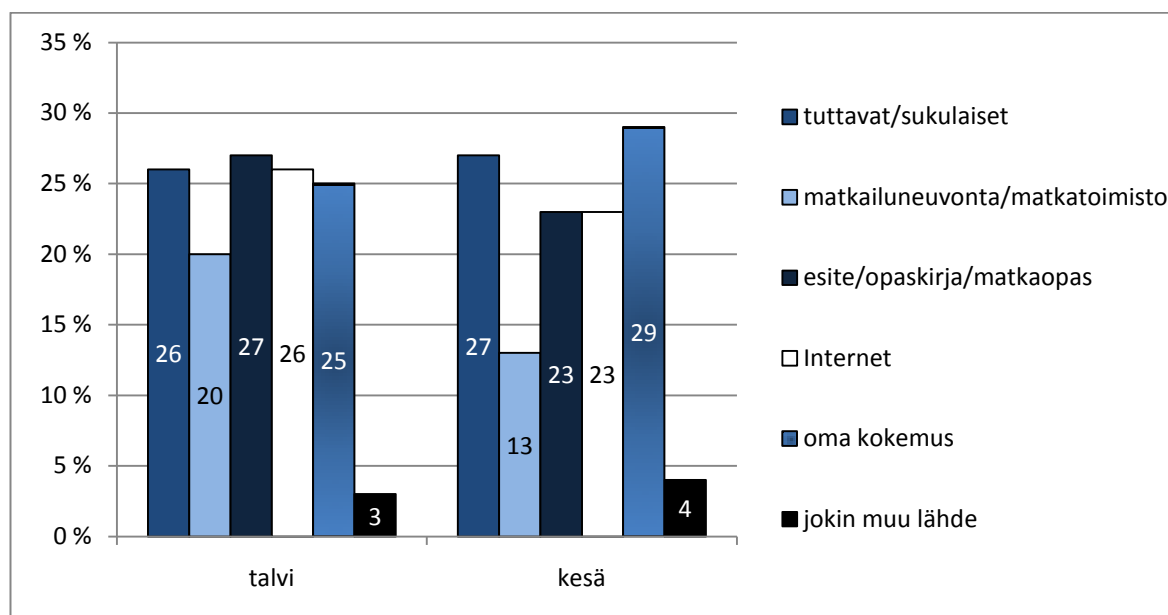
5.7 Tiedonsaanti

Tutkimuksen kautta haluttiin selvittää mitä kautta kävijät saivat tietoa Suomenlinnasta. Tähän voidaan vaikuttaa muun muassa markkinoinnin ja brandauksen keinoin, joihin on perehdytty tarkemmin edellä luvussa 2.7. Vastaajia pyydettiin merkitsemään lomakkeeseen tärkein tietolähde, mikäli he olivat saaneet ennakkotietoa Suomenlinnasta. Vastausvaihtoehtoja olivat ”tuttavat tai sukulaiset”, ”matkailuneuvonta tai matkatoimisto”, ”esite, opaskirja tai matkaohjelma”, ”Internet” sekä ”oma kokemus”. Vaikka kysymyksessä korostettiin vain yhden tietolähteen valitsemista, moni vastaajista valitsi useamman kuin yhden vaihtoehdon. Sama ilmiö oli havaittavissa vuoden 2006 tutkimuksessa, jolloin tuloksiin rekisteröitiin kuitenkin vain yksi tietolähde vastaajaa kohti (Smyk & Vehkakoski 2007, 23). Edellisestä tutkimuksesta poiketen tässä tutkimuksessa kaikki vastaukset otettiin huomioon, jolloin vastauksia saatiin yhteensä 1107.

Vastaajien keskuudessa oma kokemus (28 %) ja tuttavat tai sukulaiset (27 %) olivat suosituimmat vastausvaihtoehdot tärkeimmäksi tietolähteeksi, mutta myös esite, opaskirja tai matkaohjelma (24 %), Internet (23 %) sekä matkailuneuvonta tai matkatoimisto (15 %) mainittiin useasti. (Liite 15.) Tutkimukseen osallistuneet saivat myös ilmoittaa jonkin muun käyttämänsä tietolähteen ja mainintoja saivat muun muassa televisio ja radio, Finnairin lennolla esitetty ohjelma, taidekurssin tiedote, työpaikka tai työkaveri, koulun retket, kirjallisuus sekä Ehrensverd-seura. Kaikki avovastausvaihtoehtoon merkityt tietolähteet löytyvät liitteestä 16.

Talvikaudella tietolähteinä käytettiin kesäkautta useammin matkailuneuvontaa tai matkatoimistoa, esitteitä, opaskirjaa tai matkaohjelmia sekä Internetiä. Kesäkaudella puolestaan oma kokemus sai enemmän merkintöjä ja oli samalla myös kauden suosituin

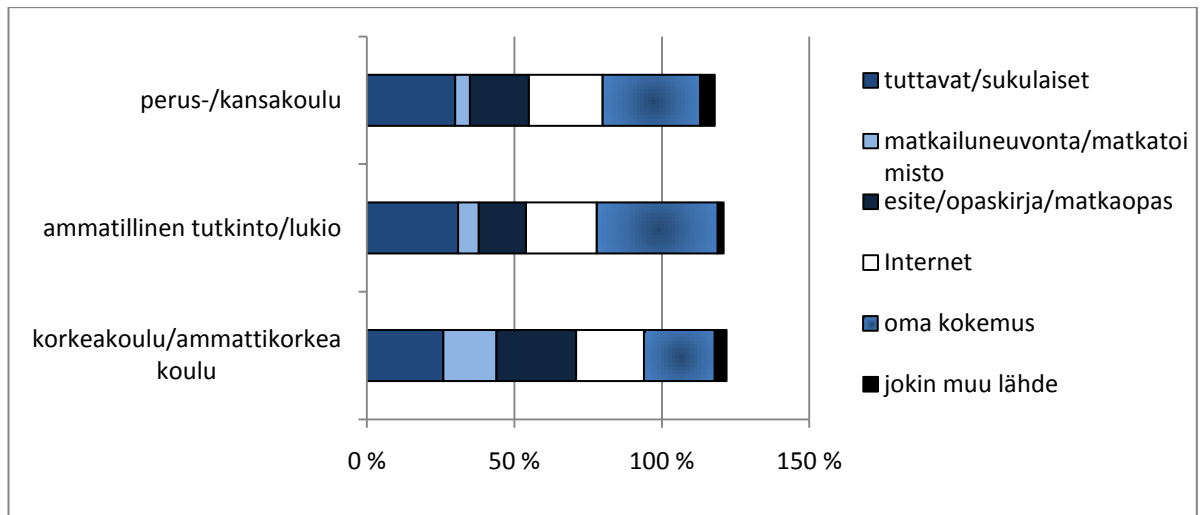
tietolähde. (Kuvio 36.) Erot eivät kuitenkaan olleet tilastollisesti merkitseviä ($p=0,108$) eikä niitä siten voida yleistää koko tutkittavaan perusjoukkoon.



Kuvio 36. Vastaajien käyttämät tietolähteet talvi- ja kesäkaudella

Sukupuolten välillä ei ole havaittavissa merkittäviä eroja tiedonhankinnan suhteen. Internet oli naisvastaajilla (25 %) hieman useammin tietolähteenä kuin miehillä (21 %). Miehet taas käyttivät tietolähteenä naisia useammin esitteitä, opaskirjoja tai matkaohjelmia sekä jotain muuta lähdettä. Erot olivat kuitenkin vain muutaman prosenttiyksikön luokkaa ja saattavat siten johtua sattumasta. (Liite 15.)

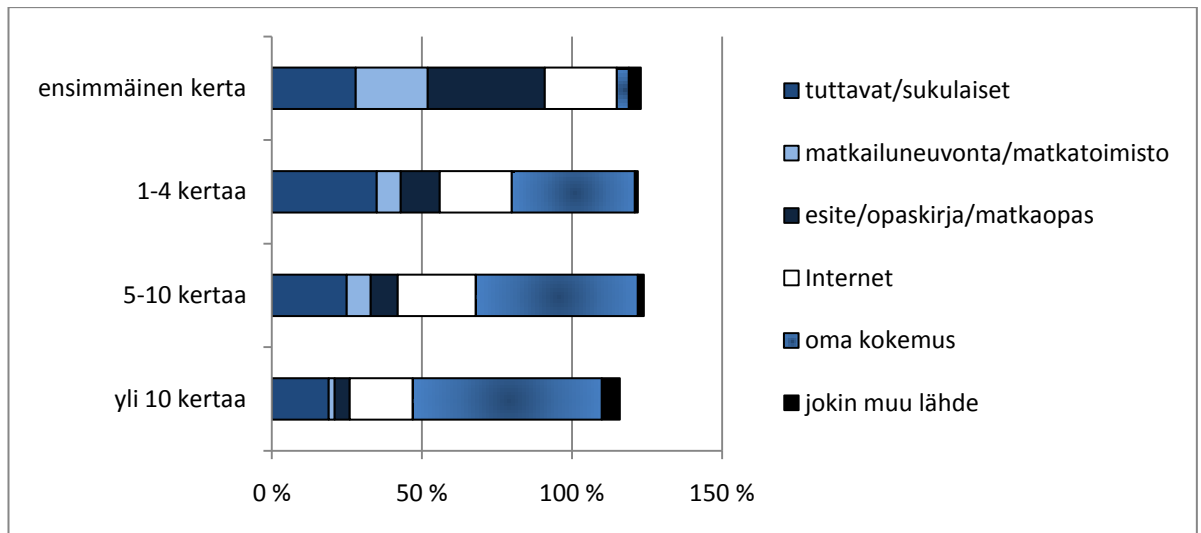
Käytettyjä tietolähteitä verrattiin myös kävijöiden koulutustasoon. Korkeakoulu- tai ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet käyttivät selkeästi useammin tietolähteinä matkailuneuvontaa tai matkatoimistoa sekä esitteitä, opaskirjoja tai matkaohjelmia. Perus- tai kansakoulun käyneillä sekä ammatillisen tutkinnon tai lukion suorittaneilla taas tuttavat tai sukulaiset ja oma kokemus korostuivat tietolähteinä. (Kuvio 37.)



Kuvio 37. Vastajien käyttämät tietolähteet verrattuna koulutustaustaan

Etenkin helsinkiläisillä (59 %) sekä muilla pääkaupunkiseutulaeisilla (59 %) ylivoimaisesti tärkein tietolähde Suomenlinnasta oli oma kokemus, kuten myös muualta Suomesta tulleilla (45 %). Seuraavaksi eniten kannatusta saivat tuttavat tai sukulaiset sekä Internet. Muut vastausvaihtoehdot olivat lähinnä ulkomaalaisten suosiossa, esitteiden, opaskirjojen tai matkaohjelmien noustessa tärkeimmäksi (37 %). (Liite 15.) Eri lähtöalueilta saapuneiden kävijöiden tiedonhankintamenetelmät olivat samankaltaisia kuin vuoden 2006 tutkimuksessa (Smyk & Vehkakoski 2007, 23).

Kuten kuvion 38 avulla voidaan todeta, matkailuneuvontaa tai matkatoimistoa sekä esitteitä, opaskirjoja tai matkaohjelmia käytettiin tietolähteinä useimmin ennen ensimmäistä vierailukertaa, mutta myöhemmillä vierailuilla oman kokemuksen merkitys odotetusti korostui. Tuttavat tai sukulaiset ja Internet mainittiin kuitenkin tärkeinä tietolähteinä myös yli 10 kertaa Suomenlinnassa vierailleiden joukossa, vaikkakin niiden prosentuaaliset osuudet laskivat hieman käyntikertojen lisääntyessä.



Kuvio 38. Vastaajien käyttämät tietolähteet verrattuna käyntikertoihin

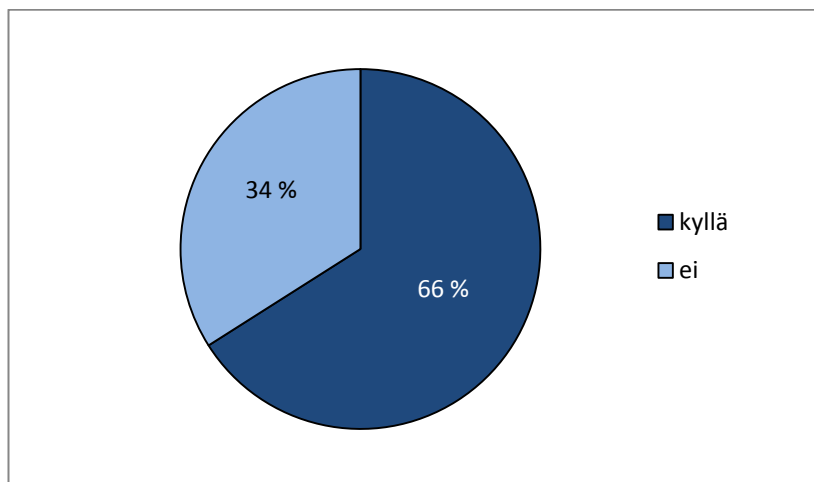
Oma kokemus oli mainittu useimmin tärkeimmäksi tietolähteeksi matkan syyn ollessa ulkoilu, uiminen tai piknik (40 %), opiskelu tai harrastus (33 %), juhlatilaisuus (42 %) ja ravintolassa tai kahvilassa käynti (36 %). Internet oli yhtä suosittu vastausvaihtoehto kuin oma kokemus matkan tarkoituksen ollessa kokous tai työ (36 %). Tärkeimmäksi tietolähteeksi se nousi kuvataiteen, musiikin tai teatteriesityksen takia Suomenlinnaan tulleille (39 %). Matkailuneuvonnasta tai matkatoimistosta sekä esitteistä (20 %), opaskirjoista tai matkaohjelmista (31 %) tietoa olivat hakeneet eniten nähtävyyksistä ja museoista kiinnostuneet. (Liite 15.)

5.8 Unesco

Suomenlinna on ollut Unescon maailmanperintökohde vuodesta 1991, niin kuin luvussa 3.1 tuli ilmi. Unesco on määritellyt monia reunaehtoja kohteissa tapahtuvalle toiminnalle ja maailmanperinnön suojelulle, kuten Unescon verkkosivuillakin kerrotaan (UNESCO World Heritage Centre 2008, 25-26, 29). Tutkimuksessa kävijöiltä kysyttiin, tiesivätkö he tullessaan Suomenlinnan olevan Unescon maailmanperintökohde.

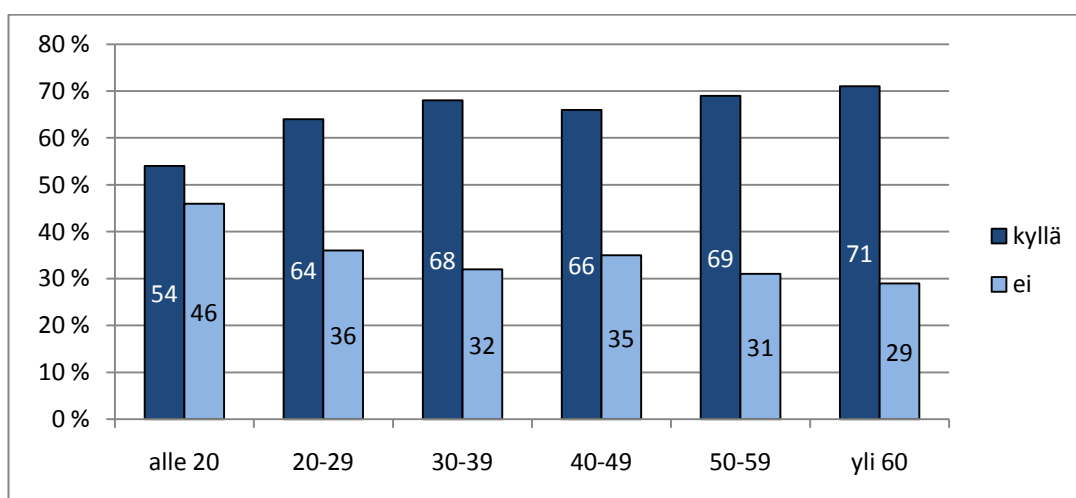
Kysymykseen vastasi 974 tuhannesta tutkimukseen osallistuneesta. 66 % vastaajista tiesi tullessaan Suomenlinnan olevan Unescon maailmanperintölistalla. Noin kolmasosa vastaajista siis ei vielä saapuessaan kohteeseen tiennyt sen olevan osa maailmanperintöä. (Kuvio 39.) Ihmisten tietämys asiasta oli kuitenkin lisääntynyt, sillä vuoden 2006

tutkimuksessa 60 % vastaajista tiesi Suomenlinnan maailmanperintökohteudesta kun vuonna 1999 vastaava luku oli 47 % (Smyk & Vehkakoski 2007, 24).



Kuvio 39. Vastaajien tietämys Suomenlinnan maailmanperintökohteudesta ennen vierailua

Kaikissa ikäryhmissä yli puolet vastaajista tiesi tullessaan Suomenlinnaan sen olevan Unescon maailmanperintökohde. Vastauksista oli myös nähtävissä, että vanhemmista vastaajista useampi tiesi maailmanperintökohteudesta. Kun alle 20 -vuotiaista 54 % kertoi tienneensä Suomenlinnan kuuluvan Unescon kohteisiin, yli 60 -vuotiaista sen tiesi 71 %. (Kuvio 40.)

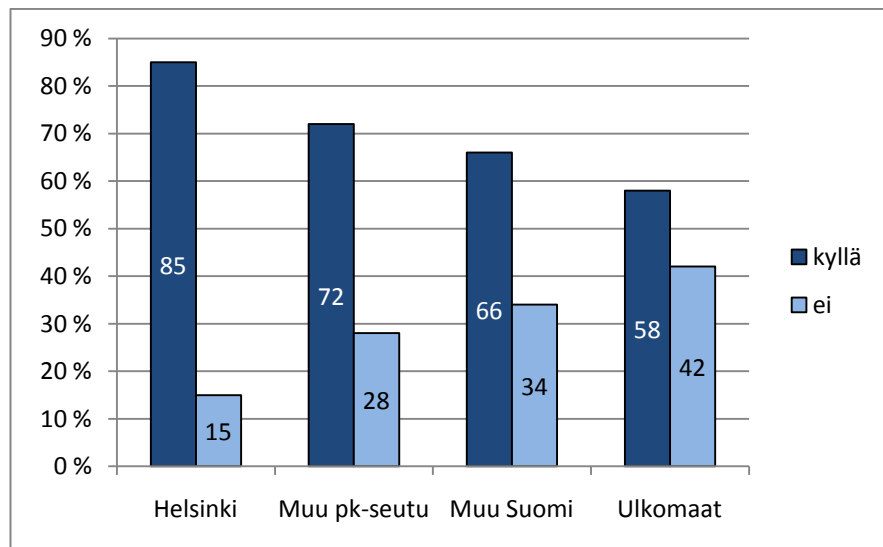


Kuvio 40. Vastaajien tietämys Suomenlinnan maailmanperintökohteudesta verrattuna ikäryhmiin

Sekä miehistä että naisista enemmistö tiesi Suomenlinnan olevan Unescon maailmanperintökohde, vaikka naisten joukossa asian tienneiden osuus oli suurempi. Naisista 68 % tiesi Unescosta, kun miesten keskuudessa luku oli 63 %. (Liite 17.)

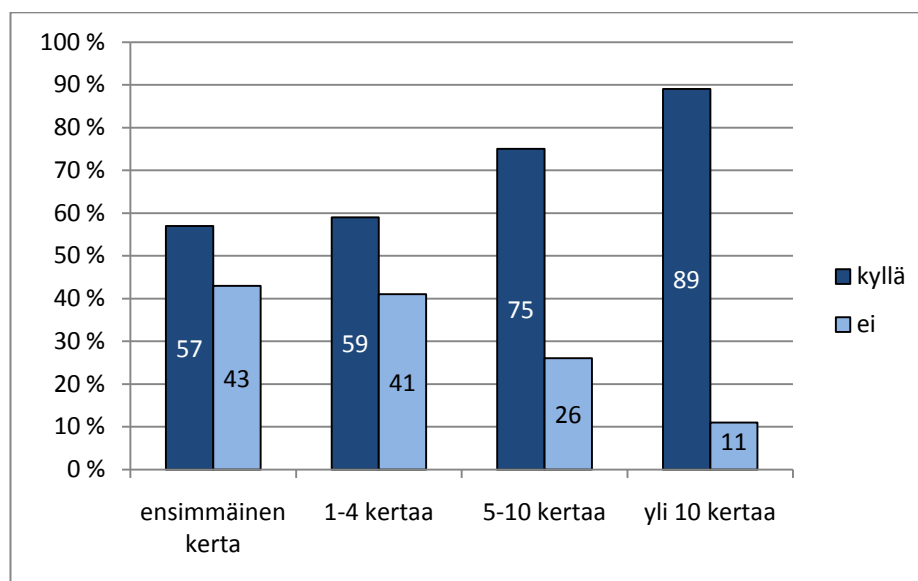
Koulutuksen suhteen vastauksista oli huomattavissa yhteys koulutustason ja maailmanperintökohteudesta tietämisen välillä. Korkeakoulun tai ammattikorkeakoulun käyneistä vastaajista 68 % tiesi Suomenlinnan olevan maailmanperintökohde, kun perus- tai kansakoulun käyneistä asian tiesi 62 %. Ero ei kuitenkaan ole tilastollisesti merkitsevä ($p=0,231$) ja saattaa niin ollen johtua täysin otannasta ja matalammin koulutettujen vähäisestä määrästä vastaajien joukossa. (Liite 17.)

Myös lähtöalueen suhteen oli huomattavissa yhteys maailmanperintökohteudesta tietämiseen. Helsinkiläisistä vastaajista 85 % tiesi Suomenlinnan olevan maailmanperintökohde, muista pääkaupunkiseutulaisista sen tiesi 72 %, muista suomalaisista 66 % ja ulkomaalaisista vain hieman yli puolet, 58 %. Vastauksista on todettavissa, että mitä lähempänä vastaaja Suomenlinnaa asui, sitä todennäköisemmin hän tiesi kohteen kuuluvan maailmanperintöluetteloon. (Kuvio 41.)



Kuvio 41. Vastaajien tietämys Suomenlinnan maailmanperintökohteudesta verrattuna lähtöalueeseen

Selvä yhteys oli myös sillä, kuinka monta kertaa vastaaja oli Suomenlinnassa käynyt. Ensimmäistä kertaa kohteessa vierailleista 57 % tiesi maailmanperintökohdestatuksesta ja 1-4 kertaa käyneillä luku oli vain hieman korkeampi, 59 %. 5-10 kertaa Suomenlinnassa käyneistä sen sijaan jo 75 % tiesi kohteen ja Unescon yhteydestä ja yli kymmenen kertaa käyneistä lähes kaikki tiesivät asiasta. Käyntikertojen voikin siis huomata edesauttavan maailmanperintökohteuden tiedostamista, vaikka 11 % yli 10 kertaa käyneistä ei vielä ollut tietoisia asiasta. (Kuvio 42.)



Kuvio 42. Vastaajien tietämys Suomenlinnan maailmanperintökohteudesta verrattuna käyntikertoihin

5.9 Myönteisiä kokemuksia ja parannusehdotuksia

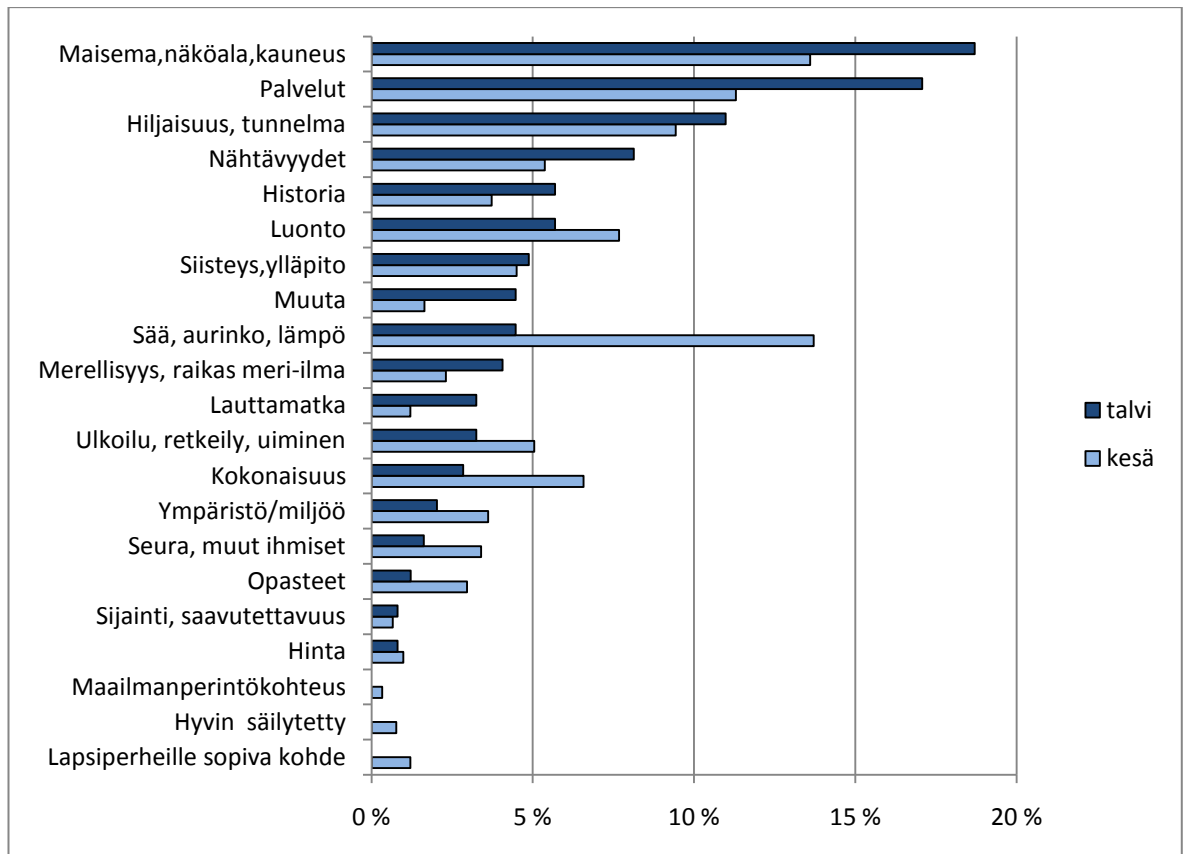
Kyselylomakkeen lopussa oli kaksi avointa kysymystä, joissa vastaajien oli mahdollisuus omin sanoin kuvailla matkakokemuksiaan. Heitä pyydettiin kertomaan mikä oli myönteisintä vierailun aikana sekä mitä heidän mielestään Suomenlinnassa tulisi kehittää. Avovastaukset lajiteltiin eri luokkiin niiden luonteen perusteella. Vuosien 2002 ja 2006 tutkimuksissa vastaukset oli lajiteltu vastaajien lähtöalueen sekä vuodenajan mukaan (Hiltunen & Öystilä 2003, 24; Smyk & Vehkakoski 2007, 24). Tässä tutkimuksessa vastaukset lajiteltiin vain talvi- ja kesäkauden mukaan. Tähän päädyttiin, koska usean tutkimukseen osallistuneen vastauksissa oli kommentteja moneen eri luokkaan kuuluvista asioista. Mainintojen määrän koettiin olevan tärkeämpi tekijä kuin tietämyksen vastaa-

jien lähtöalueesta. Kuvioissa ja tekstissä ilmenevät prosenttiluvut kuvaavatkin tietyn luokan sisältämien mainintojen määrää kaikista talvi- tai kesäkaudella annetuista kommentteista. Kommenttien lukumäärät löytyvät liitteestä 18, jossa on myös esitetty tarkemmat tiedot vastaajien myönteiseksi kokemista asioista, mikäli vastaajat olivat sellaisia antaneet.

Talvikaudella kommentteja positiiviseksi koetuista asioista saatiin 246 kappaletta. Näistä 19 % koski kohteen maisemaa tai kauneutta ja 17 % palveluita. Kohteen kauneuden yhteydessä talviset maisemat ja vanhat puutalot oli nostettu esille. Palveluiden kohdalla Ravintola Suomenlinnan Panimoa sekä muita ravintolapalveluita ja museoita oli kehitetty, kuten myös ystävällistä palvelua koko saarella. Useita kommentteja saivat myös luokat ”hiljaisuus, tunnelma” (11 %) sekä ”nähtävyydet” (8 %). Osalle vastaajista taas lauttamatka jäätyneen meren läpi oli ollut myönteisintä vierailun aikana. Vastaajat ilmoittivat myös halukkuudestaan tulla kesällä uudestaan Suomenlinnaan. (Kuvio 43.)

Kesäkauden vastaajilta saatiin 912 myönteistä kommenttia vierailusta. Säähän, aurinkoon ja lämpöön näistä liittyi 14 %. Talvikauden tapaan kohteen maisema ja kauneus (14 %) sekä palvelut (11 %) oli myös koettu myönteisesti kuten myös saarella vallinnut hiljaisuus ja tunnelma (9 %). Useat vastaajat ilmoittivat kohteessa olleen rauhallista, vaikka väkeä oli paljon. Osa taas oli varta vasten saapunut kohteeseen aikaisemmin välttääkseen väenpaljouden. Luonto ja hyvät nurmialueet saivat 8 % kaikista kesäkauden vastauksista ja Suomenlinnan muodostama kokonaisuus 7 %. (Kuvio 43.)

Sekä talvi- että kesäkaudella vastaajat olivat iloisia voidessaan yhdistää ulkoilun ja historian vierailunsa aikana. Myös saaren monipuolisuus ja mahdollisuus tutkia paikkoja omatoimisesti oli koettu positiivisiksi asioiksi. Vastaajat pitivät myös siitä, ettei vierailun aikana välttämättä tarvinnut kuluttaa rahaa vaan saaresta ja sieltä avautuvista maisemista sai nauttia ilmaiseksi. Muutama henkilö yllättyi iloisesti huomattessaan palvelujen parantuneen sekä vessojen määrän kasvaneen edellisestä vierailukerrasta. Lomakkeissa ilmoitettiin lisäksi Suomenlinnan olevan Helsingin hienoin nähtävyys ja kiitettiin mukavasta vierailusta. Yksi vastaaja myös ilmoitti, ettei pitänyt mistään ja kohteessa vierailu oli tylsä. (Liite 18.)

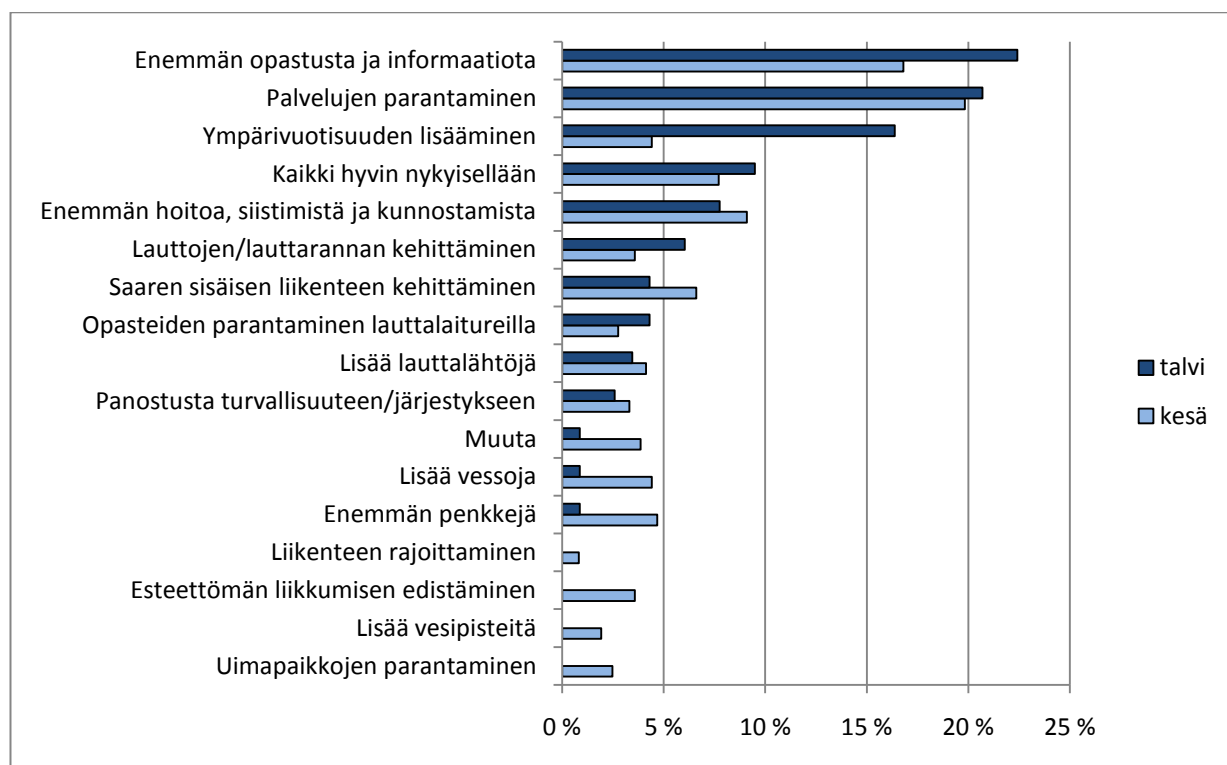


Kuvio 43. Vierailun aikana myönteisimmiksi koetut asiat talvi- ja kesäkaudella

Enemmän opastusta ja informaatiota toivottiin sekä talvi- (22 %) että kesäkauden (17 %) vastaajien keskuudessa. Talvikaudella vastaajat olivat toivoneet jonkinlaista ilmoitusta lautalle tai satamaan palveluiden aukiolosta. Kesäkauden vastaajat taas kaipaivat tietokylttejä, joista selviäisi mihin rakennuksia, tunneleita tai tykkejä on käytetty. Lisäksi osa kävijöistä olisi halunnut äänioppaan (audioguide), jonka avulla olisi saanut tietoa nähtävyyksistä. Vuodenajasta riippumatta monet matkailijat olivat huomanneet kartoista puuttuvan ”olet tässä”-merkin ja toivoivat sitä lisättäväksi. (Liite 19.)

Talvikauden kävijöistä 21 % ja kesäkauden kävijöistä 20 % ilmoitti parannusehdotukseksi palveluiden parantamisen, monipuolistamisen sekä lisäämisen. Talvella ehdotukset kohdistuivat lähinnä ravintoloiden, kahviloiden ja kauppojen lisäämiseen sekä aukiolojen pidentämiseen. Kesällä ravintolapalvelujen parantamisen lisäksi huomiota oli kiinnitetty muun muassa pankkiautomaatin puuttumiseen, sillä joissain kohteissa ei pystynyt maksamaan luottokortilla, mikä oli haitannut vastaajien vierailua. (Liite 19.)

Kuten kuvio 44 voidaan todeta, talvikaudella (16 %) parannusehdotuksissa ympärivuotisuuden lisääminen oli mainittu huomattavasti useammin kuin kesäkaudella (4 %). Kesäkauden kävijät puolestaan kaipasivat useammin lisää wc-tiloja, uimapaikkojen parantamista, vesipisteitä sekä esteettömän liikkumisen edistämistä. Talvikaudella nämä luokat saivat vain vähän tai eivät ollenkaan kommentteja osakseen.



Kuvio 44. Vastaajien ehdotuksia palvelujen parantamiseksi talvi- ja kesäkaudella

Lauttojen tai lauttarannan kehittämistä toivottiin ympärivuotisesti. Moni talvikauden kävijöistä kaipasi lämmintä odotustilaa satamaan ja kesäkaudella toivottiin parempaa jonotussysteemiä lautalle. Myös lisää lippuautomaatteja ja niihin etenkin venäjänkielistä opastusta samoin kun tiheämpiä lautta-aikatauluja toivottiin parannusehdotuksissa. (Liite 19.)

Vastaajat olivat kokeneet haittaa pitkistä kävelymatkoista ja toivoivatkin jonkinlaidista sisäistä liikennettä Suomenlinnaan. Ehdotuksia tällaisen liikenteen järjestämiselle olivat esimerkiksi pyörien tai sähköpyörien vuokrausmahdollisuus sekä pieni matkailijoita kuljettava juna. Myös mukulakivet koettiin ongelmalliseksi liikkumisen kannalta etenkin

lastenrattaiden kanssa liikkuvien, iäkkäiden ihmisten ja pyörätuolilla kulkevien keskuudessa. Vastaajat ehdottivatkin sileitä kävelyväyliä mukulakivikohtiin, jotta myös liikuntarajoitteisilla olisi mahdollisuus tutustua saareen. (Liite 19.)

Vaikka kehitysehdotuksia annettiin paljon, oli yhteensä 39 vastaajaa kertonut kaiken olevan nykyisellään hyvin Suomenlinnassa. Saaren todettiin myös kehittyneen hyvin kokonaisuudessaan viime vuosien aikana. Joidenkin kävijöiden mielestä kahviloita ei tarvitse lisätä saarelle kuten ei myöskään aitoja valleille. Nämä vastaajat pitivät aitoja turhina ja epäesteettisinä. Vastaajat toivoivat, että kohde pystyttäisi jatkossakin säilyttämään alkuperäisenä ja historiallisena. (Liite 19.)

6 Pohdinnat ja johtopäätökset

Tutkimuksesta saatujen tulosten pohjalta tehtiin johtopäätöksiä Suomenlinnan kävijäkunnasta sekä kävijäkunnan käyttämistä ja arvioimista palveluista. Tuloksia luettaessa on kuitenkin muistettava, että niistä vedetyt johtopäätökset koskevat ainoastaan tutkimuksen otosta. Johtopäätöksiä voidaan kuitenkin tietyissä määrin soveltaa koko perusjoukkoa koskeviksi. Johtopäätösten jälkeen arvioidaankin tulosten luotettavuutta, sekä pohditaan kehitysehdotuksia Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimusta varten. Keskeisimmät tulokset on esitelty alla ranskalaisin viivoin, minkä jälkeen seuraavat niistä vedetyt johtopäätökset. Tuloksia on vertailtu tietyiltä osin vuosien 2002 ja 2006 Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimuksiin.

- Vastaajista naisia oli 58 % ja miehiä 42 %. Vastaavat osuudet vuonna 2006 olivat 56 % ja 44 %, ja vuonna 2002 63 % ja 37 %.
- Yli puolet vastaajista oli iältään 20–39 –vuotiaita ja korkeasti koulutettuja.
- Suurin osa vastaajista saapui 2-5 henkilön seurueen kanssa ja ilman lapsia.
- Yli puolet (55 %) vastaajista oli ulkomaalaisia. Suurimmat lähtömaat olivat Venäjä, Saksa, Iso-Britannia, USA ja Ruotsi.
- Ulkomaalaiset kävivät suomalaisia useammin Suomenlinnassa talvikaudella. Useita kertoja kohteessa käyneet olivat pääkaupunkiseutulaisia.
- Yleisimmät matkan syyt olivat nähtävyyksiin tai museoihin tutustuminen ja ulkoilu, uiminen tai piknik.
- 85 % vastaajista käytti kohteessa korkeintaan 25 euroa. Kuten myös vuoden 2006 tutkimuksessa, eniten rahaa käyttivät muualta Suomesta tulevat.
- Käytetyimpiä palveluita olivat matkailupalvelut, kuten opasteet, matkailuneuvonta ja Suomenlinnakeskus. Toiseksi suosituimpia olivat ravintolapalvelut. Talvikaudella eniten vastaajia kävi Ravintola Suomenlinnan Panimossa ja kesäkaudella Kahvila Piperissä. Palvelut arvioitiin pääosin hyviksi ja eniten odotuksia ylittivät edellisen tutkimuksen tavoin laajakangasesitys ja opastettu kävelykierros.
- Suurin osa JT-Linen vesibussin asiakkaista oli kotoisin kauempaa Suomesta tai ulkomailta. JT-Linen vesibussi myös arvioitiin keskimäärin paremmaksi.

- Talvikaudella vastaajat kokivat suurimmaksi häirtatekijäksi palvelujen puutteen. Kesäkaudella tungos ja jonotus oli häirinyt vastaajia eniten. Se oli myös suurin häirtatekijä suomalaisille, kun taas ulkomaalaisten viihtymistä häirttasivat eksyminen ja harhailu, pitkät kävelymatkat sekä etukäteistiedon puute.
- Matkailuneuvontaa, painettuja tietolähteitä ja Internetiä käytettiin tietolähteenä useammin talvikaudella kuin kesäkaudella. Kesällä oma tai tuttavien kokemus oli tärkein tietolähde. Vuoden 2006 tutkimuksen tapaan ulkomaalaiset etsivät suomalaisia enemmän tietoa erilaisista tietolähteistä.
- Yli puolet vastaajista (66 %) tiesi Suomenlinnan kuuluvan Unescon maailmanperintöluetteloon, kun vuonna 2006 asiasta tiesi 60 % vastaajista ja vuonna 1999 47 %.
- Myönteisimmäksi vierailun aikana koettiin talvikaudella muun muassa kohteen maisema ja palvelut. Kesäkaudella näiden lisäksi paljon mainintoja sai myös hyvä ilma.
- Parannusehdotuksissa toivottiin enemmän opasteita ja informaatiota sekä palveluiden parantamista ja lisäämistä. Vastaajien mielestä saarella tulisi olla myös jonkinlaista sisäistä liikennettä pitkien kävelymatkojen vuoksi. Lisäksi lauttoja ja lauttarantaa haluttiin kehittää. Talvikauden vastaajat toivoivat myös ympärivuotisuuden lisäämistä palvelujen ja aktiviteettien osalta.

6.1 Seurueet ja ulkomaalaiset yleisimpinä kävijöinä

Otannan rakenteen yhteydessä pohdittiin tutkimuksen otoksen rakennetta, vastaajien matkaseuraa ja sen luonnetta sekä yleisimpiä lähtöalueita. Lisäksi mietittiin eri kävijäryhmien eroja Suomenlinnan suhteen sekä seurueen kokoa ja lapsien kuulumista seurueeseen. Taustamuuttujien perusteella suurin osa Suomenlinnassa kävijöistä on 20–39 -vuotiaita korkeasti koulutettuja ulkomaalaisia seurueen kanssa matkustaneita naisia. Kyseinen olettamushan ei kuitenkaan pidä paikkaansa, vaan antaa vain viitteitä otoksen rakenteesta.

Suurin osa vastaajista oli tullut Suomenlinnaan seurueen kanssa. Yksin matkanneista suurin osa saapui kohteeseen talvikaudella, mihin saattaa osaltaan vaikuttaa kesän piknik-seurueiden suuri määrä. Suurin osa seurueista oli pieniä, parin henkilön kokoisia,

mikä näkyi jo lautalla lomakkeiden keruuvaiheessa ympäri vuoden. Suuremmat seurueet sen sijaan jakautuivat kausien välille niin, että talvella yleisempiä olivat yli 10 henkilön ja kesällä puolestaan 6-10 henkilön ryhmät. Myös tämä ero saattaa johtua kesän keskikoisten piknik-seurueiden suuresta määrästä, sekä talven isompien matkailijaryhmien suhteellisesti suuremmasta osuudesta. Kesällä suurempia matkailijaryhmiä siis saattaa lukumääräisesti olla yhtä paljon kuin talvella, mutta niiden suhteellinen osuus kaikista matkailijoista on todennäköisesti pienempi. Suurin osa vastaajista saapui Suomenlinnaan perheen tai ystävien seurassa, mistä on nähtävissä kohteen kokeminen vapaa-ajanviettopaikaksi ja matkakohteeksi.

Seurueiden kokoa tutkittaessa selvisi, että Helsingistä ja kauempaa Suomesta saapui enemmän pieniä seurueita kuin muilta lähtöalueilta. Helsinkiläisten suhteen asiaan saattaa vaikuttaa kohteeseen lähtemisen helppous ja nopeus; lähtö voi tapahtua hetken miettimättä ystävän kanssa. Suurten seurueiden lähtöalueiden muutokseen vuodesta 2002 on voinut vaikuttaa moni asia. Mahdollisia syitä saattavat olla ulkomaalaisten matkailijaryhmien yleistymisen, helsinkiläisten matkailijaryhmien väheneminen, tai se, ettei esimerkiksi monia juhlaseurueita sattunut otannan piiriin.

Suurin osa tutkimukseen vastaajista kävi Suomenlinnassa ilman lapsia. Lasten kanssa saapuneista valtaosa kävi kohteessa kesällä. Talvella saareen ei ehkä viitsitä lähteä lasten kanssa hankalan liikkumisen tai lyhyen päivän takia, ja lisäksi kesäisin ainakin lapsilla on kesälomat. Vastaajien lähtöalueen ja lasten mukanaolon suhteesta selvisi, että muulta pääkaupunkiseudulta tulleissa seurueissa oli muita useammin lapsia mukana. Harvemmin lapsia kuului ulkomaalaisiin seurueisiin. Tuloksista voidaan päätellä, että lasten kanssa matkustaneet ulkomaalaiset todennäköisesti käyvät erilaisissa kohteissa kuin Suomenlinna, mahdollisesti esimerkiksi Linnanmäellä tai Korkeasaarella. Suomenlinnaan tulevat ulkomaalaiset ovatkin todennäköisesti niin kutsuttuja kulttuuriorientoituneita matkailijoita, joilla harvemmin on lapsia mukanaan. Voi myös olla, ettei Helsinki ylipäänsäkään ole perhelomakohde ulkomaisille matkailijoille. Vain noin kolmanneksessa helsinkiläisistä tai muualta Suomesta saapuneissa seurueissa oli lapsia. Muualta Suomesta tulleisiin lapsiseurueisiin todennäköisesti pätee sama oletus kuin ulkomaalaisiin: Helsinkiin tullaan lapsille suunnattujen kohteiden motivoimina. Muulta pääkaupunkiseudulta lasten kanssa matkanneita sen sijaan oli noin puolet seurueista. Helsingin ul-

kopuolelta lasten kanssa saatetaankin lähteä päiväretkelle hieman kauemmas, kun muut pääkaupunkiseudun lapsikohteet on jo nähty.

Tutkimukseen vastaajista yli puolet oli ulkomaalaisia. Suomenlinnassa käyvien perusjoukkoon nähden ulkomaalaisia onkin todennäköisesti tutkimuksen otoksessa liikaa. Vuoden 2009 kesäkuukausina toteutetussa HSL:n lautan matkustajatytytyväisyystutkimuksessa ulkomaalaisten osuus vastaajista oli vain 7 %. Kun laskemista poistetaan vakiomatkustajien määrä, ulkomaalaisten osuus on 9 %. Vaikka oletettaisiin, että puolet ulkomaalaisista tulisi vesibussilla, ei heidän osuutensa silti nouse yli 20 %. (Hanganpää, C. 17.3.2010.) Vuoden 1999 kesän Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimuksessa noin neljännes vastaajista oli ulkomaalaisia, kun taas vuosien 2002 ja 2006 tutkimuksissa osuus oli noin 40 %. Kaksi ensimmäistä tutkimusta on kuitenkin toteutettu ainoastaan kesäkuukausina, eikä lomakkeiden kielivaihtoehtoja ole välttämättä ollut useita. Myös vuoden 2006 tutkimuksessa lomakkeet olivat vain kolmella kielellä. Koska kielivaihtoehtoja on ollut vähän, monet ulkomaalaiset ovat näissä tutkimuksissa saattaneet jäädä otoksen ulkopuolelle. Toisaalta vuoden 2006 tutkimuksessa ulkomaalaisten osuus on ollut suurempi kuin muissa tutkimuksissa, vaikka lomakkeiden kielivaihtoehtoja oli kaksi vähemmän kuin vuoden 2002 tutkimuksessa. (Borgström 2000, 10; Hiltunen & Öystilä 2003, 7; Smyk & Vehkakoski 2007, 6.) Eroihin ovat voineetkin vaikuttaa tutkimuksen toteutustapa satunnaisena kyselynä tai suomalaisten suurempi osuus lautoilla kesäkuukausina.

Suomalaisten ja ulkomaalaisten vastaajien välillä voidaan nähdä kohteessa käyntiin ja siellä käyttäytymiseen liittyviä eroja. Suomalaiset kävijät suosivat kesäkautta; onhan Suomenlinna perinteinen kesäinen ajanviettopaikka. Helsinkiläiset poikkesivat muista suomalaisista tässä käymällä kohteessa yhtä paljon kaikkina vuodenaikoina. Kohde kuitenkin sijaitsee lyhyen matkan päässä mantereesta ja on todennäköisesti täynnä talvista nostalgiaa vanhemmille helsinkiläisille. Myös ulkomaalaiset kävivät kohteessa vuodenaikasta riippumatta. Talvisin heidän osuutensa oli vielä korostunut todennäköisesti sen vaikutuksesta, että suomalaisia kävijöitä on silloin vähemmän.

Kuten edellä jo mainittiin, helsinkiläisten on suhteessa helpompi lähteä viettämään aikaa Suomenlinnaan verrattuna esimerkiksi ulkomaalaisiin tai muualla Suomessa asuviin.

Tämä todennäköisesti selittää myös yksin matkanneiden suurempaa osuutta helsinkiläisten kuin muiden ryhmien joukossa. Helsinkiläiset saattavat lähteä Suomenlinnaan ulkoilemaan samalla tavalla kuin mihin tahansa muuallekin lähiseudulle. Ulkomaalaiset ja kauempaa tulevat suomalaiset sen sijaan päättävät lähteä Suomenlinnaan, jolloin siellä käyminen on harkitumpaa ja mukaan otetaan todennäköisesti ystäviä tai perhettäkin.

6.2 Ulkoilupaikka ja kulttuurikohde samassa paketissa

Vaikka suurin osa tutkimukseen vastaajista oli ulkomaalaisia, suurin osa kohteessa eniten käyneistä oli pääkaupunkiseudulta kotoisin olevia suomalaisia. Tulos oli odotettavissa, sillä lähellä asuvillahan on mahdollisuus käydä kohteessa useammin. Lisäksi Suomenlinna todennäköisesti merkitsee eri asioita suomalaisille ja ulkomaalaisille; suomalaiset näkevät kohteen useimmiten lähinnä kesäisenä retkipaikkana, kun taas ulkomaalaisten motiiveina saattavat olla useammin esimerkiksi historia tai luonto, mikä näkyy myös eri lähtöalueilta tulevien matkan syiden eroina. Pääkaupunkiseutulaiset myös kävivät muita enemmän kohteessa työn tai ravintoloiden takia; ovathan Suomenlinnan palvelut yhtä helposti saavutettavia kuin muutkin kaupungin palvelut.

Eri matkustusmotiiveista eri lähtöalueilta tulevien vastaajien välillä kertovat myös tutkimuksen tulokset viipymisajasta. Suomalaiset viettivät kohteessa monia tunteja, kun suurin osa ulkomaalaisista puolestaan lähti pois parin tunnin jälkeen. Kaikkien vastaajien viipymisajat taas ovat selvästi lyhyempiä talvella kuin kesällä, mikä voi osaltaan johtua erittäin kylmästä talvesta 2010 ja auki olevien museoiden, ravintoloiden ja kahviloiden pienestä määrästä.

Vastaajien matkan pääasiallisia syitä vertailtiin edellisiin tutkimuksiin, joihin nähden eroja ei juuri ollut. Suomenlinnassa käynnin syiden voidaankin päätellä pysyneen lähes samoina ainakin kymmenen edellisen vuoden ajan. Tämän perusteella Suomenlinna siis miellettiin samanlaiseksi vuonna 2002 kuin vuonna 2010. Matkan syitä verrattaessa ikäryhmiin huomattiin, että mitä vanhempi vastaaja oli, sitä useammin matkan pääasiallisena syynä oli nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen. Päinvastoin mitä nuorempi vastaaja oli, sitä useammin matkan pääasiallisena syynä oli ulkoilu, uiminen tai piknik.

Todennäköisesti nuoret lähtevätkin Suomenlinnaan useammin vain viettämään aikaa, kun taas vanhemmilla saattaa olla tietty tarkoitus matkalleen.

Matkan syiden osuuksien eroavaisuudet talvi- ja kesäkaudella ovat helposti pääteltävissä. Uiminen ja piknik ovat vaikeammin toteutettavissa talvella kuin kesällä, mikä vähentää koko vastausvaihtoehdon valintaa talvikauden osalta. Nähtävyyksiin ja museoihin sen sijaan voi tutustua yhtälailla sekä talvella että kesällä. Kokouksen tai työn suurta osuutta matkustusmotiivina talvella voidaan todennäköisesti selittää sillä, että valtaosa ihmisistä on lomalla kesäisin eikä kokouksia järjestetä. Muiden matkan syiden korkeampaa osuutta talvella voi selittää se, että ainakin suomalaiset kävijät harvemmin tulevat vain oleskelemaan Suomenlinnaan talvella. Tämä siis voi vähentää ulkoilun, uimisen tai piknikin osuutta matkustusmotiivina, ja lisätä muiden vastausvaihtoehtojen suhteellisia osuuksia.

Vierailun keston ja matkan syiden yhteys selittyy lähinnä sillä, että vähemmän aikaa kohteessa viettäneet vastaajat olivat keskittyneet lyhytkestoisiin ajanvietteisiin, kuten museossa käyntiin. Pitempään viipyneiden matkan syyt sen sijaan olivat jakautuneet tasaisemmin vaihtoehtojen kesken, jolloin myös aikaa vieviä motiiveja oli valittu enemmän. Esimerkiksi juhlatilaisuudet, harrastukset ja kokoukset saattavat usein viedä enemmän aikaa kuin vaikka uiminen. Pelkkä ravintolassa tai kahvilassa käyntikään harvoin vaatii paria tuntia kauemmin aikaa, jolloin matkan päämotiivi on todennäköisesti jokin muu.

Tutkimusten tulosten mukaan korkeammin koulutetut tulivat Suomenlinnaan useammin nähtävyyksien ja museoiden vuoksi kuin muut, joiden tärkeimmät matkan syyt jakautuivat enemmän vaihtoehtojen välillä ulkoilun ollessa kuitenkin tärkein syy. Erot ryhmien vastauksien välillä olivat kuitenkin niin pienet, ettei niistä voi vetää suoranaisia johtopäätöksiä korkean koulutuksen suhteesta niin sanottuihin sivistäviin vapaa-ajan viettotapoihin. Matalammin koulutettujen matkan syynä kokous tai työ myös oli tärkeämpi kuin korkeasti koulutettujen. Tässäkin kohdassa erot vastauksissa olivat kuitenkin liian pienet tarkkojen johtopäätösten tekemiseen.

Yksin Suomenlinnassa käyneiden matkan syyt olivat jakautuneet enemmän kuin seurueen kanssa tulleiden. Tärkeimmät syyt, ”ulkoilu, uiminen tai piknik” ja ”nähtävyydet tai museot”, olivat samat kuin seurueellisten kävijöiden. Ulkoilun osuus oli kuitenkin suhteessa suurempi, kun taas seurueen kanssa käyneillä suosituimmaksi nousi vaihtoehtona nähtävyydet tai museot. Moni yksin saapunut kävijä olikin ehkä tullut esimerkiksi kävelylle samalla tavalla kuin menisi ulkoilemaan mihin tahansa muuhun kaupunginosaan. Muut suhteellisen suuret matkan syyt olivat ”kokous tai työ” ja ”opiskelu tai harrastus”, jotka ovat pääasiassa yksin tehtäviä toimia. Kokouksissa tai harrastuksissa voidaan viettää aikaa ryhmässä, mutta paikalle todennäköisesti silti saavutaan omin päin.

Matkan syitä eri lähtöalueilta tulevien kävijöiden kesken vertailtaessa näkyi selkeitä eroja ryhmien välillä. Pääkaupunkiseutulaisten tärkein pääasiallinen matkan syy oli ulkoilu, kun taas ulkomaalaisten ja muualta Suomesta tulleiden nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen. Kuten edellä on oletettu, tuloksista voidaankin päätellä pääkaupunkiseudulla asuvien vastaajien kokevan Suomenlinnan useammin ajanviettopaikkana kuin kauempana asuvien. Lähellä asuvat ovat myös saattaneet jo vierailta museoissa ja nähtävyyksissä toisin kuin ulkomaalaiset ja kauempaa Suomesta tulevat. Tällöin nähtävyyksien vetovoima ei ole enää niin suuri. Kauempaa tulevat kävijät puolestaan saattavat tulla kohteeseen juuri nähtävyyksien takia. Näin ollen ulkomaalaisten ja muualta Suomesta tulevien rahan käytössäkin todennäköisesti näkyvät museoihin kuluvat menot. Helsingiläiset käyttivät käyntinsä aikana usein rahaa yli 50 euroa, mikä voi johtua ravintoloissa tai kahviloissa käynnistä matkan pääasiallisena syynä.

Matkan syytä ja rahan käyttöä vertailtaessa onkin huomattavissa, että mitä enemmän rahaa käytettiin, sitä suurempi oli ravintolassa tai kahvilassa käynnin osuus vastauksista. Samaan aikaan ulkoilun, uimisen tai piknikin osuus sen sijaan väheni. Vastauksien skaalalla on looginen; ulkoiluun, uimiseen tai piknik-eväisiin tuskin kuluu kovin paljon rahaa saarella, toisin kuin ravintoloihin, joissa käynti maksaa aina.

Matkan syitä naisten ja miesten välillä tutkittaessa selvisi, että miehet tulevat Suomenlinnaan useammin työn takia kuin naiset, kun taas naiset saapuvat saareen enemmän opiskelun tai harrastuksen vuoksi kuin miehet. Vastauksista voisi mahdollisesti päätellä naisten harrastavan vapaa-ajallaan enemmän, kun taas miehet panostavat työntekoon.

Suomenlinnaan kokoustamaan tulevissa yrityksissä myös saattaa työskennellä enemmän miehiä kuin naisia. Lisäksi miehet mahdollisesti käyttävät vapaa-aikansa mieluummin esimerkiksi yksin tai ystävien kanssa, kun taas naiset haluavat tavata uusia ihmisiä ja saada uusia kokemuksia.

Seurueen luonnetta matkan syihin vertailtaessa tuli odotetusti ilmi, että perheen tai ystävien kesken matkustaneet tulivat kohteeseen pääasiassa nähtävyyksien tai ulkoilun vuoksi. Työtovereiden tai asiakkaiden kanssa käyneiden pääasiallinen matkan syy taas oli kokous tai työ, ja matkailijaryhmän mukana matkanneiden nähtävyydet tai museot. Opintoryhmän tai luokan kanssa Suomenlinnassa käyneillä opiskelu tai harrastus oli eniten vastauksia saanut syy, mutta melkein yhtä paljon vastauksia oli saanut myös vaihtoehto ulkoilu, uiminen tai piknik. Syynä tähän voi olla, että suurin osa luokkaretkeläisistä todennäköisesti käy kohteessa joko loppukeväästä tai alkusyksystä, jolloin matka ei välttämättä ole niin opintopainotteinen, vaan ennemminkin virkistävää toimintaa. Tällöin myös matkan syyksi vastataan vapaa-ajan harrasteita.

6.3 Vierailun kesto ja syy vaikuttavat rahankäyttöön

Suurin osa tutkimukseen osallistuneista ilmoitti käyttäneensä Suomenlinnassa enintään 25 euroa. Yli puolet vastaajista arvioi kuitenkin rahankäytön olleen alle 10 euroa ja epäselväksi jääkin, olivatko kyseiset henkilöt käyttäneet rahaa ollenkaan tai muuhun kuin lauttalippuun. Kesäkaudella rahaa kulutettiin hieman talvikautta enemmän, mitä voidaan selittää kesän paremmalla palvelutarjonnalla sekä kävijöiden pidemmällä viipymisajoilla. Tuloksien perusteella voidaankin todeta vierailun keston olevan suoraan verrannollinen rahankäyttöön. Kauemmin Suomenlinnassa viipyneet käyttivät selkeästi enemmän rahaa kuin siellä lyhyemmän aikaa viipyneet, ja hyödynsivät näin ollen paremmin saaren palveluita.

Muualta kuin pääkaupunkiseudulta tulevat suomalaiset kuluttivat eniten rahaa vierailunsa aikana verrattuna muihin lähtöalueisiin. He käyvät todennäköisesti harvemmin Suomenlinnassa kuin pääkaupunkiseutulaiset ja luultavasti ovat siksi valmiita käyttämään enemmän rahaa kerralla. Toisaalta he myös todennäköisesti ostavat useammin lauttalipun erikseen kun taas pääkaupunkiseudulla asuvista useampi käyttää HSL:n matkakort-

tia eikä ehkä laske siltä kuluva arvoa tai kautta matkan aikana käytetyksi rahaksi. Samoin ulkomaalaisilla saattaa olla käytössä Helsinki-card, jonka avulla he pääsevät Suomenlinnaan ilman lisäkustannuksia. Käyntikertojen määrällä ei tulosten mukaan ollut huomattavaa yhteyttä rahankäyttöön vaan kuten aiemmin on jo todettu, siihen vaikuttavat enemmän matkan syy sekä vierailun kesto.

Alle 30-vuotiaat käyttivät vähemmän rahaa kuin vanhemmat ikäryhmät. Kuten matkan syitä tarkastellessa ilmeni, nuorimmat ikäryhmät tulivat Suomenlinnaan prosentuaalisesti harvemmin ravintolapalveluiden tai nähtävyyksien ja museoiden vuoksi kuin esimerkiksi yli 50-vuotiaat, mikä selittää myös rahankäyttöä. Yllättävää sen sijaan oli, että korkeammin koulutetut käyttivät jopa vähemmän rahaa kohteessa kuin vain perus- tai kansakoulun käyneet. Asiaa pohtiessa tulee kuitenkin pitää mielessä vain peruskoulutuksen omaavien pieni osuus (5 %) koko vastaajajoukosta.

6.4 Suomenlinnan palvelut arvioidaan laadultaan hyväksi

Tutkimukseen vastaajat olivat odotettavasti käyttäneet enemmän tarjolla olleita palveluita kesällä kuin talvella. Talvella Suomenlinnassa ensinnäkin kävi vähemmän vierailijoita ja toiseksi suurin osa palveluista oli vain harvoin auki talvella. Tästä johtuen vastaajat olivat talvikaudella vierailleet eniten Suomenlinna-museossa ja Lelumuseossa, jotka kumpikin ovat auki talvella, joskin Lelumuseo hieman harvemmin. Talvella kiinni olleet museot olivat todennäköisesti saaneet vastauksia joko siksi, että vastaajat olivat käyneet tutustumassa niihin ulkopuolelta, tai että he arvioivat niitä edellisten käyntiensä perusteella. Ravintoloista ja kahviloista talvella eniten vastauksia saivat lähimpänä lautatarantaa olevat: Ravintola Suomenlinnan Panimo sekä Café Vanille. Kylmän sään vuoksi vastaajat eivät todennäköisesti ole viitsineet lähteä etsimään ravintolaa pidemmältä. Lisäksi puutteelliset opastukset ja eksymisen pelko ovat voineet vaikuttaa lähellä olevien ravintolapalvelujen valintaan. Myös auki olleiden museoiden lähistöllä sijaitsevat Ravintola Café Chapman ja Lelumuseon kahvila olivat houkutelleet kävijöitä. Kesäkaudella Kahvila Piperissä oli sen sijaan käynyt moni vastaajista; sijaitseehan kyseinen kahvila aivan uimarannan vieressä.

Suosituimpia matkailupalveluita ympäri vuoden olivat opasteet ja viitoitus saarella. Talvikaudella käytetyimpiä palveluita olivat matkailuneuvonta ja Suomenlinnakeskus; ovathan ne hyvin auki myös talvella. Kyseiset palvelut vetivät vastaajia myös kesällä, todennäköisesti osaksi ulkopaikkakuntalaisten suuren määrän sekä ilmaisen WC:n vuoksi. Matkailupalvelut olivat muutenkin yleisesti käytetyin palveluryhmä, varmasti juuri Suomenlinnakeskuksen ja sen keskeisyyden vaikutuksesta. Matkan pääasiallinen syy tosin vaikutti palveluiden käyttöön. Ravintolan tai kahvilan takia tulleet olivat useammin käyttäneet ravintolaa tai kahvilaa ja nähtävyyksien tai museoiden vuoksi saapuneet olivat vierailleet museossa.

Vastaajien pääasiallisen matkan syyn ollessa ulkoilu, uiminen tai piknik Kahvila Piper oli saanut paljon vastauksia, todennäköisesti juuri sijaintinsa ansiosta. Ravintola Café Chapman puolestaan sai paljon merkintöjä vastaajilta, jotka olivat saapuneet Suomenlinnaan muun muassa kokouksen tai työn ja juhlatilaisuuden takia. Tämä johtuikin luultavasti siitä, että monien kokousryhmien ja juhlaväen tilaisuuteen on kuulunut ruokailu tai vastaavasti tilausruoka Ravintola Café Chapmanista. Sama pätee Ravintola Suomenlinnan Panimoon, jonka palveluita voi myös liittää esimerkiksi kokouksen yhteyteen. Kokouksen tai työn vuoksi kohteeseen saapuneet olivat myös useasti ilmoittaneet käyneensä opastetulla kävelykierroksella, mikä johtuu todennäköisesti sekin mahdollisuudesta yhdistää kävelykierros kokoukseen.

Useampi ulkomaalaisista kuin suomalaisista ilmoitti käyttäneensä matkailupalveluita. Luultavasti tämä johtuu siitä, että suomalaiset kokevat osaavansa itse suunnistaa suomalaisessa kohteessa, kun taas ulkomaalaiset saattavat tarvita enemmän apua esimerkiksi vieraan kielen takia. Ulkomaalaiset lisäksi kommentoivat opasteita vähemmän kuin suomalaiset, mikä saattaa johtua juuri siitä, että he ovat kysyneet henkilökohtaisesti apua suomalaisten yrittäessä itse löytää etsimänsä paikat.

Yli 60 -vuotiaista suurimman osan tärkein matkan syy oli nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen, joten oli loogista, että suurin osa tämän ikäryhmän vastaajista oli ilmoittanut käyttäneensä museopalveluita. Alle 20 -vuotiaat sen sijaan olivat muita useammin käyttäneet kauppoja, minkä voi olettaa johtuvan ulkoilun ja piknikin tärkeydestä matkan syynä. Myös käyntikertojen määrä vaikutti vierailun aikana käytettyihin palveluihin.

Useammin Suomenlinnassa käyneet vastaajat olivat käyttäneet enemmän esimerkiksi hieman syrjässä olevien Ravintola Yläkerhon ja Café Bar Valimon palveluita, ehkä koska vähemmän kohteessa käyneet eivät olleet tiedostaneet niiden sijaintia tai olemassa oloa. Ensikertalaiset sen sijaan käyttivät useammin museoita ja matkailupalveluita, mikä on luonnollista kohteen ollessa kävijälle ennalta tuntematon.

Vaikka palveluiden laadun arvioinnin yhteydessä museot saivat enimmäkseen positiivisia arviointoja, esimerkiksi Sukellusvene Vesikko ja Lelumuseo olivat saaneet muita useammin huonoja arvioita. Tämä todennäköisesti johtuu siitä, että ne ovat saattaneet olla kiinni vastaajien yrittäessä niissä vieraillla. Sukellusvene Vesikon yhteydessä moni vastaaja olikin maininnut asiasta. Myymälöiden ja kauppojen arvioinnin yhteydessä moni oli kokenut Käsityöläisten kesäkaupan hyväksi, mikä voi johtua siitä, ettei käsityötavaroita ehkä myydä Helsingissä monessa paikassa tai niitä on vastaavasti hankala löytää. Ovathan käsityöt lisäksi aina uniikkeja matkamuuistoja tai tuliaisia. Palveluiden laadun arvioinnin yhteydessä tulee muistaa, että kaikki arviothan johtuvat kuitenkin loppujen lopuksi vastaajien erilaisista odotuksista niiden suhteen. Esimerkiksi moni on saattanut positiivisesti hämmästyä Lelumuseon vanhoja leluja, jotka olivat tuttuja lapsuudesta, kun taas monelle muun muassa nuoremmalle tai ulkomaalaiselle esineet eivät välttämättä merkinneet mitään. Henkilökunnan palveluallttius tai sen puute on myös yksi laadun arviointiin vaikuttava tekijä.

6.5 HSL ja JT-Line – toisiaan täydentävät palveluntarjoajat

Pääkaupunkiseudulla asuvat olivat käyttäneet lähinnä HSL:n lauttaa matkustaessaan Suomenlinnaan. Suurin osa JT-Linen vesibussin asiakkaista olikin kotoisin muualta Suomesta tai ulkomailta. Vastaajien osuuksiin saattavat vaikuttaa lautan ja vesibussin lähtöpaikat Kauppatorilla. JT-Linen vesibussin pysäkki tulee ensin vastaan keskustan suunnalta kävellessä. Monet ulkopaikkakuntalaiset ovatkin mahdollisesti luulleet vesibussin olevan ainoa keino päästä Suomenlinnaan. Pääkaupunkiseutulaiset sen sijaan ovat todennäköisesti tottuneet kulkemaan kohteeseen HSL:n palveluita käyttäen, jolloin lautta saatetaan mieltää ainoaksi kulkuvälineeksi. Monilla pääkaupunkiseutulaisilla on lisäksi HSL:n matkakortti, joten lautalla saareen kulkeminen tulee myös halvemmaksi kuin JT-Linen palveluiden käyttäminen. Tätä oletusta tukee myös se, että JT-Linen asi-

akkaista suurin osa oli Suomenlinnassa käymässä ensimmäisiä kertoja. Näin ollen palveluntarjoajat saattavatkin tukea toisiansa tarjoten palveluita hieman eri kohderyhmille.

JT-Linen meno-paluulippu maksaa aikuiselta 6,50 euroa, kun taas HSL:n lautan kertamaksu on 2,50 euroa (JT-Line 2011; Helsingin seudun liikenne 2011). Tuloksista voisi päätellä, että ne kävijät, jotka valitsevat JT-Linen vesibussin kulkuvälineekseen, ovat valmiita maksamaan enemmän myös muusta. Lautalla kulkeneet puolestaan säästävät myös muissa menoissa. JT-Linen asiakkaat olivat tulosten mukaan kauempaa tulleita, mikä saattaa myös osaltaan vaikuttaa rahankäyttöön; matkalle ollaan tultu nauttimaan eikä säästämään. Toisaalta tuloksiin ja edellisiin johtopäätöksiin saattaa vaikuttaa se, ovatko vastaajat laskeneet lipun hinnan rahankäytöksi, kuten rahankäytön pohdinnan yhteydessä on arveltu.

JT-Linen vesibussia ja sen palveluita pidettiin useammin hyvinä kuin HSL:n lautan. Vastaajien mielipide-eroihin lautan ja vesibussin välillä vaikuttaa todennäköisesti se, että vesibussin matkustajista suurin osa oli ulkomaalaisia tai kotoisin muualta Suomesta. Suurin osa vastaajista oli myös keskimäärin hieman vanhempia, ensimmäisiä kertoja kohteessa vierailleita miehiä. Näiden tietojen pohjalta voisikin olettaa, että potentiaaliset vastaajat ylipäättensä olivat vähemmän kriittisiä kuin HSL:n lautalla matkustavat vastaajat. Vastaajat olivat siis todennäköisesti lomalaisia, jotka harvemmin olivat käyneet Suomenlinnassa, mikä jo teki matkasta ainutlaatuisen. He eivät siis todennäköisesti kiinnittäneet samalla tavalla huomiota esimerkiksi aluksen vuoroväliin kuin vaikka vapaapäivää viettämään tulleet helsinkiläiset.

6.6 Ruuhkautuminen koetaan ongelmaksi

Tutkimukseen vastaajista hieman yli puolet oli ilmoittanut jonkin valmiiksi listatun tekijän häirinneen käyntiään Suomenlinnassa. Näistä suurimmiksi haitoiksi koettiin pitkät kävelymatkat, tungos tai jonotus ja eksyminen tai harhailu. Vierailun häirttekijät kuitenkin poikkesivat toisistaan talvi- ja kesäkausilla. Talvikaudella suurimmaksi haitaksi koettiin palveluiden puute, mikä varmasti johtuu lähes kaikkien palveluiden huonoista talven aukioloajoista. Kesällä puolestaan odotettavasti häiritsevin tekijä oli tungos ja jonotus. Viime kesän hyvien säiden vuoksi lautat olivatkin usein erittäin täynnä.

Eri lähtöalueilta saapuneita vastaajia häiritsivät eri tekijät vierailun aikana. Suomalaiset kokivat tungoksen häiritseväenä, kun taas ulkomaalaisia häiritsi enemmän eksyminen, pitkät kävelymatkat ja puute etukäteistiedosta. Kyseiset erot voivat johtua siitä, millaisena paikkana eri vastaajat kokevat Suomenlinnan. Suomalaisille se on todennäköisesti enemmän ajanviettopaikka, kun taas ulkomaalaiset saattavat pitää sitä nimenomaan nähtävyytenä. Tällöin suomalaiset mieltävät häiritseväksi sen, etteivät pääse rauhassa viettämään aikaansa, vaan joutuvat jonottamaan joka paikkaan. Ulkomaalaisia tämä ei häiritse, sillä nähtävyyksiin tutustumista usein kuuluukin jonottaa niiden suosion vuoksi. Sen sijaan kohteen nähtävyyksien pitkät välimatkat ja karttojen epäselvyys saattavat häiritä enemmän.

Eri-ikäiset vastaajat kokivat eri tekijöiden haitanneen vierailuaan. Alle 20 -vuotiaita ja yli 60 -vuotiaita vastaajia häiritsivät pitkät kävelymatkat, mikä tuntuu luonnolliselta varsinkin iäkkäämpien ihmisten ollessa kysymyksessä. Yli 60 -vuotiaiden liikkuminen saattaa olla hankalampaa kuin nuorempien, minkä vuoksi pitkät etäisyydet koetaan rasittaviksi. Vanhempia vastaajia sen sijaan ei juuri haitannut eksyminen tai harhailu, jonka keski-ikäiset tutkimukseen osallistujat puolestaan kokivat häiritseväksi. Vanhemmille sukupolville Suomenlinna saattaakin olla tutumpi paikka kuin nuoremmille, jotka ovat ehkä nuoruudessaan tottuneet viettämään aikaansa muilla tavoin. Alle 20 -vuotiaita vastaajia tungos ja jonotus häiritsivät vähiten, kun taas vanhemmat ikäryhmät kokivat sen häiritsevämmäksi. Nuoremmat ovatkin todennäköisesti tottuneet Suomenlinnan ruuhkiin kohteen kävijämäärien lisääntyessä jatkuvasti, kun taas vanhemmat muistavat Suomenlinnan vähemmän ruuhkaisena kohteena.

Koetut häittekijät vaihtelivat vierailun keston mukaan. Mitä pitempi aika kohteessa vietettiin, sitä vähemmän koettiin haittaa muun muassa eksymisestä ja etukäteistiedon puutteesta. Pidemmäksi ajaksi Suomenlinnaan tulleet ovatkin todennäköisesti jo etukäteen varanneet aikaa kohteeseen tutustumiselle paikan päällä ja ovat valmiita kiertelemään saarta, jolloin harhailua ei koeta ongelmaksi. Sen sijaan tungos ja muut ihmiset tuntuivat kohteessa pitkään viipyneistä vastaajista häiritseviltä. Tämä saattaakin johtua siitä, että kohteeseen ollaan tultu viettämään aikaa, jolloin halutaan olla rauhassa ilman häiriöitä tai melua.

Erittäin loogista oli myös, että ensimmäisiä kertoja Suomenlinnassa vierailevat kokivat eksymisen, tiedon puutteen ja pitkät etäisyydet haittoiksi, kun taas useammin kohteessa käyneitä häiritsivät tungos ja muut ihmiset. Myös vastaajien itse mainitsevat häirtatekijät olivat perusteltuja: talvella haittoiksi koettiin muun muassa kylmä ilma, lumen paljous sekä tekemisen puute palveluiden puuttuessa, ja kesällä lokit, huono sää ja mukulakivet. Kävijähallinnan toimilla kyseisiä haittoja voitaisiinkin vähentää esimerkiksi lauttojen vuoroväliä lyhentämällä ja opasteita parantamalla, kuten luvussa 3.1 on ehdotettu.

6.7 Oma kokemus tärkeimpänä tietolähteenä

Suosituimmat tietolähteet vastaajien keskuudessa olivat oma kokemus sekä tuttavat ja sukulaiset. Vähiten tietoa oli etsitty etukäteen matkailuneuvonnan tai matkatoimiston kautta. Kesäkauden tuloksissa korostui oman kokemuksen merkitys tietolähteenä kun taas talvikaudella vastaajat hakivat tietoa monista eri tietolähteistä. Useat suomalaiset käyvät Suomenlinnassa joka kesä ja tietävät omien kokemusten tai tuttavien kautta mitä odottaa vierailulta. Talvella puolestaan saaren tarjoamat mahdollisuudet ja avoinna olevat palvelut eivät välttämättä ole ihmisten tiedossa yhtä hyvin, jolloin tietoa pyritään etsimään enemmän. Tähän saattaa vaikuttaa myös ulkomaalaisten suhteellisesti suurempi osuus talvikauden kävijöistä.

Korkeakoulu- tai ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet käyttivät alempia koulutustasojä useammin tietolähteinä matkailuneuvontaa tai matkatoimistoa sekä esitteitä, opaskirjoja tai matkaohjelmia. Tähän saattavat olla yhteydessä vastaajien ilmoittamat matkan syyt. Korkeasti koulutettujen yleisin matkan syy oli nähtävyyksiin ja museoihin tutustuminen, kun taas ammatillisen tutkinnon suorittaneiden keskuudessa eniten vastauksia sai vaihtoehto ”ulkoilu, uiminen tai piknik” myös työn ollessa tärkeä matkan syy. Koska alemmin koulutetut tulevat siis Suomenlinnaan useammin viettämään aikaa tai esimerkiksi kokoukseen, he eivät todennäköisesti myöskään koe tarvitsevänsä kohteesta muuta tietoa kuin vaikka oman kokemuksensa. Korkeammin koulutetut voivat myös olla tottuneempia hakemaan tietoa eri lähteistä, millä saattaa olla vaikutusta tuloksiin.

Pääkaupunkiseudulla tai muualla Suomessa asuvien tärkein tietolähde oli oma kokemus kun taas ulkomaalaiset etsivät eniten tietoa esitteistä, opaskirjoista tai matkaohjelmista. Internetiä käyttivät kaikilta lähtöalueilta tulevat, ehkä juuri sen tarjoaman ajankohtaisen informaation ja helppokäyttöisyyden vuoksi. Sen merkitys tietolähteenä säilyikin käyntikertojen lisääntymisestä huolimatta kun taas matkailuneuvontaa tai matkatoimistoa ja esitteitä, opaskirjoja tai matkaohjelmia käytettiin harvemmin myöhemmillä vierailukerroilla.

Internet oli suosituin tietolähde matkan syyn ollessa ”kuvataide, musiikki tai teatteriesitys”, kun taas nähtävyyksistä tai museoista kiinnostuneet turvautuivat useimmin matkailuneuvontaan tai matkatoimistoon sekä esitteisiin, opaskirjoihin tai matkaohjelmiin. Oma tai tuttavien kokemusta hyödynnettiin matkan syyn ollessa joku muu. Ajankohtaisin tieto tapahtumista löytyy yleensä Internetistä mikä selittää sen suosiota kulttuuripainotteisten vierailujen tietolähteenä, kun taas esimerkiksi ravintolapalveluja valittaessa käytetään omaa kokemusta tai kysytään mielipiteitä tuttavilta enemmän kuin etsitään tietoa muista tietolähteistä.

6.8 Unesco ja Suomenlinna

Etukäteistieto Suomenlinnan maailmanperintökohteudesta on saattanut vaikuttaa vastauksiin muissakin tutkimuksen kysymyksissä. Kävijät ovat mahdollisesti suhtautuneet esimerkiksi opasteisiin ja niiden huomaamattomuuteen ymmärtävämmiin tai tulleet kohteeseen ensisijaisesti juuri sen maailmanperintöarvon takia. Vastaavasti monet ovat voineet pitää opasteita puutteellisina tai sääntöjä liian tiukkoina, koska eivät ole osanneet ottaa huomioon Unescon asettamia säännöksiä. Lisäksi vastauksiin maailmanperintökohteuden tietämisestä voi vaikuttaa kysymyksenasettelu itsessään. Vastaajilta kysyttiin, ovatko he tullessaan saareen tienneet sen olevan Unescon maailmanperintökohde samalla kun he ovat voineet lukea asian kysymyksestä. Tieto on voitu saada myös vierailun aikana. Vastauksien totuudenmukaisuutta ei näin ollen ole voitu varmistaa.

Saaduista tuloksista oli kuitenkin selvästi huomattavissa, että mitä vanhempia vastaajat olivat, mitä lähempänä he Suomenlinnaa asuivat tai mitä useammin he olivat siellä vierailleet, sitä useammin he myös tiesivät kohteen maailmanperintökohteudesta. Tulokset

olivatkin loogisia. Hämmästyttävää kuitenkin oli, että yli 10 % niistä, jotka olivat käyneet Suomenlinnassa yli kymmenen kertaa, eivät vielä olleet tietoisia Unescon yhteydestä Suomenlinnaan. Nämä vastaajat saattavat olla esimerkiksi tottuneita vierailijoita, joilla on tietyt rutiinit käyntinsä aikana, ja jotka eivät enää lue kylttejä tai opasteita, tai nuorempia henkilöitä, jotka tulevat Suomenlinnaan vain sen vapaa-ajanviettomahdollisuuksien houkuttelemina.

6.9 Matkakokemuksia ja kehitettävää Suomenlinnassa

Vastaajien matkakokemusten yhteydessä eroteltiin kokemukset talvi- ja kesäkaudelta. Talvella odotettavasti positiivisiksi koettiin maisema, kauneus ja hiljaisuus sekä jäinen merimatka. Näihin kommentteihin ovat varmasti vaikuttaneet hyvät säät ja suuri lumen määrä. Samoin kesällä hyviä kommentteja tuli säästä, auringosta, maisemasta ja luonnosta, mihin varmasti myös ovat vaikuttaneet viime kesän hienot säät. Luonnon kokeminen ilmaiseksi tuli ilmi monien vastauksissa, mihin on vaikuttavat todennäköisesti kaupungin hälinä sekä muiden nähtävyyksien mahdollisesti korkeatkin pääsymaksut. Näistä avoimista vastauksista näkyikin selkeästi Suomenlinnan mieltäminen retki- ja ajanviettopaikaksi.

Kehitysehdotuksissa mainittiin muun muassa opastuksen suurempi määrä esimerkiksi karttojen tarkentamisen ja äänioppaan avulla. Suomenlinnan opasteisiin vaikuttaa suuressa määrin Unescon maailmanperintölistalle kuulumisen, mikä estää tiettyjen kehitysehdotusten toteuttamisen. Vastaajien ehdotuksista huomattiin kuitenkin, että moni haluaisi nykyaikaistaa tarjottuja palveluita ja muuttaa kohdetta kaikkia kävijäryhmiä huomioivaksi, esimerkiksi juuri monikielisen äänioppaan avulla, pankkiautomaatin käyttöönotolla ja kielivaihtoehtoja lisäämällä.

Moni vastaaja oli kuitenkin tyytyväinen Suomenlinnaan nykyisellään ja nimenomaan vastusti Suomenlinnan muuttamista vähemmän historialliseksi. Näiden vastaajien mielestä aitojen rakentamisen valleille ja palveluiden runsas lisääminen vievät pois kohteen aitoutta. Kävijöillä on erilaisia mielipiteitä Suomenlinnasta ja sen kehittämisestä ja onkin mahdotonta vastata kaikkien tarpeisiin. Tämä varmasti aiheuttaa jatkossa huomattavia ristiriitoja kohteen kehittämistä suunniteltaessa.

6.10 Tulosten luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen tuloksia arvioitaessa voidaan niiden huomata hieman vääristyneen, kuten aiemminkin on todettu. Esimerkiksi ulkomaalaisten osuus oli yli puolet vastaajista, samoin kuin naisten osuus oli suurempi kuin miesten. Lomakkeita ei myöskään kerätty aamuisin tai iltaisin, jolloin osa perusjoukosta jäi suoraan otannan ulkopuolelle. Ulkomaalaisten korostunut osuus otoksesta johtui todennäköisesti tutkimuksen toteutustavasta. Vaikka osallistumista tarjottiin satunnaisesti kaikille lautalla matkustaneille, kaikki eivät halunneet kyselyyn vastata, eikä kaikilta ehditty aina siitä kysyä, kuten tutkimuksen kuvauksen yhteydessä on kerrottu. Ulkomaalaiset tuntuivatkin osallistuvan tutkimukseen suomalaisia kävijöitä mieluummin, tai vaihtoehtoisesti kieltäytyminen saattoi tuntua hankalammalta esimerkiksi kielimuurin tai kulttuurin takia. Naisten ja miesten osuuksista voi päätellä samansuuntaisesti: naiset ovat saattaneet olla innokkaammin täyttämässä kyselylomaketta ja ovat näin ollen paremmin edustettuina tutkimuksessa. Jos tutkimukseen osallistumisesta kysyttiin esimerkiksi pariskunnalta, lomakkeen on voinut useammin täyttää nainen.

Lisäksi muut raportin alussa mainitut vääristymät, kuten vastaajista ja lomakkeesta johtuneet virheet huomioon ottaen voidaan todeta tutkimuksen tuloksista puuttuvan tiettyä reliabiliteettia. Vaikka tutkimus on toteutettu periaatteessa satunnaisella poiminnalla ja validein metodein, tutkimuksen otos ei edusta koko perusjoukkoa ainakaan oikeissa suhteissa, eikä tutkimusta näin ollen todennäköisesti voida toistaa täysin samanlaisin tuloksin. Toisaalta tutkimusta olisi ollut erittäin vaikea toteuttaa niin, että tulokset eivät olisi vääristyneet mainitulla tavalla. Ja kuten otannan ongelmien yhteydessä luvussa 2.3 on todettu, otostutkimusten tulokset eivät koskaan ole oikeita tai vääriä. Samalla tavalla samasta perusjoukosta poimitut otokset vain antavat lähes varmasti aina hieman eri tulokset, sillä saatu otos on aina erilainen kuin edellinen.

6.11 Kehitysehdotukset tutkimukselle

Tutkimuksessa käytettiin samaa lomaketta kuin edellisessä tutkimuksessa vuonna 2006, tosin hieman muokattuna. Käytetyssä lomakkeessa ilmeni kuitenkin joitakin ongelmakohtia. Kuten aiemmin luvussa 2.4 mainittiin, kyselylomakkeen tekeminen on käytännössä jatkuva prosessi, jonka aikana lomaketta muokataan niin kauan kun korjattavaa

löytyy (Holopainen & Pulkkinen 2008, 43). Niinpä lomaketta voi ja täytyykin muokata mahdollista seuraavaa tutkimusta varten tulosten luotettavuuden ja oikeellisuuden varmistamiseksi.

Lomakkeessa vastaajien ikää kysyttiin syntymävuoden avulla. Vaikka näin aseteltuun kysymykseen saatiin todennäköisemmin vastaus kuin suoraan ikää kysyessä, syntymävuosien perusteella tehty vastaajien ikäjakauma kuitenkin aiheutti ylimääräistä työtä. Ikää voitaisiinkin vaihtoehtoisesti kysyä esimerkiksi valmiin ikähaitarin avulla, jossa kävijä valitsisi oman ikäryhmänsä vaihtoehtojen joukosta. Ikää saattaisi olla myös järkevämpää kysyä alussa muiden vastaajien taustatekijöitä hahmottavien kysymysten ohessa. Samoin kuin kysymys asuinpaikasta voisi olla jo lomakkeen alussa niin sanottujen helppojen kysymysten joukossa.

Kysymykset matkaseurasta ja seurueen koosta tuntuivat aiheuttavan monelle vastaajalle ongelmia. Vastaaja oli esimerkiksi saattanut merkitä tulleen Suomeen yksin, mutta 2-5 henkilön seurueessa. Kysymykset voisikin yhdistää yhdeksi kysymykseksi, jossa kysyttäisiin esimerkiksi: ”olitko Suomenlinnassa yksin, kaksin, 3-5 henkilön seurassa...”. Tällöin tulokset eivät olisi ristiriitaisia, eikä vastausten oikeellisuutta jouduttaisi arvailemaan.

Käyntikerroista kysyttäessä lomakkeen kaksi ensimmäistä vaihtoehtoa menivät päällekkäin. Ensimmäinen oli ”ensimmäinen kerta” ja toinen ”1-4 kertaa”. Jälkimmäisen vaihtoehdon voisikin muuttaa muotoon ”2-4 kertaa”, jotta se ei aiheuttaisi ongelmia vastaajille. Käynnin kestosta kysyttäessä puolestaan vaihtoehdot ovat hieman epäselvät, sillä niiden väliin jää tunnin pituinen tauko. Jos vastaaja siis viipyi Suomenlinnassa esimerkiksi kaksi ja puoli tuntia, hänen täytyi valita vastauksensa vaihtoehdoista ”1-2 tuntia” ja ”3-5 tuntia”. Vaihtoehdot tulisikin muuttaa sellaisiksi, että ne kattaisivat kaikki mahdolliset käynnin kestoajat.

Pääasiallista matkan syytä kysyttäessä lomakkeessa on monia vastausvaihtoehtoja. Vaihtoehtona ei kuitenkaan ollut avointa kysymystä, kuten ”jokin muu, mikä?”. Vaihtoehdot eivät myöskään kattaneet kaikkia mahdollisia syitä tulla Suomeen vastaajien

keskuudessa. Muutama vastaaja oli kirjoittanut lomakkeeseen olleensa kohteessa kyläilyn tai halvan hostellin takia. Ainakin nämä vaihtoehdot voisi siis lisätä lomakkeeseen.

Kuten rahankäyttöä pohdittaessa tuli ilmi, lomakkeen vastauksista ei selvinnyt, laskivatko vastaajat lauttalipun rahankäytöksi. Yhtenä vaihtoehtona lomakkeen kehittämisessä voisi olla kysymyksen yhteydessä olevat vaihtoehdot ”vain lauttalippu” tai ”ei mitään”, mikäli vastaajalla on käytössä HSL:n matkakortti. Näin rahankäyttöä saataisiin kohdennettua Suomenlinnaan ja sen tarjoamiin palveluihin, samoin kuin merimatkan tuottajiin.

Palveluiden laadun arvioinnin yhteyteen lisättiin vuonna 2010 vaihtoehto ”ei kokemusta”. Kyseinen vaihtoehto aiheutti selvästi epäselvyyksiä vastaajien keskuudessa, joten sen voisikin jättää lomakkeesta kokonaan pois, jolloin vastaajia pyydetäisiin vain arvioimaan käyttämänsä palvelut. Venäjänkielisestä lomakkeesta vaihtoehto oli epähuomiossa jäänyt pois ja lomake toimi paremmin. Palveluiden laadun arvioinnista tiedusteltavaa kysymystä pitäisi myös muuttaa selkeämmäksi niin, että vastaajat ymmärtäisivät kysymyksen koskevan ainoastaan kyseistä käytikertaa. Monet olivat arvioineet useita palveluita, vaikka vierailun kesto oli ollut lyhyt tai arvioidut palvelut kyseisenä ajankohtana kiinni. Vastauksista pääteltiinkin kävijöiden arvioineen aiemmilla kerroilla käyttämäänsä palveluita, mikä on osaltaan vääristänyt tutkimuksen tuloksia. Tällöinhän arvioinnit eivät välttämättä ole ajankohtaisia ja niiden todellinen laatu on saattanut muuttua siitä hetkestä, jolloin vastaaja niitä käytti. Jotta talvikauden kävijät eivät arvioisi kyseisenä ajankohtana kiinni olevia palveluita, voitaisiin kyselylomakkeesta tehdä muunneltu versio talvikaudelle. Tässä versiossa vain kesäkaudella avoimet palvelut olisi jätetty mainitsematta, jolloin vastaajilla ei olisi mahdollisuutta arvioida niitä. Näin ollen myös tulokset olisivat luotettavammat.

Opasteista ja viitoituksesta saarella kysyttiin kahdessa kohdassa: lomakkeen ensimmäisellä sivulla palveluiden laadun arvioinnin yhteydessä, ja seuraavalla sivulla vierailun häirtatekijöiden joukossa. Samasta asiasta on turha kysyä toistuvasti, ja lisäksi sen status matkailupalveluna on kyseenalainen. Häirtatekijöistä kysyttäessä lomakkeessa oli toinenkin ongelma. Saksankielisissä kyselylomakkeissa vastausvaihtoehdot ”ei lainkaan” ja ”paljon” olivat väärinpäin verrattuna muihin lomakkeisiin kysymyksenasettelun ja kielen takia. Kysymys voitaisiinkin muuttaa sellaiseksi, että vastausvaihtoehdot olisivat

samoin päin. Asian korjaus helpottaisi niin tutkijoita kuin mahdollisesti vastaajiakin. Lisäksi sana ”Erfahrungen” palveluiden laadun arvioinnin yhteydessä pitäisi muuttaa sanaksi ”Erwartungen”, jotta sen merkitys olisi oikea ja tarkoittaisi sanaa ”odotukset”. Lomakkeen kielivaihtoehtoihin voitaisiin myös lisätä ranska, sillä se oli kuudenneksi suurin lähtömaa ja ranskalaisten englanninkielentaito havaittiin huonommaksi kuin esimerkiksi saksalaisten.

Kysymys Unescon maailmanperintökohteudesta oli aseteltu lomakkeessa huonosti. Se oli paperin oikeassa reunassa toisen kysymyksen alla, muiden kysymysten erottuessa lomakkeesta paremmin. Muutamat vastaajat olivatkin jättäneet vastaamatta kohtaan, todennäköisesti koska eivät olleet huomanneet kysymystä. Lomakkeen lopussa voitaisiin myös kysyä, tulisiko vastaaja uudestaan Suomenlinnaan tai suosittelisiko kohdetta tuttavilleen. Näin saataisiin osaltaan lisätietoa yleisestä tyytyväisyydestä käyntiin – muutenkin kuin avointen vastausten muodossa.

6.12 Kehitysehdotukset Suomenlinnalle

Tutkimuksen tekemisen ja tulosten analysoinnin yhteydessä nousi esiin myös joitakin kehitysehdotuksia itse Suomenlinnan palveluiden parantamiseksi. Tärkein kehitettävä tekijä olisi selkeästi ympärivuotisuuteen panostaminen. Palvelut voisivat esimerkiksi olla auki aiemmin keväällä ja myöhemmin syksyllä sekä yleisesti paremmin talvella. Kuten tuloksista ilmeni, varsinkin talvikaudelle toivottiin lisää auki olevia museoita, ravintoloita ja kahviloita. Toinen kehitettävä asia olisi opasteiden ja karttojen parantaminen. Opasteita ja informaatiota nähtävyyksistä voitaisiin mahdollisuuksien mukaan lisätä ja karttoihin voitaisiin liittää ”olet tässä” -merkki. Opasteet voisivat myös olla useammalla kielellä niin, että ainakin venäjä lisättäisiin muiden kielien rinnalle.

Lisäksi runsaslumisina talvina teiden aurausta tulisi parantaa, jotta ainakin nähtävyyksille olisi mahdollista kävellä. Teiden reunoille voitaisiin myös jättää hiekoittamaton alue, jotta esimerkiksi pulkan vetäminen onnistuisi. Kesäkaudella teiden reunoille voitaisiin samalla tavalla jättää hiekoitettu kaistale mukulakiveyksen viereen lastenrattaita ja pyörätuoleja varten. Suomenlinnan lauttarantaan voitaisiin rakentaa lämmin odotustila, jotta esimerkiksi talvella ja sateisilla ilmoilla lautan odotus sujuisi mukavammin. Lisäksi

HSL:n lippuautomaatteihin pitäisi ehdottomasti liittää paremmat ohjeet lipunostosta usealla kielellä, venäjä mukaan lukien. Kohteeseen tarvittaisiin myös pankkiautomaatti rahan nostoa varten, tai vaihtoehtoisesti kaikissa museoissa, kaupoissa ja kioskeissa maksamisen tulisi onnistua kortilla.

Mikäli vastaajien kävijäprofileita halutaan tulevaisuudessa tutkia tarkemmin, aineistoja voi tarkastella enemmän klusteri- eli monimuuttuja-analyysin avulla. Näin saataisiin selville yleisimmät kävijätyypit ja niiden käyttäytymismallit. Klusterianalyysiä olisikin mahdollista hyödyntää jatkotutkimuksen muodossa.

Lähteet

Borg, P., Öystilä, M. & Partti, M. 2003. Suomenlinna: kestävän matkailun kehittäminen. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Helsinki.

Borgström, J. 2000. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus. Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki.

Echtner, C. & Ritchie, J. 2003. The Meaning and Measurement of Destination Image. *The Journal of Tourism Studies*, Vol. 14, No. 1, s. 37-48.

Fyall, A., Garrod, B., Leask, A. & Wanhill, S. 2008. *Managing Visitor Attractions*. New Directions. 2. painos. Butterworth-Heinemann. Oxford.

Hanganpää, C. 17.3.2010. Matkailukoordinaattori. Suomenlinnan hoitokunta. Sähköposti.

Heikkilä, T. 2010. Tilastollinen tutkimus. 7.-8. painos. Edita Prima Oy. Helsinki.

Helsingin seudun liikenne 2011. Sisäisten lippujen hinnat 2011. Luettavissa: <http://www.hsl.fi/FI/liputjahinnat/hinnat/Sivut/sisaisetliput.aspx>. Luettu: 10.3.2011.

Henrich, L. 2005. *Tourism Marketing and Interpretation in World Heritage Sites: The Case Study of the Fortress of Suomenlinna*. AMK-opinnäytetyö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Hiltunen, S. & Öystilä, M. 2003. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2002. Julkaisija tuntematon.

Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2008. Tilastolliset menetelmät. 5.-6. painos. WSOY. Helsinki.

JT-Line 2011. Suomenlinna: aikataulut ja lippujen hinnat. Luettavissa: http://www.jt-line.fi/suomenlinna_aikataulut.htm. Luettu: 10.3.2011.

Laaksonen, A-L. & Luostarinen, T. 2010. Matkailukohteen viestinnällinen muotoilu kävijähallinnan osana: Kartoitus Suomenlinnan tekstimaisemista. AMK-opinnäytetyö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Helsinki.

Laatuakatemia 2010. Laatu – käsite ja tehtävät. Luettavissa: <http://www.kotiposti.net/tuurala/Laatu.htm>. Luettu: 22.3.2011.

Metsämuuronen, J. 2004. Pienten aineistojen analyysi: Parametrittomien menetelmien perusteet ihmistieteissä. Metodologia-sarja 9. International Methelp Ky. Jyväskylä.

Moilanen, T. & Rainisto, S. 2009. How to Brand Nations, Cities and Destinations. A Planning Book for Place Branding. Palgrave Macmillan. Basingstoke.

Morris, C. 2003. Quantitative Approaches in Business Studies. 6. painos. Prentice Hall/Financial Times. Harlow.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010a. UNESCO. Luettavissa: http://www.minedu.fi/OPM/Kansainvaliset_asiat/kansainvaliset_jaerjestoet/unesco/?lang=fi. Luettu: 29.9.2010.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010b. Maailmanperintö. Luettavissa: http://www.minedu.fi/OPM/Kansainvaliset_asiat/kansainvaliset_jaerjestoet/unesco/maailmanperinto/?lang=fi. Luettu: 29.9.2010.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2010c. Maailmanperintökohteet: Suomenlinna. Luettavissa: http://www.minedu.fi/OPM/Kansainvaliset_asiat/kansainvaliset_jaerjestoet/unesco/maailmanperinto/suomenlinna?lang=fi. Luettu: 29.9.2010.

Smyk, M. & Vehkakoski, T. 2007. Suomenlinnan matkailija- ja palvelututkimus 2006. Julkaisija tuntematon.

Suomenlinna 2010. Järjestyssäännöt ja luvat. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/matkailijan_suomenlinna/jarjestyssaannot_ja_luvat. Luettu: 30.9.2010.

Suomenlinna 2011a. Historia. Luettavissa:

<http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/historia>. Luettu: 9.3.2011.

Suomenlinna 2011b. Linnoitus. Luettavissa: <http://www.suomenlinna.fi/linnoitus>.

Luettu: 9.3.2011.

Suomenlinna 2011c. Restaurointikohde. Luettavissa:

<http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/restaurointikohde>. Luettu: 9.3.2011.

Suomenlinna 2011d. Toiminta-ajatus, arvot ja resurssit. Luettavissa:

http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnan_hoitokunta/toiminta-ajatus_arvot_ja_resurssit. Luettu: 9.3.2011.

Suomenlinna huomenna 2010. Suomenlinna huomenna. Luettavissa:

<http://www.suomenlannahuomenna.fi/>. Luettu: 23.2.2011.

Tilastokeskus 2004. Otanta-asetelma ja otos. Luettavissa:

http://www.stat.fi/tup/htpalvelut/haastutk_toiminta_otos.html. Luettu: 22.2.2011.

Tilastokeskus 2009. Otantamenetelmä on survey-tutkimuksen kulmakivi. Luettavissa:

http://www.stat.fi/artikkelit/2009/art_2009-12-14_003.html?s=0. Luettu: 22.2.2011.

UNESCO 2011. Introducing UNESCO: What we are. Luettavissa:

<http://www.unesco.org/new/en/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/>. Luettu: 20.3.2011.

UNESCO World Heritage Centre 2008. Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention. Luettavissa:

<http://whc.unesco.org/archive/opguide08-en.pdf>. Luettu: 8.3.2011.

Öystilä, M. 10.2.2011. Matkailukoordinaattori. Suomenlinnan hoitokunta. Sähköposti.

Liitteet

Liite 1. Suomenkielinen kyselylomake

Arvoisa matkustaja

Suomenlinnan hoitokunta pyrkii parantamaan saaren palveluja ja kohentamaan kävijöiden viihtyvyyttä. Vastaamalla tähän kyselyyn annatte arvokasta tietoa kehittämistyön pohjaksi.

Valitkaa kunkin kysymyksen kohdalla yksi vastausvaihtoehto ja mustatkaa sen vieressä oleva ympyrä näin ●

Kiitos vaivannäöstänne. Tervetuloa uudelleen Suomenlinnaan!



SUOMENLINNA
SVEABORG

1. Sukupuoli

Mies

Nainen

2. Koulutus

Perus/kansakoulu

Ammatillinen tutkinto/lukio

Korkeakoulu/ammattikorkeakoulu

3. Matkaseura

Yksin

Seurueessa

4. Seurueen luonne

Perhe/ystävät

Työtoverit/asiakkaat/yms.

Opintoryhmä/luokka

Matkailijaryhmä

5. Seurueen koko

2 - 5

6 - 10

Yli 10

6. Kuuluiko seurueeseen lapsia

Kyllä

Ei

7. Pääasiallinen matkan syy

Ulkoilu/uiminen/piknik

Nähtävyydet/museot

Kuvataide/musiikki/teatteriesitys

Kokous/työ

Opiskelu/harrastus

Juhlatilaisuus

Ravintolassa/kahvilassa käynti

8. Käyntikerrat Suomenlinnassa

ensimmäinen kerta

1 - 4 kertaa

5 - 10 kertaa

Yli 10 kertaa

9. Viipyminen Suomenlinnassa

1 - 2 h

3 - 5 h

Yli 5 h

10. Paljonko rahaa käytitte henkilökohtaisesti

Suomenlinnassa ollessanne

Alle 10 €

11 - 25 €

26 - 50 €

Yli 50 €

Merkitkää kaikki kohteet, joihin tutustuite ja palvelut, joita käytitte.

Arvioikaa myös niiden laatua.

Alitti odotukset Vastasi odotuksia Ylitti odotukset Ei kokemusta

11. Museot (*=auki vain kesäkaudella)

Ehrensvärd -museo *

Suomenlinna -museo

Sotamuseon Maneesi-näyttely *

Lelumuseo

Tullimuseo *

Sukellusvene Vesikko *

12. Ravintolat, kahvilat (*=auki vain kesäkaudella)

Café Vanille

Kahvila Piper *

Café Bar Valimo *

Ravintola Café Chapman

Pizzeria Nikolai *

Ravintola Suomenlinnan Panimo

Ravintola Walhalla *

Lelumuseon kahvila

Ravintola Yläkerho

13. Myymälät, kaupat (*=auki vain kesäkaudella)

Siwa

Suomenlinnan kioski

Museokauppa *

Käsityöläisten kesäkauppa *

14. Matkailupalvelut

Suomenlinnakeskus

Suomenlinnan matkailuneuvonta

Laajakangasesitys

Opastettu kävelykierros

Eväsruokailutila

Hostel Suomenlinna

Opasteet ja viitoitus saarella

15. Miten koitte liikennepalvelut Suomenlinnaan

Huono Tyydyttävä Hyvä

Opasteet aluksen lähtöpaikalla

Aluksen wuroväli

Aluksen siisteys

Aluksen mukavuus

Käännä lomake!

16. Koitteko tällä matkalla jonkin asian haittaavan viihtymistänne?

	Ei lainkaan	Jonkin verran	Paljon
Eksyminen, harhailu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tungos, jonotus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etukäteistiedon puute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pitkät kävelymatkat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Häiriö muista ihmisistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelujen puute	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ympäristön roskaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jokin muu haitta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu haitta oli:			

17. Jos saitte ennakkotietoa Suomenlinnasta, mikä oli TÄRKEIN tietolähde (Valitkaa vain yksi vaihtoehto)

Tuttavat/sukulaiset	<input type="radio"/>
Matkailuneuvonta/matkatoimisto	<input type="radio"/>
Esite/opaskirja/matkaohjelma	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>
Oma kokemus	<input type="radio"/>
Jokin muu lähde	<input type="radio"/>
Muu lähde oli:	

18. Tiesittekö tullessanne, että Suomenlinna on UNESCO:n maailmanperintökohde?

Kyllä
Ei

19. Myönteisiä matkakokemuksia

Mikä mielestänne oli myönteisintä Suomenlinnan-vierailunne aikana?

20. Ehdotuksia palvelujen parantamiseksi

Mihin mielestänne tulisi erityisesti kiinnittää huomiota Suomenlinnan palvelujen kehittämisessä?

21. Syntymävuotenne?

22. Asuinpaikkanne?

Jos Suomi, mikä on postinumeronne?

Ulkomaa, mikä?

Älkää tehkö merkintöjä tälle alueelle

Pvm .

ma ti ke to pe la su

Aika :

Alus: S-linna II Tor Suokki Muu Vesibussi

Liite 2. Ruotsinkielinen kyselylomake

Ärade besökare!

Sveaborgs förvaltningsnamnd vill förbättra Sveaborgs servicen på ön och öka trivseln för besökarna. Genom att svara på våra frågor ger ni oss en värdefull grund i vårt arbete.

Ge ett svar på varje fråga med att mörklägga rundeln ●

Tack för ert besvär och välkomna åter till Sveaborg!



SUOMENLINNA
SVEABORG

Kön		Vilka av följande ställen besökte ni på Sveaborg?				
Man	<input type="radio"/>	Hur uppfylldes era förväntningar?				
Kvinna	<input type="radio"/>		Uppfylldes	Överträffade	Ingen	
Utbildning		Museer (*=öppet bara på sommaren)	förväntningarna	förväntningarna	förväntningarna	erfarenhet
Folkskola/grundskola	<input type="radio"/>	Ehrensård-museet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yrkeskola/gymnasium	<input type="radio"/>	Sveaborgsmuseet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yrkehögskola/akademisk examen	<input type="radio"/>	Kustartillerimuseet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kom ni		Manegen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ensam	<input type="radio"/>	Leksaksmuseet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
i sällskap	<input type="radio"/>	Tullmuseet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bestod ert sällskap av:		U-båten Vesikko *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vänner/familj	<input type="radio"/>	Restauranger, kaféer (*=öppet bara på sommaren)				
arbetskamrater/kunder	<input type="radio"/>	Café Vanille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
studiegrupp/klass	<input type="radio"/>	Café Piper *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
gruppresesällskap	<input type="radio"/>	Café Bar Valimo *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hur många personer bestod ert sällskap av?		Restaurang Café Chapman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 - 5	<input type="radio"/>	Pizzeria Nikolai *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6 - 10	<input type="radio"/>	Restaurang Sveaborgs Bryggeri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
över 10	<input type="radio"/>	Restaurang Walhalla *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hade ni barn med er?		Leksaksmuseets kafé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ja	<input type="radio"/>	Butiker (*=öppet bara på sommaren)				
Nej	<input type="radio"/>	Siwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huvudsakligaste orsaken till ert besök		Sveaborgs kiosk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
friluftsliv-bad/picknick	<input type="radio"/>	Museibutiken *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sevärdheter/museer	<input type="radio"/>	Konsthantverkarnas sommarbutik *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
konst/musik/teaterföreställning	<input type="radio"/>	Service				
möte/arbete	<input type="radio"/>	Sveaborgscentret	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
studier/hobby	<input type="radio"/>	Sveaborgs turistinformation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
festlighet	<input type="radio"/>	Vidfilmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
restauranger/kaféer	<input type="radio"/>	Guidad rundvandring	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hur ofta har ni besökt Sveaborg?		Picknickutrymmet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
detta var det första besöket	<input type="radio"/>	Hostel Suomenlinna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 - 4 gånger	<input type="radio"/>	Skylltning och vägvisare på ön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 - 10 gånger	<input type="radio"/>					
över 10 gånger	<input type="radio"/>	Hur upplevde ni transportservice till Sveaborg?				
Hur länge vistades ni på Sveaborg?			Dålig	Nöjaktig	God	
1 - 2 timmar	<input type="radio"/>	Skylltningen vid Salutorgets brygga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
3 - 5 timmar	<input type="radio"/>	Färjans avgångintervaller	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Över 5 timmar	<input type="radio"/>	Snyggheten ombord	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Hur mycket pengar har ni använt under besöket?		Trivseln ombord	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Under 10 €	<input type="radio"/>					
11 - 25 €	<input type="radio"/>					
26 - 50 €	<input type="radio"/>					
Över 50 €	<input type="radio"/>					

Vänd!

Var det något som inverdade strörande på trivseln ert besök?

	inte alls	lite	mycket
		grann	
Svårt att hitta dit man skulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trängsel och köer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brist på förhandsinformation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Långa promenadavstånd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Folk som betedde sig störande	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brist på service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nedskräpning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Något annat dvs:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

I fall ni fick förhandsinformation vilken var den VIKTIGASTE informationskälla?
(Välj bara ett alternativ)

Bekanta/släktingar	<input type="radio"/>
Turistinformation/resebyrå	<input type="radio"/>
Broschyr/reseguide/reseprogram	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>
Egen erfarenhet	<input type="radio"/>
Från annat håll, varifrån?	<input type="radio"/>

Visste ni innan ni kom, att Sveaborg är upptecknat på Unescos Världarvslista?

Ja

Nej

Positiva reseerfarenheter

Vad tyckte ni bäst om under ert besök på Sveaborg?

Förslag på hur servicen på Sveaborg kunde förbättras?

Vad tycker ni att man borde fästa speciell uppmärksamhet vid då man vill utveckla servicen på Sveaborg?

Vilket år är ni född?

Var bor ni?

i Finland, postnummer?

Utomlands, dvs:

Gör inga anteckningar på detta område

Pvm .

ma ti ke to pe la su

Aika :

Alus: S-linna II Tor Suokki Muu Vesibussi

Liite 3. Englanninkielinen kyselylomake

Dear Visitor

This questionnaire is carried out for the The Governing Body of Suomenlinna in order to further improve the level of services and facilities for visitors. By answering this questionnaire you will provide us with valuable information. Please answer each question by choosing the most suitable alternative and ink in the circle next to your answer as shown here ●



SUOMENLINNA
SVEABORG

Thank you for your effort and welcome again to Suomenlinna sea fortress!

Sex		Please mark all the attractions you visited and services you used also rate their quality				
Male	<input type="radio"/>					
Female	<input type="radio"/>					
Education		Museums (*=only open in the summer time)	Under expectations	Met expectations	Over expectations	No experience
No education after the age of 16	<input type="radio"/>	Ehrensvärd Museum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vocational training/high school	<input type="radio"/>	Suomenlinna museum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polytechnic/Academic degree	<input type="radio"/>	Coast Artillery Museum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Did you come		Manage	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alone	<input type="radio"/>	Toy Museum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In a company	<input type="radio"/>	Customs Museum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Who were you accompanied by?		Submarine Vesikko *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Family/friends	<input type="radio"/>	Restaurants, cafés (*=only open in the summer time)				
Colleagues/customers/etc.	<input type="radio"/>	Café Vanille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Study group/school group	<input type="radio"/>	Cafe Piper *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Group tour	<input type="radio"/>	Cafe Bar Valimo *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The number of persons in your group?		Restaurant Café Chapman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 - 5	<input type="radio"/>	Pizzeria Nikolai *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6 - 10	<input type="radio"/>	Brewery restaurant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Over 10	<input type="radio"/>	Restaurant Walhalla *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Were you accompanied by children?		Toy Museum Café	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yes	<input type="radio"/>	Shops (*=only open in the summer time)				
No	<input type="radio"/>	Siwa grocery store	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
The main reason for your visit		The kiosk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Outdoor activities/swimming/picnic	<input type="radio"/>	Museum Shop *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Attractions/museums	<input type="radio"/>	Arts & Craft shop *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Art/music/theatre	<input type="radio"/>	Services				
Meeting/work	<input type="radio"/>	Visitor Centre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Study/hobby	<input type="radio"/>	Tourist information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Festivity/party	<input type="radio"/>	Widescreen show	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurant/café	<input type="radio"/>	Guided walking tour	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
How often have you visited Suomenlinna?		Picnic Shed	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
this was my first time	<input type="radio"/>	Hostel Suomenlinna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 - 4 visits	<input type="radio"/>	Sings and signposts in Suomenlinna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 - 10 visits	<input type="radio"/>					
Over 10 visits	<input type="radio"/>	How did you experience the transportation to Suomenlinna?				
Duration of your visit			Bad	Satisfactory	Good	
1 - 2 h	<input type="radio"/>	Signs at the ferry departure point	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
3 - 5 h	<input type="radio"/>	The departure intervals	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Over 5 h	<input type="radio"/>	The cleanliness on board	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
How much did you spend personally during your visit in Suomenlinna?		The comfort on board	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Under 10 €	<input type="radio"/>					
10 - 25 €	<input type="radio"/>					
26 - 50 €	<input type="radio"/>					
Over 50 €	<input type="radio"/>					

Please turn!

Did you experience any of the following factors disturbing your stay in Suomenlinna?

	Not at all	Little	Very much
hard to find one's way	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crowds, queues	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
lack of information beforehand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Long walking distances	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
People behaving disturbingly	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lack of service	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Litter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Something else What?:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

If you received information about Suomenlinna beforehand which was the MOST important source? (Choose only one option)

Friends/relatives	<input type="radio"/>
Tourist information/travel bureau	<input type="radio"/>
Broschure/guidebook/travel program	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>
Own experience	<input type="radio"/>
Elsewhere	<input type="radio"/>
Where?:	

Did you know prior to your visit that Suomenlinna is a Unesco World heritage site?

Yes
No

Positive experiences during your visit?

Which was the most positive part during your visit in Suomenlinna?

Suggestions to improve services

What are the things to be improved in Suomenlinna in order to make the visit more enjoyable?

Year of birth?

Place of residence?

Finland, please write your postcode

Other, please write the name of the country

Please, do not make any markings here

Pvm .

ma ti ke to pe la su

Aika :

Alus: S-linna II Tor Suokki Muu Vesibussi

Liite 4. Saksankielinen kyselylomake

Sehr geehrte Reisende

Die Verwaltung von Suomenlinna versucht den Service auf der Insel zu verbessern und möchte, dass Sie sich wohl fühlen. Indem Sie diesen Fragebogen ausfüllen helfen Sie uns das zu verwirklichen.

Wählen Sie bitte bei jeder Frage eine Antwort aus und malen Sie den Kreis so an. ●

Vielen Dank für Ihre Mühe und noch einmal Willkommen auf Suomenlinna!



1. Geschlecht

- Männlich
- Weiblich

2. Ausbildung

- Grund-/Haupt-/Gesamtschule
- Realschule/Gymnasium/Fachabitur
- Universität/Fachhochschule

3. Reisebegleitung

- Allein
- Mit anderen

4. Welche Art von Begleitung

- Familie/Freunde
- Mitarbeiter/Kunden o.ä.
- Studenten-/Schulgruppe
- Reisegruppe

5. Größe der Gruppe

- 2 - 5
- 6 - 10
- Über 10

6. Gibt es Kinder in der Gruppe?

- Ja
- Nein

7. Was ist der Hauptgrund für die Reise?

- Im Freien sein/Schwimmen/Picknicken
- Sehenswürdigkeiten/Museen
- Kunst/Musik/Theateraufführung
- Meeting/Arbeit
- Lernen/Hobby
- Festveranstaltung/Feiern
- Restaurants/Cafés besuchen

8. Wie oft waren Sie schon in Suomenlinna?

- Zum ersten Mal
- 1 - 4 Mal
- 5 - 10 Mal
- Über 10 Mal

9. Wie lange waren Sie dieses Mal auf Suomenlinna?

- Unter 2 Stunden
- 3 - 5 Stunden
- Über 5 Stunden

10. Wie viel Geld haben Sie ausgegeben?

- Unter 10 €
- 11 - 25 €
- 26 - 50 €
- Über 50 €

Kreuzen Sie die Orte an, die Sie besichtigt haben.

Beurteilen Sie auch die empfundene Qualität.

	Erfahrungen nicht getroffen	Erfahrungen getroffen	Erfahrungen übertroffen	Keine Erfahrung
11. Museen (*=nur während der Sommermonate geöffnet)				
Ehrensvärd Museum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suomenlinna Museum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Austellung: Kriegsmuseum Maneesi *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spielzeugmuseum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zollmuseum *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
U-boot Vesikko *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Restaurant, Café (*=nur während der Sommermonate geöffnet)				
Café Vanille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Café Piper *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Café Bar Valimo *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurant Café Chapman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pizzeria Nikolai *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurant Suomenlinna Panimo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurant Walhalla *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Café des Spielzeugmuseum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurant Yläkerho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Kiosk, Geschäfte (*=nur während der Sommermonate geöffnet)				
Siwa (Lebensmittelgeschäft)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiosk Suomenlinna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museums Shop *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Handwerks Sommershop *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Touristische Leistungen				
Suomenlinna Zentrum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suomenlinna Touristen Information	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videoportal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Führung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Picknickplätze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hostel Suomenlinna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationstände und Ausschilderungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Was halten Sie von den Transportmöglichkeiten nach Suomenlinna?				
	Schlecht	Befriedigend	Gut	
Beschilderung am Abfahrtshafen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Häufigkeit der Abfahrt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Sauberkeit der Schiffe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Komfort der Schiffe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Bitte wenden!

16. Hat Sie einer der folgenden Punkte während Ihrem Aufenthalt gestört?

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu
Ich habe mich verlaufen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zu lange Wartezeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keine ausreichenden Informationen im Vorfeld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zu große Entfernungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zu große Menschenmassen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kein ausreichendes Dienstleistungsangebot (Kiosk, Souvenirladen, Restaurants)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nicht sauber genug	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anderes Wenn ja, was?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Falls Sie Informationen im Voraus erhalten haben, woher hauptsächlich? (Bitte nur eine Antwort ankreuzen)

Bekannte/Verwandte	<input type="radio"/>
Reisebüro/Touristeninformation	<input type="radio"/>
Broschüre/Reiseführer/Dokumentation	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>
Eigene Erfahrungen	<input type="radio"/>
Anderere Quellen	<input type="radio"/>

Wenn ja, welche?

18. Wussten Sie im Voraus, dass Suomenlinna ein UNESCO Weltkulturerbe ist?

Ja

Nein

19. Positive Eindrücke und Erlebnisse

Was hat Sie am meisten beeindruckt?

20. Haben Sie Verbesserungsvorschläge?

Worauf sollte bei Verbesserungen besonders Wert gelegt werden?

21. Geburtsjahr

22. Heimatland

Falls in Finnland, welche Postleitzahl?

Falls nicht, aus welchem Land kommen Sie?

Bitte lassen Sie dieses Feld frei.

Pvm .

ma ti ke to pe la su

Aika :

Alus: S-linna II Tor Suokki Muu Vesibussi

Liite 5. Espanjankielinen kyselylomake

Estimado viajero

La asociación de mantenimiento de Suomenlinna intenta mejorar los servicios en las islas y el bienestar de los visitantes. Al responder al cuestionario usted da información importante para ese intento. A cada pregunta elija sólo una opción llenando el círculo al lado.

Gracias por la molestia. ¡Bienvenido otra vez a Suomenlinna!



1. Sexo		Marque todos los lugares que conoció y los servicios que usó.				
Masculino	<input type="radio"/>	Evalue también su calidad en respecto a sus expectativas.				
Femenino	<input type="radio"/>		Quedó	Respondió	Las superó	No tengo
			por debajo a ellas			experiencia
2. Educación		11. Museos (*=abierto sólo en verano)				
Enseñanza general básica	<input type="radio"/>	Museo de Ehrensvärd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formación profesional / bachillerato	<input type="radio"/>	Museo de Suomenlinna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formación superior/Universidad	<input type="radio"/>	Exposición del Museo de Guerra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Viajo		Museo de juguetes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solo	<input type="radio"/>	Museo de aduana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acompañado	<input type="radio"/>	Submarino Vesikko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Viajo con		12. Restaurantes, cafés (*=abierto sólo en verano)				
Familia/amigos	<input type="radio"/>	Café Vanille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Colegas/clientes/etc.	<input type="radio"/>	Café Piper	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grupo de alumnos / estudiantes	<input type="radio"/>	Café Bar Valimo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grupo de viajeros	<input type="radio"/>	Restaurante Café Chapman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Viajo en un grupo de		Pizzería Nikolai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2 - 5 personas	<input type="radio"/>	Restaurante Suomeninnan Panimo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6 - 10 personas	<input type="radio"/>	Restaurante Walhalla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Más de 10 personas	<input type="radio"/>	Café del Museo de juguetes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. ¿Hay niños en el grupo?		Restaurante Yläkerho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sí	<input type="radio"/>	13. Almacenes, tiendas (*=abierto sólo en verano)				
No	<input type="radio"/>	Almacén Siwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Motivo principal de su viaje		Quiosco de Suomenlinna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estar al aire libre/bañarse/picnic	<input type="radio"/>	Tienda del Museo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atracciones turísticas/museos	<input type="radio"/>	Tienda de artesanos (en verano)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artes visuales/música/teatro	<input type="radio"/>	14. Prestaciones turísticas en Suomenlinna				
Reunión/trabajo	<input type="radio"/>	Centro de información de Suomenlir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estudios/afición	<input type="radio"/>	Información turística	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vocación festiva	<input type="radio"/>	Presentación en pantalla ancha	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurante/café	<input type="radio"/>	Paseo guiado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Visitas anteriores en Suomenlinna		Sala para comer comida llevada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
la primera vez	<input type="radio"/>	Hostal Suomenlinna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1 - 4 veces	<input type="radio"/>	Señalización en las islas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5 - 10 veces	<input type="radio"/>	15. ¿Qué le pareció el servicio de transporte a Suomenlinna?				
Más de 10 veces	<input type="radio"/>		Malo	Suficiente	Bueno	
9. Duración de la visita en Suomenlinna		Señalización en la parada del ferry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Menos de 2 h	<input type="radio"/>	Rotación del ferry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
3 - 5 h	<input type="radio"/>	Limpieza del ferry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Más de 5 h	<input type="radio"/>	Comodidad del ferry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
10. ¿Cuánto dinero usó personalmente en Suomenlinna?						
Menos de 10 €	<input type="radio"/>					
11 - 25 €	<input type="radio"/>					
26 - 50 €	<input type="radio"/>					
Más de 50 €	<input type="radio"/>					

Dé la vuelta al cuestionario, por favor.

16. ¿Había alguna cosa le molestaba durante su visita?

	Nada	Un poco	Mucho
Perdese	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Demasiada gente, colas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de preinformación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Distancias largas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gente que molestaba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de prestaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Demasiada basura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otra molestia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otra molestia era:	_____		

17. Si tuvo preinformación de Suomenlinna, ¿cuál era la fuente de información principal? (Elija sólo uno)

Conocidos/familiares	<input type="radio"/>
Información turística/agencia de viajes	<input type="radio"/>
Folleto/guía/plan de viaje	<input type="radio"/>
Internet	<input type="radio"/>
Experiencia propia	<input type="radio"/>
Otra fuente de información	<input type="radio"/>
Otra fuente era:	_____

18. ¿Sabía al llegar que pertenece al patrimonio de la Humanidad de UNESCO?

Sí

No

19. Experiencias positivas de viaje

En su opinión, ¿qué era lo más positivo durante su visita en Suomenlinna?

20. Propuestas para mejorar las prestaciones

Según usted, ¿qué aspectos necesitarían más atención en el desarrollo de las prestaciones en Suomenlinna?

21. Año de nacimiento

22. Domicilio


Si es Finlandia, ¿cuál es su código postal?

Otro país, ¿qué país?

No marque nada en esta área

Pvm	<input type="text"/>	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
						ma	ti	ke	to	pe	la	su
Aika	<input type="text"/>	<input type="text"/>	:	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
Alus:	S-linna II	Tor	Suokki	Muu	Vesibussi							

Liite 6. Venäjänkielinen kyselylomake

Уважаемый пассажир Обслуживающий персонал Суоменлинна стремится к повышению комфортности пребывания туристов и посетителей на острове. Полученная в результате анкетирования информация позволит нам скорректировать спектр оказываемых услуг и улучшить их качество. Пожалуйста, выберите один подходящий ответ и закрасьте рядом кружок, как показано на рисунке: ●		 SUOMENLINNA SVEABORG																						
Благодарим за содействие. Мы будем рады приветствовать Вас вновь на острове Суоменлинна!																								
1. Пол Мужской <input type="radio"/> Женский <input type="radio"/>		Отметьте те объекты, которые Вы посетили, и услуги, которыми Вы воспользовались. Оцените качество предоставляемых услуг в соответствии с Вашими ожиданиями.																						
2. Ваше образование? Среднее <input type="radio"/> Техникум/колледж <input type="radio"/> Высшее <input type="radio"/>		<table border="0"> <thead> <tr> <th></th> <th>Оказалось ниже Ваших ожиданий</th> <th>Ожидания оправдались</th> <th>Ожидания превзошли себя</th> </tr> </thead> </table>				Оказалось ниже Ваших ожиданий	Ожидания оправдались	Ожидания превзошли себя																
	Оказалось ниже Ваших ожиданий	Ожидания оправдались	Ожидания превзошли себя																					
3. Вы путешествуете: Один? <input type="radio"/> С компанией/в группе? <input type="radio"/>		11. Музеи (*= открыты только в летний период) Музей "Эренсвяд" (Ehrensvärd -museo)* <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Музей "Суоменлинна" (Suomenlinna -museo) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Манежная выставка в военном музее* (Sotamuseon Maneesi-näyttely) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Музей игрушек (Lelumuseo) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Музей таможи (Tullimuseo)* <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Подводная лодка "Весикко" (Vesikko)* <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>																						
4. С кем вы путешествуете? Семья/друзья <input type="radio"/> Коллеги/клиенты/и т.д. <input type="radio"/> Учебная группа/класс <input type="radio"/> Туристическая группа <input type="radio"/>		12. Рестораны, кафе (*= открыты только в летний период) Кафе "Ванилле" (Café Vanille) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Кафе "Пипер" (Kahvila Piper)* <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Кафе-Бар "Валимо" (Café Bar Valimo)* <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Ресторан-Кафе "Чапман" (Ravintola Café Chapman) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Пиццерия "Николай" (Pizzeria Nikolai)* <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Ресторан "Суоменлиннан Панимо" (Suomenlinnan Panimo) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Ресторан "Валхалла" (Ravintola Walhalla)* <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Кафе музея игрушек (Lelumuseon kahvila) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Ресторан "Юлякерхо" (Ravintola Yläkerho) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>																						
5. Кол-во человек в группе? 2 - 5 <input type="radio"/> 6 - 10 <input type="radio"/> Более 10 <input type="radio"/>		13. Магазины (*= открыты только в летний период) Магазин Сива (Siwa) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Киоск Суоменлинна (Suomenlinnan kioski) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Музейный магазин (Museokauppa)* <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Лавка ремесленников (Käsityöläisten kesäkauppa)* <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>																						
6. Едут ли с Вами дети? Да <input type="radio"/> Нет <input type="radio"/>		14. Туристические услуги Центр "Суоменлинна" (Suomenlinnakeskus) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Центр туристической информации Суоменлинна <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Широкоэкранная презентация Laajakangasesitys <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Пешеходная экскурсия (с гидом) <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Закусочная/бистро <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Хостел "Суоменлинна" <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Знаки и указатели на острове <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>																						
7. Цель пребывания? Прогулка/плавание/пикник <input type="radio"/> Посещение достопримечательностей/музеев <input type="radio"/> Выставки изобразительных искусств/музыка/театр <input type="radio"/> Деловые встречи/бизнес <input type="radio"/> Учеба/хобби <input type="radio"/> Праздничные события <input type="radio"/> Посещение ресторанов/кафе <input type="radio"/>		15. Как бы Вы оценили транспортные услуги на острове Суоменлинна? <table border="0"> <thead> <tr> <th></th> <th>Плохо</th> <th>Удовлетворительно</th> <th>Хорошо</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Указатели места отправления кораблей</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Частота отправления кораблей</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Порядок на корабле</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>Удобства на корабле</td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> <td><input type="radio"/></td> </tr> </tbody> </table>				Плохо	Удовлетворительно	Хорошо	Указатели места отправления кораблей	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Частота отправления кораблей	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Порядок на корабле	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Удобства на корабле	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Плохо	Удовлетворительно	Хорошо																					
Указатели места отправления кораблей	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																					
Частота отправления кораблей	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																					
Порядок на корабле	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																					
Удобства на корабле	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>																					
8. Сколько раз Вы были на острове Суоменлинна? первый раз <input type="radio"/> 1 - 4 раза <input type="radio"/> 5 - 10 раз <input type="radio"/> Более 10 раз <input type="radio"/>																								
9. Время пребывания на Суоменлинна? Более 2-х часов <input type="radio"/> 3 - 5 часов <input type="radio"/> Более 5 часов <input type="radio"/>																								
10. Размер суммы, который Вы потратили во время пребывания на Суоменлинна? Менее 10 € <input type="radio"/> 11 - 25 € <input type="radio"/> 26 - 50 € <input type="radio"/> Более 50 € <input type="radio"/>		Переверните анкета!																						

16. Пришлось ли Вам испытать какие-либо трудности во время поездки?

	Нет	Немного	Да
Заблудился/потерял маршрут	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Давки/очереди	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Отсутствие предварительной информации	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Длинные пешеходные прогулки	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Беспокойство от других людей	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Отсутствие сервиса	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Загрязнение окруж. среды	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Другое	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Если другое, то поясните:			

17. Если Вы получили предварительную информацию о Суоменлинна, то какой источник является наиболее ВАЖНЫМ? (Выберите только один ответ)

Знакомые/родственники	<input type="radio"/>
Бюро путешествий/туристическое агенство	<input type="radio"/>
Брошюра/гид/туристическая программа	<input type="radio"/>
Интернет	<input type="radio"/>
Личный опыт	<input type="radio"/>
Другой источник	<input type="radio"/>
Укажите другой источник:	

18. Было ли Вам известно о том, что Суоменлинна является одним из объектов всемирного наследия ЮНЕСКО?

Да
Нет

19. Ваш положительный опыт путешествия

Что Вам больше всего понравилось во время пребывания на Суоменлинна?

20. Предложения по улучшению качества услуг

По Вашему мнению, на что следует обратить особое внимание в сфере предоставляемых услуг на Суоменлинна?

21. Год Вашего рождения?

22. Место проживания?

Если Финляндия, то укажите индекс:

Или укажите страну

Поле для заполнения администрацией.

Pvm .

ma ti ke to pe la su

Aika :

Alus: S-linna Il Tor Suokki Muu Vesibussi

Liite 7. Ulkomaalaisten lähtömaat, vastaajien lukumäärä

Venäjä	61
Saksa	56
Iso-Britannia	45
USA	40
Ruotsi	37
Ranska	36
Espanja	25
Japani	25
Italia	22
Australia	21
Sveitsi	16
Intia	14
Itävalta	14
Hollanti	11
Kanada	11
Kiina	11
Norja	9
Viro	8
Meksiko	7
Irlanti	6
Puola	5
Hongkong	4
Romania	4
Tanska	4
Brasilia	3
Belgia	3
Etelä-Korea	3
Korea	3
Kroatia	3
Portugali	3
Singapore	3
Bangladesh	2
Israel	2
Slovakia	2
Slovenia	2
Taiwan	2
Tsekki	2
Unkari	2
Etelä-Afrikka	1
Filippiinit	1
Luxemburg	1
Malawi	1
Nepal	1
Paraguay	1
Peru	1
Sambia	1
Thaimaa	1
Turkki	1
Uruguay	1
Yhteensä	49

Liite 8. Otannan rakenne, taulukot

Sukupuoli			
		Frequency	Valid Percent
Valid	mies	419	41,9
	nainen	580	58,1
	Total	999	100,0
Missing	System	1	
Total		1000	

Ikä			
		Frequency	Valid Percent
Valid	alle 20	37	3,7
	20-29	282	28,6
	30-39	263	26,6
	40-49	180	18,2
	50-59	133	13,5
	yli 60	92	9,3
	Total	987	100,0
Missing	System	13	
Total		1000	

Koulutus			
		Frequency	Valid Percent
Valid	perus/kansakoulu	45	4,5
	ammattillinen tutkinto/lukio	245	24,6
	korkeakou- lu/ammattikorkeakoulu	705	70,9
	Total	995	100,0
Missing	System	5	
Total		1000	

Seurueen luonne

	Talvi- vai kesäkausi		Total
	talvi	kesä	
perhe/ystävät	156	601	757
	79,6%	88,4%	86,4%
työtoverit/asiakkaat/yms.	22	40	62
	11,2%	5,9%	7,1%
opintoryhmä/luokka	9	14	23
	4,6%	2,1%	2,6%
matkailijaryhmä	9	25	34
	4,6%	3,7%	3,9%
Total	196	680	876
	100,0%	100,0%	100,0%

Seurueen koko talvi- ja kesäkaudella

		Talvi- vai kesäkausi		Total
		talvi	kesä	
Seurueen koko	2-5 hlö	165	566	731
		84,2%	83,5%	83,6%
	6-10 hlö	12	65	77
		6,1%	9,6%	8,8%
	yli 10 hlö	19	47	66
		9,7%	6,9%	7,6%
Total		196	678	874
		100,0%	100,0%	100,0%

Seurueen koko verrattuna lähtöalueeseen

		Alue				Total
		Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	
Seurueen koko	2-5 hlö	154	65	112	388	719
		86,0%	80,2%	91,8%	81,2%	83,6%
	6-10 hlö	15	11	5	46	77
		8,4%	13,6%	4,1%	9,6%	9,0%
	yli 10 hlö	10	5	5	44	64
		5,6%	6,2%	4,1%	9,2%	7,4%
Total		179	81	122	478	860
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Lasten kuuluminen seurueeseen

		Frequency	Valid Percent
Valid	kyllä	244	24,4
	ei	754	75,6
	Total	998	100,0
Missing	System	2	
Total		1000	

Lasten kuuluminen seurueeseen talvi- ja kesäkaudella

		Kuuluiko seurueeseen lapsia		
		kyllä	ei	Total
Talvi- vai kesäkausi	talvi	45	190	235
		18,4%	25,2%	23,5%
	kesä	199	564	763
		81,6%	74,8%	76,5%
Total		244	754	998
		100,0%	100,0%	100,0%

Lasten kuuluminen seurueeseen verrattuna lähtöalueeseen

		Alue				Total
		Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	
Kuuluiko seurueeseen lapsia	kyllä	62	42	45	92	241
		27,9%	46,7%	34,1%	17,1%	24,5%
	ei	160	48	87	447	742
		72,1%	53,3%	65,9%	82,9%	75,5%
Total		222	90	132	539	983
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Lähtöalue

		Frequency	Valid Percent
Valid	Helsinki	222	22,5
	Muu pk-seutu	90	9,1
	Muu Suomi	132	13,4
	Ulkomaat	541	54,9
	Total	985	100,0
Missing	System	15	
Total		1000	

Lähtöalue talvi- ja kesäkaudella

	talvi		kesä	Total
Helsinki	53	169	222	
	22,6%	22,5%	22,5%	
Muu pk-seutu	12	78	90	
	5,1%	10,4%	9,1%	
Muu Suomi	20	112	132	
	8,5%	14,9%	13,4%	
Ulkomaat	150	391	541	
	63,8%	52,1%	54,9%	
Total	235	750	985	
	100,0%	100,0%	100,0%	

Matkaseura verrattuna lähtöalueeseen

		Matkaseura		Total
		yksin	seurueessa	
Alue	Helsinki	43	179	222
		19,4%	80,6%	100,0%
	Muu pk-seutu	9	81	90
		10,0%	90,0%	100,0%
	Muu Suomi	10	122	132
		7,6%	92,4%	100,0%
	Ulkomaat	61	480	541
		11,3%	88,7%	100,0%
Total		123	862	985
		12,5%	87,5%	100,0%

Liite 9. Vierailun luonne ja kesto, taulukot

Vierailun kesto verrattuna vastaajien lähtöalueeseen					
Viipyminen Suomenlinnassa					
		1-2 h	3-5 h	yli 5 h	Total
Alue	Helsinki	84	117	21	222
		19,4%	24,1%	33,3%	22,6%
	Muu pk-seutu	26	59	5	90
		6,0%	12,2%	7,9%	9,2%
	Muu Suomi	39	82	11	132
		9,0%	16,9%	17,5%	13,5%
	Ulkomaat	284	227	26	537
		65,6%	46,8%	41,3%	54,7%
Total		433	485	63	981
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Vierailun kesto talvi- ja kesäkaudella				
Talvi- vai kesäkausi				
		talvi	kesä	Total
Viipyminen Suomenlinnassa	1-2 h	153	285	438
		65,7%	37,4%	44,0%
	3-5 h	63	431	494
		27,0%	56,5%	49,6%
	yli 5 h	17	47	64
		7,3%	6,2%	6,4%
Total		233	763	996
		100,0%	100,0%	100,0%

Käyntikerrat verrattuna lähtöalueeseen

		Käyntikerrat Suomenlinnassa				
		ensimmäinen				
		kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	yli 10 kertaa	Total
Alue	Helsinki	8	29	39	146	222
		1,6%	16,0%	39,8%	67,6%	22,5%
	Muu pk-seutu	2	22	23	43	90
		,4%	12,2%	23,5%	19,9%	9,1%
	Muu Suomi	32	65	19	16	132
		6,5%	35,9%	19,4%	7,4%	13,4%
	Ulkomaat	448	65	17	11	541
		91,4%	35,9%	17,3%	5,1%	54,9%
Total		490	181	98	216	985
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Matkan pääasiallinen syy

		Responses	Percent of Cases
		N	ses
Matkan pääasiallinen syy ^a	ulkoilu/uiminen/piknik	411	41,8%
	nähtävyydet/museot	492	50,1%
	kuvatai- de/musiikki/teatteriesitys	34	3,5%
	kokous/työ	65	6,6%
	opiskelu/harrastus	41	4,2%
	juhlatilaisuus	35	3,6%
	ravintolassa/kahvilassa käynti	80	8,1%
	Total	1158	117,8%

a. Group

Matkan syy ikäryhmittäin

	Ikäryhmät (Binned)						Total
	alle 20	20-29	30-39	40-49	50-59	yli 60	
ulkoilu/uiminen/piknik	16	124	118	74	50	27	409
	44,4%	44,3%	45,9%	42,8%	37,6%	29,7%	
nähtävyydet/museot	16	142	117	80	71	58	484
	44,4%	50,7%	45,5%	46,2%	53,4%	63,7%	
kuvataide/musiikki/teatteriesitys	0	3	7	10	9	5	34
	,0%	1,1%	2,7%	5,8%	6,8%	5,5%	
kokous/työ	2	14	27	14	3	3	63
	5,6%	5,0%	10,5%	8,1%	2,3%	3,3%	
opiskelu/harrastus	2	12	10	6	5	6	41
	5,6%	4,3%	3,9%	3,5%	3,8%	6,6%	
juhlatilaisuus ¹	3	7	6	5	7	6	34
	8,3%	2,5%	2,3%	2,9%	5,3%	6,6%	
ravintolassa/kahvilassa käynti	0	20	21	20	11	7	79
	,0%	7,1%	8,2%	11,6%	8,3%	7,7%	
Total	36	280	257	173	133	91	970

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Matkan syy talvi- ja kesäkaudella

		Talvi- vai kesäkausi		Total
		talvi	kesä	
\$MatkanSyy ^a	ulkoilu/uiminen/piknik	74	337	411
		32,5%	44,6%	
	nähtävyydet/museot	115	377	492
		50,4%	49,9%	
	kuvatai- de/musiikki/teatteriesitys	12	22	34
		5,3%	2,9%	
	kokous/työ	26	39	65
		11,4%	5,2%	
	opiskelu/harrastus	15	26	41
		6,6%	3,4%	
	juhlatilaisuus ¹	14	21	35
		6,1%	2,8%	
	ravintolassa/kahvilassa käynti	18	62	80
		7,9%	8,2%	
Total		228	755	983

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Khiin neliö-testi

		Talvi- vai kesä- kausi
matkan syy	Chi-square	34,708
	df	7
	Sig.	,000*

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

Matkan syy verrattuna lähtöalueeseen

		Alue				Total
		Helsin- ki	Muu pk- seutu	Muu Suomi	Ulko- maat	
Matkan syy ^a	ulkoilu/uiminen/piknik	118	52	67	171	408
		54,4%	59,1%	51,9%	32,0%	
	nähtävyydet/museot	51	20	60	355	486
		23,5%	22,7%	46,5%	66,4%	
	kuvataide/ musiikki/teatteriesitys	8	5	1	19	33
		3,7%	5,7%	,8%	3,6%	
	kokous/työ	27	10	3	22	62
		12,4%	11,4%	2,3%	4,1%	
	opiskelu/harrastus	13	3	5	20	41
	6,0%	3,4%	3,9%	3,7%		
juhlatilaisuus	12	1	6	15	34	
	5,5%	1,1%	4,7%	2,8%		
ravintolassa/kahvilassa käynti	36	8	10	26	80	
	16,6%	9,1%	7,8%	4,9%		
Total		217	88	129	535	969

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Matkan syy verrattuna vierailun keston

		Viipyminen Suomenlinnassa			
		1-2 h	3-5 h	yli 5 h	Total
Matkan syy ^a	ulkoilu/uiminen/piknik	163	233	15	411
		37,5%	47,9%	25,4%	
	nähtävyydet/museot	233	240	17	490
		53,6%	49,4%	28,8%	
	kuvatai- de/musiikki/teatteriesitys	12	15	6	33
		2,8%	3,1%	10,2%	
	kokous/työ	24	24	16	64
		5,5%	4,9%	27,1%	
	opiskelu/harrastus	15	16	9	40
		3,4%	3,3%	15,3%	
	juhlatilaisuus'	13	15	7	35
		3,0%	3,1%	11,9%	
	ravintolassa/kahvilassa käynti	35	42	3	80
		8,0%	8,6%	5,1%	
Total		435	486	59	980

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Matkan syy verrattuna käyntikertoihin

	Käyntikerrat Suomenlinnassa				Total
	ensimmäinen	1-4	5-10	yli 10	
	kerta	kertaa	kertaa	kertaa	
\$MatkanSyy ^a ulkoilu/uiminen/piknik	149	96	60	106	411
	30,3%	52,5%	61,9%	50,0%	
nähtävyydet/museot	334	85	34	39	492
	68,0%	46,4%	35,1%	18,4%	
kuvataide/musiikki/teatteriesitys	14	2	3	15	34
	2,9%	1,1%	3,1%	7,1%	
kokous/työ	19	8	5	33	65
	3,9%	4,4%	5,2%	15,6%	
opiskelu/harrastus	16	5	4	16	41
	3,3%	2,7%	4,1%	7,5%	
juhlatilaisuus	11	8	4	12	35
	2,2%	4,4%	4,1%	5,7%	
ravintolassa/kahvilassa käynti	22	16	13	29	80
	4,5%	8,7%	13,4%	13,7%	
Total	491	183	97	212	983

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Matkan syy verrattuna koulutustaustaan

		Koulutus			
		perus/ kansakoulu	ammattillinen tutkinto/lukio	korkeakoulu/ ammattikorkeakoulu	Total
\$Matkan- Syy ^a	ulkoilu/uiminen/piknik	21 46,7%	121 51,1%	267 38,3%	409
	nähtävyydet/museot	21 46,7%	100 42,2%	369 52,9%	490
	kuvatai- de/musiikki/teatteriesitys	1 2,2%	3 1,3%	29 4,2%	33
	kokous/työ	3 6,7%	21 8,9%	41 5,9%	65
	opiskelu/harrastus	2 4,4%	8 3,4%	30 4,3%	40
	juhlatilaisuus'	2 4,4%	11 4,6%	22 3,2%	35
	ravintolassa/kahvilassa käynti	5 11,1%	25 10,5%	50 7,2%	80
	Total	45	237	697	979

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Matkan syy verrattuna matkaseuraan

		Matkaseura		Total
		yksin	seurueessa	
\$MatkanSyy ^a	ulkoilu/uiminen/piknik	46	365	411
		40,0%	42,1%	
	nähtävyydet/museot	39	453	492
		33,9%	52,2%	
	kuvatai- de/musiikki/teatteriesitys	5	29	34
		4,3%	3,3%	
	kokous/työ	18	47	65
		15,7%	5,4%	
	opiskelu/harrastus	12	29	41
		10,4%	3,3%	
juhlatilaisuus ¹	3	32	35	
	2,6%	3,7%		
ravintolassa/kahvilassa käynti	11	69	80	
	9,6%	7,9%		
Total		115	868	983

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Matkan syy verrattuna rahankäyttöön

	Paljonko rahaa käytitte				Total
	alle 10e	11-25 e	26-50 e	yli 50 e	
\$MatkanSyy ^a ulkoilu/uiminen/piknik	260	107	30	13	410
	45,4%	41,5%	29,7%	27,1%	
nähtävyydet/museot	259	144	63	24	490
	45,2%	55,8%	62,4%	50,0%	
kuvataide/musiikki/teatteriesitys	16	14	2	2	34
	2,8%	5,4%	2,0%	4,2%	
kokous/työ	46	6	7	6	65
	8,0%	2,3%	6,9%	12,5%	
opiskelu/harrastus	30	7	1	3	41
	5,2%	2,7%	1,0%	6,3%	
juhlatilaisuus'	17	8	7	3	35
	3,0%	3,1%	6,9%	6,3%	
ravintolassa/kahvilassa käynti	31	25	12	12	80
	5,4%	9,7%	11,9%	25,0%	
Total	573	258	101	48	980

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Matkan syy verrattuna sukupuoleen

		Sukupuoli		Total
		mies	nainen	
\$MatkanSyy ^a	ulkoilu/uiminen/piknik	156	255	411
		37,6%	45,0%	
	nähtävyydet/museot	223	268	491
		53,7%	47,3%	
	kuvataide/musiikki/teatteriesitys	14	20	34
		3,4%	3,5%	
	kokous/työ	34	31	65
		8,2%	5,5%	
	opiskelu/harrastus	13	28	41
	3,1%	4,9%		
juhlatilaisuus ¹	15	20	35	
	3,6%	3,5%		
ravintolassa/kahvilassa käynti	32	48	80	
	7,7%	8,5%		
Total		415	567	982

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Khiin neliö-testi

		Sukupuoli
matkan syy	Chi-square	14,415
	df	7
	Sig.	,044 [*]

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

*. The Chi-square statistic is significant at the 0.05 level.

Matkan syy verrattuna seurueen luonteeseen

		Seurueen luonne				
		perhe/ ystävät	työtoverit/ asiakkaat/yms.	opintoryhmä/ luokka	matkailija- ryhmä	Total
\$Matkan- Syy ^a	ulkoilu/uiminen/piknik	334	12	8	10	364
		44,6%	19,4%	34,8%	29,4%	
	nähtävyydet/museot	406	20	3	24	453
		54,2%	32,3%	13,0%	70,6%	
	kuvatai- de/musiikki/teatteriesit ys	19	2	3	5	29
		2,5%	3,2%	13,0%	14,7%	
	kokous/työ	14	30	3	1	48
		1,9%	48,4%	13,0%	2,9%	
opiskelu/harrastus	20	0	9	0	29	
	2,7%	,0%	39,1%	,0%		
juhlatilaisuus'	27	4	0	1	32	
	3,6%	6,5%	,0%	2,9%		
ravintolas- sa/kahvilassa käynti	64	3	1	1	69	
	8,5%	4,8%	4,3%	2,9%		
Total		749	62	23	34	868

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Liite 10. Rahankäyttö, taulukot

Rahankäyttö talvi- ja kesäkaudella				
		Talvi- vai kesäkausi		
		talvi	kesä	Total
Paljonko rahaa käyttite	alle 10e	176	408	584
		74,9%	53,6%	58,6%
	11-25 e	39	220	259
		16,6%	28,9%	26,0%
26-50 e		13	91	104
		5,5%	12,0%	10,4%
yli 50 e		7	42	49
		3,0%	5,5%	4,9%
Total		235	761	996
		100,0%	100,0%	100,0%

Khiin neliö-testi (rahankäyttö-talvi/kesä)			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	33,792 ^a	3	,000
Likelihood Ratio	35,465	3	,000
Linear-by-Linear Association	26,041	1	,000
N of Valid Cases	996		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,56.

Rahankäyttö verrattuna lähtöalueeseen						
		Alue				Total
		Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	
Paljonko rahaa käyttite	alle 10e	133	60	64	320	577
		60,2%	66,7%	48,5%	59,5%	58,8%
	11-25 e	57	18	46	133	254
		25,8%	20,0%	34,8%	24,7%	25,9%
26-50 e		17	11	12	62	102
		7,7%	12,2%	9,1%	11,5%	10,4%
yli 50 e		14	1	10	23	48
		6,3%	1,1%	7,6%	4,3%	4,9%
Total		221	90	132	538	981
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Khiin neliö-testi (rahankäyttö-alue)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,679 ^a	9	,039
Likelihood Ratio	18,494	9	,030
Linear-by-Linear Association	,159	1	,690
N of Valid Cases	981		

a. 1 cells (6,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,40.

Rahankäyttö verrattuna sukupuoleen

		Sukupuoli		
		mies	nainen	Total
Paljonko rahaa käytitte	alle 10e	220	364	584
		52,6%	63,1%	58,7%
	11-25 e	120	138	258
		28,7%	23,9%	25,9%
26-50 e		52	52	104
		12,4%	9,0%	10,5%
yli 50 e		26	23	49
		6,2%	4,0%	4,9%
Total		418	577	995
		100,0%	100,0%	100,0%

Rahankäyttö verrattuna käyntikertoihin

		Käyntikerrat Suomenlinnassa				
		ensimmäinen				Total
		kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	yli 10 kertaa	
Paljonko rahaa käytitte	alle 10e	288	103	57	136	584
		58,4%	56,0%	58,2%	61,5%	58,6%
	11-25 e	124	57	22	56	259
		25,2%	31,0%	22,4%	25,3%	26,0%
26-50 e		63	10	17	14	104
		12,8%	5,4%	17,3%	6,3%	10,4%
yli 50 e		18	14	2	15	49
		3,7%	7,6%	2,0%	6,8%	4,9%
Total		493	184	98	221	996
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Rahankäyttö verrattuna vierailun kestoon

		Viipyminen Suomenlinnassa			
		1-2 h	3-5 h	yli 5 h	Total
Paljonko rahaa käytitte	alle 10e	333	226	25	584
		76,2%	45,8%	39,7%	58,8%
	11-25 e	76	168	15	259
		17,4%	34,1%	23,8%	26,1%
26-50 e		18	73	11	102
		4,1%	14,8%	17,5%	10,3%
yli 50 e		10	26	12	48
		2,3%	5,3%	19,0%	4,8%
Total		437	493	63	993
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Rahankäyttö verrattuna ikään

		Ikä						Total
		20 tai						
		alle	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	yli 60	
Paljonko rahaa käytitte	alle 10e	28	212	151	80	70	36	584
		77,8%	75,4%	57,9%	44,4%	52,6%	39,1%	58,6%
	11-25 e	4	50	67	59	42	33	259
		11,1%	17,8%	25,7%	32,8%	31,6%	35,9%	26,0%
	26-50 e	2	9	31	31	13	18	104
		5,6%	3,2%	11,9%	17,2%	9,8%	19,6%	10,4%
yli 50 e		2	10	12	10	8	5	49
		5,6%	3,6%	4,6%	5,6%	6,0%	5,4%	4,9%
Total		36	281	261	180	133	92	996
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Rahankäyttö verrattuna koulutustaustaan

		Koulutus			
		perus/ kansakoulu	ammattillinen tutkin- to/lukio	korkeakoulu/ ammattikorkeakoulu	Total
Paljonko rahaa käytitte	alle 10e	25 55,6%	144 59,5%	411 58,4%	580 58,5%
	11-25 e	12 26,7%	65 26,9%	181 25,7%	258 26,0%
	26-50 e	6 13,3%	21 8,7%	77 10,9%	104 10,5%
	yli 50 e	2 4,4%	12 5,0%	35 5,0%	49 4,9%
Total		45 100,0%	242 100,0%	704 100,0%	991 100,0%

Liite 11. Palveluiden käyttö, taulukot

Palveluiden käyttö talvi- ja kesäkaudella (vastaajien lukumäärä)

	Talvi- vai kesäkausi	
	talvi	kesä
Museot	63	288
	26,7%	37,7%
Ravintolat, kahvilat	105	420
	44,5%	55,0%
Myymälät, kaupat	95	412
	40,3%	53,9%
Matkailupalvelut	174	594
	73,7%	77,7%

Museoiden käyttö talvi- ja kesäkaudella

		Talvi- vai kesäkausi		Total
		talvi	kesä	
Museot ^a	Ehrensverd -museo	14	73	87
		22,2%	25,3%	
	Suomenlinna -museo	41	137	178
		65,1%	47,6%	
	Sotamuseon Maneesi- näyttely	13	74	87
		20,6%	25,7%	
	Lelumuseo	17	76	93
		27,0%	26,4%	
	Tullimuseo	7	45	52
		11,1%	15,6%	
	Sukellusvene Vesikko	16	162	178
		25,4%	56,3%	
Total		63	288	351

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Ravintoloiden ja kahviloiden käyttö talvi- ja kesäkaudella

		Talvi- vai kesäkausi		Total
		talvi	kesä	
Ravintolat, kahvilat ^a	Café Vanille	38	71	109
		36,2%	16,9%	
	Kahvila Piper	15	137	152
		14,3%	32,6%	
	Café Bar Valimo	10	65	75
		9,5%	15,5%	
	Ravintola Cafe Chapman	32	107	139
		30,5%	25,5%	
	Pizzeria Nikolai	12	63	75
		11,4%	15,0%	
Ravintola Suomenlinnan panimo	41	92	133	
	39,0%	21,9%		
Ravintola Walhalla	10	44	54	
	9,5%	10,5%		
Lelumuseon kahvila	12	40	52	
	11,4%	9,5%		
Ravintola Yläkerho	9	26	35	
	8,6%	6,2%		
Total		105	420	525

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Myymälöiden ja kauppojen käyttö talvi- ja kesäkaudella

		Talvi- vai kesäkausi		Total
		talvi	kesä	
Myymälät, kaupat ^a	Siwa	69	222	291
		72,6%	53,9%	
	Suomenlinnan kioski	50	164	214
		52,6%	39,8%	
	Museokauppa	15	88	103
	15,8%	21,4%		
Käsityöläisten kesäkauppa	11	94	105	
	11,6%	22,8%		
Total		95	412	507

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Matkailupalveluiden käyttö talvi- ja kesäkaudella

		Talvi- vai kesäkausi		
		talvi	kesä	Total
Matkailupalvelut ^a	Suomenlinnakeskus	96	285	381
		55,2%	48,0%	
	Suomenlinnan matkailuneuvonta	99	257	356
		56,9%	43,3%	
	Laajakangasesitys	26	54	80
		14,9%	9,1%	
	Opastettu kävelykierros	17	59	76
		9,8%	9,9%	
Eväsruekailutila	19	74	93	
	10,9%	12,5%		
Hostel Suomenlinna	6	15	21	
	3,4%	2,5%		
Opasteet ja viitoitus saarella	131	479	610	
	75,3%	80,6%		
Total		174	594	768

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Palveluiden käyttö verrattuna matkan syhyn

	Matkan syy						
	ulkoi- lu/uiminen/pi- knik	nähtävyy- det/museot	kuvatai- de/musiikki/t eatteriesitys	kokous/työ	opiske- lu/harrastus	juhlatilai- suus	ravintolas- sa/kahvilassa käynti
Museot	108	233	14	21	14	5	25
	26,3%	47,4%	41,2%	32,3%	34,1%	14,3%	31,1%
Ravinto- lat, kahvi- lat	205	256	22	38	23	20	72
	49,9%	52,0%	64,7%	58,5%	56,1%	57,1%	90,0%
Myymä- lät, kau- pat	225	224	22	34	20	17	43
	54,7%	45,5%	64,7%	52,3%	48,8%	48,6%	53,8%
Matkailu- palvelut	308	412	29	48	30	24	62
	74,9%	83,7%	85,3%	73,8%	73,2%	68,6%	77,5%

Museoiden käyttö verrattuna matkan syyhyn

		Pääasiallinen matkan syy ^b							Total
		ulkoilu/uiminen/ piknik	nähtävyydet /museot	kuvataide/musiikki/ teatteriesitys	kokous/ työ	opiskelu/ harrastus	juhlatilaisuus	ravintolassa/ kahvilassa käynti	
Museot ^a	Ehrensverd -museo	28 25,9%	57 24,5%	8 57,1%	8 38,1%	4 28,6%	2 40,0%	6 24,0%	87
	Suomenlinna -museo	44 40,7%	123 52,8%	10 71,4%	11 52,4%	6 42,9%	4 80,0%	12 48,0%	176
	Sotamuseon Maneesi- näyttely	24 22,2%	55 23,6%	5 35,7%	8 38,1%	3 21,4%	2 40,0%	3 12,0%	85
	Lelumuseo	25 23,1%	57 24,5%	5 35,7%	11 52,4%	2 14,3%	3 60,0%	7 28,0%	91
	Tullimuseo	15 13,9%	33 14,2%	3 21,4%	5 23,8%	1 7,1%	2 40,0%	6 24,0%	51
	Sukellusvene Vesikko	62 57,4%	111 47,6%	6 42,9%	9 42,9%	8 57,1%	3 60,0%	19 76,0%	177
Total		108	233	14	21	14	5	25	348

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

b. Group

Ravintoloiden ja kahviloiden käyttö verrattuna matkan syyhyn

		Pääasiallinen matkan syy ^b							Total
		ulkoilu/uiminen/ piknik	nähtävyydet/ museot	kuvataide/musiikki/ teatteriesitys	kokous/ työ	opiskelu/ harrastus	juhlatilaisuus	ravintolassa/kahvilassa käynti	
Ravintolat, kahvilat ^a	Café Vanille	39	59	4	11	4	3	17	108
		19,0%	23,0%	18,2%	28,9%	17,4%	15,0%	23,6%	
	Kahvila Piper	62	70	7	11	9	3	18	149
		30,2%	27,3%	31,8%	28,9%	39,1%	15,0%	25,0%	
	Café Bar Valimo	31	27	3	6	3	2	12	72
		15,1%	10,5%	13,6%	15,8%	13,0%	10,0%	16,7%	
	Ravintola Cafe Chapman	48	66	11	16	10	8	17	137
		23,4%	25,8%	50,0%	42,1%	43,5%	40,0%	23,6%	
	Pizzeria Nikolai	33	38	4	5	2	1	11	74
		16,1%	14,8%	18,2%	13,2%	8,7%	5,0%	15,3%	
Ravintola Suomenlinnan panimo	42	53	8	12	7	8	21	129	
	20,5%	20,7%	36,4%	31,6%	30,4%	40,0%	29,2%		
Ravintola Walhalla	24	24	3	6	2	0	12	53	
	11,7%	9,4%	13,6%	15,8%	8,7%	,0%	16,7%		
Lelumuseon kahvila	13	24	4	7	3	0	8	49	
	6,3%	9,4%	18,2%	18,4%	13,0%	,0%	11,1%		
Ravintola Yläkerho	11	14	2	5	4	1	5	33	
	5,4%	5,5%	9,1%	13,2%	17,4%	5,0%	6,9%		
Total		205	256	22	38	23	20	72	518

Percentages and totals are based on respondents.

Myymälöiden ja kauppojen käyttö verrattuna matkan syyhyn

		Pääasiallinen matkan syy ^b							Total
		ulkoilu/uiminen/ piknik	nähtävyydet/ museot	kuvataide/musiikki/ teatteriesitys	kokous/ työ	opiskelu/ harrastus	juhlatilaisuus	ravintolassa/kahvilassa käynti	Total
Myymälät, kaupat ^a	Siwa	144	96	13	27	14	9	26	283
		64,0%	42,9%	59,1%	79,4%	70,0%	52,9%	60,5%	
	Suomenlinnan kioski	92	83	13	14	8	8	20	207
		40,9%	37,1%	59,1%	41,2%	40,0%	47,1%	46,5%	
	Museokauppa	33	66	4	5	3	3	10	102
		14,7%	29,5%	18,2%	14,7%	15,0%	17,6%	23,3%	
	Käsityöläisten kesä- kauppa	36	63	6	7	3	3	6	105
		16,0%	28,1%	27,3%	20,6%	15,0%	17,6%	14,0%	
Total		225	224	22	34	20	17	43	497

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

b. Group

Matkailupalveluiden käyttö verrattuna matkan syyhyn

		Pääasiallinen matkan syy ^b							
		ulkoilu/uiminen/ piknik	nähtävyydet/ museot	kuvataide/musiikki/ teatteriesitys	kokous/ työ	opiskelu/ harrastus	juhlatilaisuus	ravintolassa/ kahvilassa käynti	Total
Matkailupalvelut ^a	Suomenlinnakeskus	136 44,2%	228 55,3%	12 41,4%	17 35,4%	17 56,7%	8 33,3%	29 46,8%	380
	Suomenlinnan mat- kailuneuvonta	120 39,0%	230 55,8%	16 55,2%	14 29,2%	15 50,0%	9 37,5%	21 33,9%	355
	Laajakangasesitys	18 5,8%	57 13,8%	4 13,8%	6 12,5%	5 16,7%	2 8,3%	6 9,7%	80
	Opastettu kävely- kierros	22 7,1%	49 11,9%	7 24,1%	11 22,9%	2 6,7%	2 8,3%	4 6,5%	76
	Eväsrुकailutila	46 14,9%	49 11,9%	4 13,8%	4 8,3%	1 3,3%	3 12,5%	4 6,5%	92
	Hostel Suomenlinna	6 1,9%	10 2,4%	2 6,9%	4 8,3%	1 3,3%	2 8,3%	3 4,8%	21
	Opasteet ja viitoitus saarella	242 78,6%	320 77,7%	24 82,8%	43 89,6%	22 73,3%	19 79,2%	54 87,1%	607
Total		308	412	29	48	30	24	62	765

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

b. Group

Palveluiden käyttö verrattuna lähtöalueeseen

	Alue			
	Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat
Museot	60	22	51	211
	27,0%	24,4%	38,6%	39,0%
Ravintolat, kahvilat	129	47	75	264
	58,1%	52,2%	56,8%	48,8%
Myymälät, kaupat	131	50	85	239
	59,0%	55,6%	64,4%	44,2%
Matkailupalvelut	151	62	94	452
	68,0%	68,9%	71,2%	83,5%

Museoiden käyttö verrattuna alueeseen

		Alue				Total
		Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	
Museot ^a	Ehrensård -museo	17	4	7	55	83
		28,3%	18,2%	13,7%	26,1%	
	Suomenlinna -museo	30	9	16	120	175
		50,0%	40,9%	31,4%	56,9%	
	Sotamuseon Maneesi-näyttely	18	3	12	52	85
		30,0%	13,6%	23,5%	24,6%	
	Lelumuseo	21	6	10	54	91
		35,0%	27,3%	19,6%	25,6%	
	Tullimuseo	14	1	8	27	50
		23,3%	4,5%	15,7%	12,8%	
	Sukellusvene Vesikko	37	12	34	91	174
		61,7%	54,5%	66,7%	43,1%	
Total		60	22	51	211	344

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Ravintoloiden ja kahviloiden käyttö verrattuna alueeseen

		Alue				
		Helsinki	Muu pk- seutu	Muu Suo- mi	Ulkomaat	Total
Ravintolat, kahvi- lat ^a	Café Vanille	26	6	14	60	106
		20,2%	12,8%	18,7%	22,7%	
	Kahvila Piper	43	13	20	74	150
		33,3%	27,7%	26,7%	28,0%	
	Café Bar Valimo	33	9	8	25	75
		25,6%	19,1%	10,7%	9,5%	
	Ravintola Cafe Chapman	36	9	18	72	135
		27,9%	19,1%	24,0%	27,3%	
	Pizzeria Nikolai	15	7	17	35	74
		11,6%	14,9%	22,7%	13,3%	
Ravintola Suomenlin- nan panimo	51	14	16	49	130	
	39,5%	29,8%	21,3%	18,6%		
Ravintola Walhalla	22	1	9	21	53	
	17,1%	2,1%	12,0%	8,0%		
Lelumuseon kahvila	11	5	5	30	51	
	8,5%	10,6%	6,7%	11,4%		
Ravintola Yläkerho	17	1	4	13	35	
	13,2%	2,1%	5,3%	4,9%		
Total		129	47	75	264	515

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Myymälöiden ja kauppojen käyttö verrattuna alueeseen

		Alue				
		Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	Total
Myymälät, kaupat ^a	Siwa	95	38	54	102	289
		72,5%	76,0%	63,5%	42,7%	
	Suomenlinnan kioski	54	27	33	99	213
		41,2%	54,0%	38,8%	41,4%	
	Museokauppa	24	3	17	59	103
		18,3%	6,0%	20,0%	24,7%	
	Käsityöläisten kesäkauppa	18	6	17	64	105
		13,7%	12,0%	20,0%	26,8%	
Total		131	50	85	239	505

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Matkailupalveluiden käyttö verrattuna alueeseen

		Alue				
		Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	Total
Matkailupalvelut ^a	Suomenlinnakeskus	57	17	36	268	378
		37,7%	27,4%	38,3%	59,3%	
	Suomenlinnan matkailuneuvonta	38	11	20	283	352
		25,2%	17,7%	21,3%	62,6%	
	Laajakangasesitys	13	1	7	58	79
		8,6%	1,6%	7,4%	12,8%	
	Opastettu kävelykierros	11	7	6	48	72
		7,3%	11,3%	6,4%	10,6%	
	Eväsrुकailutila	17	7	7	61	92
		11,3%	11,3%	7,4%	13,5%	
	Hostel Suomenlinna	8	0	1	12	21
		5,3%	,0%	1,1%	2,7%	
	Opasteet ja viitoitus saarella	132	59	86	327	604
		87,4%	95,2%	91,5%	72,3%	
Total		151	62	94	452	759

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Palveluiden käyttö verrattuna ikään

	Ikä					
	alle 20	20-29	30-39	40-49	50-59	yli 60
Museot	13 35,1%	79 28,0%	85 32,3%	70 38,9%	49 36,8%	46 50,0%
Ravintolat, kahvilat	9 3,2%	112 39,7%	136 51,7%	112 62,2%	82 61,7%	62 67,4%
Myymälät, kaupat	23 62,2%	130 46,1%	143 54,4%	104 57,8%	62 46,7%	41 44,6%
Matkailupalvelut	25 67,6%	218 77,3%	201 76,4%	134 74,4%	101 75,9%	79 85,9%

Palveluiden käyttö verrattuna sukupuoleen

	Sukupuoli			
	mies		nainen	
	Count	Table N %	Count	Table N %
Museot	172	41,1%	178	30,4%
Ravintolat, kahvilat	232	55,4%	292	50,3%
Myymälät, kaupat	206	49,2%	301	51,9%
Matkailupalvelut	318	75,9%	449	77,4%

Museoiden käyttö verrattuna sukupuoleen

	Sukupuoli			
	mies	nainen	Total	
Museot ^a	Ehrensverd -museo	45 26,2%	41 23,0%	86
	Suomenlinna -museo	95 55,2%	83 46,6%	178
	Sotamuseon Maneesi-näyttely	51 29,7%	36 20,2%	87
	Lelumuseo	41 23,8%	52 29,2%	93
	Tullimuseo	25 14,5%	27 15,2%	52
	Sukellusvene Vesikko	84 48,8%	94 52,8%	178
Total		172	178	350

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Ravintoloiden ja kahviloiden käyttö verrattuna sukupuoleen

		Sukupuoli		Total
		mies	nainen	
Ravintolat, kahvilat ^a	Café Vanille	54	54	108
		23,3%	18,5%	
	Kahvila Piper	64	88	152
		27,6%	30,1%	
	Café Bar Valimo	46	29	75
		19,8%	9,9%	
	Ravintola Cafe Chapman	65	74	139
		28,0%	25,3%	
	Pizzeria Nikolai	34	41	75
		14,7%	14,0%	
	Ravintola Suomenlinnan panimo	62	71	133
	26,7%	24,3%		
Ravintola Walhalla	26	28	54	
	11,2%	9,6%		
Lelumuseon kahvila	30	22	52	
	12,9%	7,5%		
Ravintola Yläkerho	22	13	35	
	9,5%	4,5%		
Total		232	292	524

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Myymälöiden ja kauppojen käyttö verrattuna sukupuoleen

		Sukupuoli		Total
		mies	nainen	
Myymälät, kaupat ^a	Siwa	115	176	291
		55,8%	58,5%	
	Suomenlinnan kioski	90	124	214
		43,7%	41,2%	
	Museokauppa	49	54	103
	23,8%	17,9%		
Käsityöläisten kesäkauppa	44	61	105	
	21,4%	20,3%		
Total		206	301	507

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Matkailupalveluiden käyttö verrattuna sukupuoleen

		Sukupuoli		Total
		mies	nainen	
Matkailupalvelut ^a	Suomenlinnakeskus	169	211	380
		53,1%	47,0%	
	Suomenlinnan matkailuneuvonta	162	194	356
		50,9%	43,2%	
	Laajakangasesitys	44	36	80
		13,8%	8,0%	
	Opastettu kävelykierros	32	43	75
		10,1%	9,6%	
Evälsruokailutila	41	52	93	
	12,9%	11,6%		
Hostel Suomenlinna	15	6	21	
	4,7%	1,3%		
Opasteet ja viitoitus saarella	246	363	609	
	77,4%	80,8%		
Total		318	449	767

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Palveluiden käyttö verrattuna vierailun kestoon

	Viipyminen Suomenlinnassa		
	1-2 h	3-5 h	yli 5 h
Museot	114	205	31
	26,0%	41,5%	48,4%
Ravintolat, kahvilat	183	292	47
	41,8%	59,1%	73,4%
Mymälät, kaupat	186	279	39
	42,5%	56,5%	60,9%
Matkailupalvelut	325	393	46
	74,2%	79,6%	71,9%

Palveluiden käyttö verrattuna käyntikertoihin

Käyntikerrat Suomenlinnassa				
	ensimmäinen			
	kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	yli 10 kertaa
Museot	192	72	31	56
	38,7%	39,1%	31,3%	25,3%
Ravintolat, kahvilat	243	96	65	121
	49,0%	52,2%	65,7%	54,8%
Myymälät, kaupat	212	106	52	137
	42,7%	57,6%	52,5%	62,0%
Matkailupalvelut	411	143	73	141
	82,9%	77,7%	73,7%	63,8%

Museoiden käyttö verrattuna käyntikertoihin

Käyntikerrat Suomenlinnassa						
		ensimmäinen				Total
		kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	yli 10 kertaa	
Museot ^a	Ehrensverd -museo	50	10	9	18	87
		26,0%	13,9%	29,0%	32,1%	
	Suomenlinna -museo	101	32	19	26	178
		52,6%	44,4%	61,3%	46,4%	
	Sotamuseon Maneesi-näyttely	44	18	6	19	87
		22,9%	25,0%	19,4%	33,9%	
	Lelumuseo	53	12	10	18	93
		27,6%	16,7%	32,3%	32,1%	
	Tullimuseo	25	13	6	8	52
		13,0%	18,1%	19,4%	14,3%	
	Sukellusvene Vesikko	88	39	15	36	178
		45,8%	54,2%	48,4%	64,3%	
Total		192	72	31	56	351

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Ravintoloiden ja kahviloiden käyttö verrattuna käyntikertoihin

		Käyntikerrat Suomenlinnassa				
		ensimmäinen		yli 10 ker-		
		kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	taa	Total
Ravintolat, kahvi- lat ^a	Café Vanille	54	17	12	26	109
		22,2%	17,7%	18,5%	21,5%	
	Kahvila Piper	64	28	20	40	152
		26,3%	29,2%	30,8%	33,1%	
	Café Bar Valimo	20	11	14	30	75
		8,2%	11,5%	21,5%	24,8%	
	Ravintola Cafe Chapman	66	20	17	36	139
		27,2%	20,8%	26,2%	29,8%	
	Pizzeria Nikolai	33	13	10	19	75
		13,6%	13,5%	15,4%	15,7%	
Ravintola Suomenlinnan panimo	46	14	23	50	133	
	18,9%	14,6%	35,4%	41,3%		
Ravintola Walhalla	22	3	8	21	54	
	9,1%	3,1%	12,3%	17,4%		
Lelumuseon kahvila	27	6	8	11	52	
	11,1%	6,3%	12,3%	9,1%		
Ravintola Yläkerho	11	3	3	18	35	
	4,5%	3,1%	4,6%	14,9%		
Total		243	96	65	121	525

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Myymälöiden ja kauppojen käyttö verrattuna käyntikertoihin

		Käyntikerrat Suomenlinnassa				
		ensimmäinen				
		kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	yli 10 kertaa	Total
Myymälät, kaup- t ^a	Siwa	83	67	37	104	291
		39,2%	63,2%	71,2%	75,9%	
	Suomenlinnan kioski	88	31	22	73	214
		41,5%	29,2%	42,3%	53,3%	
	Museokauppa	55	20	9	19	103
	25,9%	18,9%	17,3%	13,9%		
	Käsityöläisten kesä- kauppa	61	17	7	20	105
		28,8%	16,0%	13,5%	14,6%	
Total		212	106	52	137	507

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Matkailupalveluiden käyttö verrattuna käyntikertoihin

		Käyntikerrat Suomenlinnassa				
		ensimmäinen				
		kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	yli 10 kertaa	Total
Matkailupalvelut ^a	Suomenlinnakeskus	245	59	26	51	381
		59,6%	41,3%	35,6%	36,2%	
	Suomenlinnan matkai- luneuvonta	238	65	19	34	356
		57,9%	45,5%	26,0%	24,1%	
	Laajakangasesitys	54	14	2	10	80
		13,1%	9,8%	2,7%	7,1%	
	Opastettu kävelykier- ros	51	8	4	13	76
		12,4%	5,6%	5,5%	9,2%	
	Eväsrुकailutila	53	13	9	18	93
		12,9%	9,1%	12,3%	12,8%	
	Hostel Suomenlinna	11	2	2	6	21
		2,7%	1,4%	2,7%	4,3%	
	Opasteet ja viitoitus saarella	307	118	60	125	610
		74,7%	82,5%	82,2%	88,7%	
Total		411	143	73	141	768

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Liite 12. Merimatka, taulukot

Kulkuväline verrattuna lähtöalueeseen

		Alue				Total
		Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	
Lautta	HSL	215	86	112	455	868
		96,8%	95,6%	84,8%	84,1%	88,1%
	JT-line (vesibussi)	7	4	20	86	117
		3,2%	4,4%	15,2%	15,9%	11,9%
Total		222	90	132	541	985
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Kulkuväline verrattuna ikään

		Lautta		
		HSL	JT-line (vesibussi)	Total
Ikäryhmät (Binned)	alle 20	31	6	37
		3,6%	5,2%	3,7%
	20-29	253	29	282
		29,0%	25,0%	28,6%
	30-39	236	27	263
		27,1%	23,3%	26,6%
	40-49	150	30	180
	17,2%	25,9%	18,2%	
	50-59	117	16	133
		13,4%	13,8%	13,5%
	yli 60	84	8	92
		9,6%	6,9%	9,3%
Total		871	116	987
		100,0%	100,0%	100,0%

Khiin neliö-testi (kulkuväline-ikä)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,888 ^a	5	,229
Likelihood Ratio	6,519	5	,259
Linear-by-Linear Association	,021	1	,886
N of Valid Cases	987		

a. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,35.

Kulkuväline verrattuna sukupuoleen

		Lautta		
		JT-line (vesi- HSL buss)		
		HSL	bussi	Total
Sukupuoli	mies	357	62	419
		40,6%	52,1%	41,9%
	nainen	523	57	580
		59,4%	47,9%	58,1%
Total		880	119	999
		100,0%	100,0%	100,0%

Kulkuväline verrattuna matkaseuraan

		Lautta		
		JT-line (vesi- HSL buss)		
		HSL	bussi	Total
Matkaseura	yksin	117	7	124
		13,3%	5,8%	12,4%
	seurueessa	763	113	876
		86,7%	94,2%	87,6%
Total		880	120	1000
		100,0%	100,0%	100,0%

Kulkuväline verrattuna käyntikertoihin

		Lautta		
		JT-line (vesi- HSL buss)		
		HSL	bussi	Total
Käyntikerrat Suomenlinnassa	ensimmäinen kerta	402	94	496
		45,7%	78,3%	49,6%
	1-4 kertaa	166	18	184
		18,9%	15,0%	18,4%
	5-10 kertaa	96	3	99
	10,9%	2,5%	9,9%	
	yli 10 kertaa	216	5	221
		24,5%	4,2%	22,1%
Total		880	120	1000
		100,0%	100,0%	100,0%

Kulkuväline verrattuna rahankäyttöön

		Lautta		
		JT-line (vesi- bussi)		Total
		HSL		
Paljonko rahaa käytitte	alle 10e	539	45	584
		61,5%	37,8%	58,6%
	11-25 e	210	49	259
		23,9%	41,2%	26,0%
26-50 e		87	17	104
		9,9%	14,3%	10,4%
yli 50 e		41	8	49
		4,7%	6,7%	4,9%
Total		877	119	996
		100,0%	100,0%	100,0%

Merimatkan laadun arviointi (HSL ja JT-Line)

	huono		tydyttävä		hyvä	
	Count	Row N %	Count	Row N %	Count	Row N %
Opasteet aluksen lähtöpai- kalla	27	3%	235	24%	711	73%
Aluksen vuoroväli	39	4%	243	25%	693	71%
Aluksen siisteys	5	1%	175	18%	792	81%
Aluksen mukavuus	10	1%	294	30%	666	69%

Liite 13. Vierailun häiritteijät, taulukot

Vierailun häiritteijöiden arviointi

	ei lainkaan		jonkin verran		paljon		Total	
	Count	%	Count	%	Count	%	Count	%
Eksyminen, harhailu	812	82%	160	16%	19	2%	991	100%
Tungos, jonotus	797	81%	170	17%	19	2%	986	100%
Etukäteistiedon puute	829	85%	135	14%	17	2%	981	100%
Pitkät kävelymatkat	791	80%	173	18%	22	2%	986	100%
Häiriö muista ihmisistä	888	90%	86	9%	11	1%	985	100%
Palvelujen puute	867	88%	101	10%	17	2%	985	100%
Ympäristön roskaisuus	861	88%	114	12%	8	1%	983	100%

Vastajat, jotka kokivat häiritteijöitä vierailunsa aikana

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$häiritteijät ^a	548	54,8%	452	45,2%	1000	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Koetut häiritteijät vierailun aikana

		Responses	
		N	Percent of Cases
Vierailun häiritteijät ^a	Eksyminen, harhailu	179	32,7%
	Tungos, jonotus	189	34,5%
	Etukäteistiedon puute	152	27,7%
	Pitkät kävelymatkat	195	35,6%
	Häiriö muista ihmisistä	97	17,7%
	Palvelujen puute	118	21,5%
	Ympäristön roskaisuus	122	22,3%
Total		1052	192,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Haittatekijät talvi- ja kesäkaudella

		Talvi- vai kesäkausi		Total
		talvi	kesä	
haittatekijät ^a	Eksyminen, harhailu	53	126	179
		40,2%	30,3%	
	Tungos, jonotus	33	156	189
		25,0%	37,5%	
	Etukäteistiedon puute	48	104	152
		36,4%	25,0%	
	Pitkät kävelymatkat	53	142	195
		40,2%	34,1%	
	Häiriö muista ihmisistä	16	81	97
		12,1%	19,5%	
	Palvelujen puute	59	59	118
		44,7%	14,2%	
	Ympäristön roskaisuus	29	93	122
		22,0%	22,4%	
Total		132	416	548

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Haittatekijät verrattuna sukupuoleen

		Sukupuoli		Total
		mies	nainen	
haittatekijät ^a	Eksyminen, harhailu	69	110	179
		30,5%	34,3%	
	Tungos, jonotus	80	109	189
		35,4%	34,0%	
	Etukäteistiedon puute	69	83	152
		30,5%	25,9%	
	Pitkät kävelymatkat	89	105	194
		39,4%	32,7%	
Häiriö muista ihmisistä	36	61	97	
	15,9%	19,0%		
Palvelujen puute	59	59	118	
	26,1%	18,4%		
Ympäristön roskaisuus	63	59	122	
	27,9%	18,4%		
Total		226	321	547

Percentages and totals are based on respondents.

Haittatekijät verrattuna lähtöalueeseen

		Alue				Total
		Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	
haittatekijät ^a	Eksyminen, harhailu	19	15	18	123	175
		16,2%	36,6%	24,7%	39,8%	
	Tungos, jonotus	52	19	34	83	188
		44,4%	46,3%	46,6%	26,9%	
	Etukäteistiedon puute	13	6	16	116	151
		11,1%	14,6%	21,9%	37,5%	
	Pitkät kävelymatkat	32	13	26	120	191
		27,4%	31,7%	35,6%	38,8%	
Häiriö muista ihmisistä	34	8	17	38	97	
	29,1%	19,5%	23,3%	12,3%		
Palvelujen puute	24	3	10	81	118	
	20,5%	7,3%	13,7%	26,2%		
Ympäristön roskaisuus	35	13	12	60	120	
	29,9%	31,7%	16,4%	19,4%		
Total		117	41	73	309	540

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Haittatekijät verrattuna lasten mukanaoloon

		Kuuluiko seurueeseen lapsia		Total
		kyllä	ei	
Vierailun haittatekijät ^a	Eksyminen, harhailu	49	129	178
		33,3%	32,3%	
	Tungos, jonotus	57	131	188
		38,8%	32,8%	
	Etukäteistiedon puute	36	116	152
		24,5%	29,0%	
	Pitkät kävelymatkat	61	134	195
		41,5%	33,5%	
Häiriö muista ihmisistä	33	64	97	
	22,4%	16,0%		
Palvelujen puute	33	85	118	
	22,4%	21,3%		
Ympäristön roskaisuus	31	91	122	
	21,1%	22,8%		
Total		147	400	547

Percentages and totals are based on respondents.

Haittatekijät verrattuna ikäryhmiin

		Ikäryhmät						Total
		alle 20	20-29	30-39	40-49	50-59	yli 60	
Vierailun haittatekijät ^a	Eksyminen, harhailu	11	56	43	39	19	9	177
		44,0%	32,9%	29,9%	37,5%	32,2%	22,5%	
	Tungos, jonotus	5	55	55	38	17	19	189
		20,0%	32,4%	38,2%	36,5%	28,8%	47,5%	
	Etukäteistiedon puute	7	46	39	27	18	15	152
		28,0%	27,1%	27,1%	26,0%	30,5%	37,5%	
	Pitkät kävelymatkat	15	59	48	31	19	19	191
		60,0%	34,7%	33,3%	29,8%	32,2%	47,5%	
Häiriö muista ihmisistä	7	26	31	19	6	7	96	
	28,0%	15,3%	21,5%	18,3%	10,2%	17,5%		
Palvelujen puute	6	42	26	25	11	7	117	
	24,0%	24,7%	18,1%	24,0%	18,6%	17,5%		
Ympäristön roskaisuus	5	33	41	22	14	6	121	
	20,0%	19,4%	28,5%	21,2%	23,7%	15,0%		
Total		25	170	144	104	59	40	542

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Haittatekijät verrattuna vierailun keston

		Viipyminen Suomenlinnassa			
		1-2 h	3-5 h	yli 5 h	Total
haittatekijät ^a	Eksyminen, harhailu	89	78	11	178
		36,5%	29,5%	28,9%	
	Tungos, jonotus	70	101	18	189
		28,7%	38,3%	47,4%	
	Etukäteistiedon puute	79	65	7	151
		32,4%	24,6%	18,4%	
	Pitkät kävelymatkat	101	78	15	194
		41,4%	29,5%	39,5%	
Häiriö muista ihmisistä	27	59	11	97	
	11,1%	22,3%	28,9%		
Palvelujen puute	65	39	13	117	
	26,6%	14,8%	34,2%		
Ympäristön roskaisuus	46	71	5	122	
	18,9%	26,9%	13,2%		
Total		244	264	38	546

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Haittatekijät verrattuna käyntikertoihin

		Käyntikerrat Suomenlinnassa				
		ensimmäinen		yli 10 ker-		
		kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	taa	Total
haittatekijät ^a	Eksyminen, harhailu	114	36	9	20	179
		41,0%	33,0%	17,6%	18,2%	
	Tungos, jonotus	69	39	25	56	189
		24,8%	35,8%	49,0%	50,9%	
	Etukäteistiedon puute	113	21	6	12	152
		40,6%	19,3%	11,8%	10,9%	
	Pitkät kävelymatkat	110	38	15	32	195
		39,6%	34,9%	29,4%	29,1%	
	Häiriö muista ihmisistä	31	21	11	34	97
	11,2%	19,3%	21,6%	30,9%		
Palvelujen puute	67	20	7	24	118	
	24,1%	18,3%	13,7%	21,8%		
Ympäristön roskaisuus	51	23	12	36	122	
	18,3%	21,1%	23,5%	32,7%		
Total		278	109	51	110	548

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

TALVIKAUSI (23)

- Kylmä ilma, tuuli (11)
- Lumi (3)
- Avovanki vaikutti epäilyttävältä.
- Liika hiekoitus häittäsi pulkan vetoa; voisi olla myös hiekoittamaton osa/puoli kävelyteillä.
- Mukulakivikadut
- Lokit
- Lauttalippujen ostaminen hankalaa
- Vähän tekemistä syksyllä
- Liian vähän opasteita
- Vihainen pyöräilevä mies
- Sotamuseo oli kiinni.

KESÄKAUSI (99)

- Lokit/hanhet +jätökset, ampiaiset (26)
- Traktorit/kovaääniset koneet/liikenne (4)
- Palvelut kiinni: etenkin touko- ja syyskuussa, odotti pizzaa 2 tuntia eikä silloinkaan saanut ruokaa (5)
- Sade, sumu, tuuli, kylmä ilma (9)
- Korkeat paikat pelottivat
- Ihana hyvä kokemus yllätti hyvyydellään, mahtava reissu.
- Kirkko suljettu (1)
- Lauttalippujen ostaminen hankalaa(2)
- Mukulakivet: Lastenrattaiden kanssa vaikea kulkea (8)
- Lasten kanssa opastetut kierrokset eivät onnistu.
- Autopaikan varaukseen lauttamatkalle ei saanut yhteyttä.
- Pankkiautomaatin puute: museoissa ei käynyt Visa (2)
- Graffitti.
- Tuhkakuppien puute.
- Lautta-aikataulu (2)
- Huono palvelu (2)
- Vessat: vähyys, sotkuisuus, jonot (3)
- Humalaiset: huuto ja laulaminen lautalla (2)
- Kuumuus
- Kahviloiden kyltit eivät ruotsiksi
- Ravintoloista ei saa ruokaa klo 21
- Enemmän tietoa rakennusten historiasta, käytöstä, lisää infotauluja (4)
- Ei juomavettä
- Välimatkat
- Missä lautta on?

- historiallisten selitysten puuttuminen nähtävyyksiltä
- Koira uimarannalla
- Tupakointi lautalla
- Aikaa liian vähän
- Suomenlinnakeskus liian kaukana lauttalaiturista
- Roskat tykeissä.
- Voiko vuokrata pyörän?
- Lintu kokoustilassa
- Liikaa ihmisiä

Liite 15. Tiedonsaanti, taulukot

		Tietolähde		
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$Tietolähde ^a	tuttavat/sukulaiset	248	22,4%	27,0%
	matkailuneuvon- ta/matkatoimisto	136	12,3%	14,8%
	esi- te/opaskirja/matkaohjelma	219	19,8%	23,9%
	Internet	214	19,3%	23,3%
	oma kokemus	258	23,3%	28,1%
	jokin muu lähde	32	2,9%	3,5%
	Total		1107	100,0%

a. Group

		Tietolähde talvi- ja kesäkaudella		
		Talvi- vai kesäkausi		Total
		talvi	kesä	
\$Tietolähde ^a	tuttavat/sukulaiset	58	190	248
		26,1%	27,3%	
	matkailuneuvon- ta/matkatoimisto	45	91	136
		20,3%	13,1%	
	esi- te/opaskirja/matkaohjelma	59	160	219
		26,6%	23,0%	
	Internet	57	157	214
	25,7%	22,6%		
oma kokemus	56	202	258	
	25,2%	29,0%		
jokin muu lähde	7	25	32	
	3,2%	3,6%		
Total		222	696	918

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Khiin neliö-testi

		Talvi- vai kesä- kausi
tietolähde	Chi-square	10,429
	df	6
	Sig.	,108

Results are based on nonempty rows and columns in each innermost subtable.

Tietolähde verrattuna sukupuoleen

		Sukupuoli		Total
		mies	nainen	
\$Tietolähde ^a	tuttavat/sukulaiset	106 27,0%	142 27,0%	248
	matkailuneuvon- ta/matkatoimisto	57 14,5%	79 15,0%	136
	esi- te/opaskirja/matkaohjelma	98 25,0%	121 23,0%	219
	Internet	81 20,7%	133 25,3%	214
	oma kokemus	104 26,5%	154 29,3%	258
	jokin muu lähde	20 5,1%	12 2,3%	32
	Total	392	526	918

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Tietolähde verrattuna koulutustaustaan

	Koulutus			Total
	perus/ kansakoulu	ammattillinen tutkinto/ lukio	korkeakoulu/ ammattikorkea- koulu	
\$Tietolähde ^a tuttavat/sukulaiset	12 30,0%	68 30,6%	166 25,5%	246
matkailuneuvonta/matkatoimisto	2 5,0%	16 7,2%	116 17,8%	134
esite/opaskirja/matkaohjelma	8 20,0%	35 15,8%	175 26,9%	218
Internet	10 25,0%	53 23,9%	150 23,0%	213
oma kokemus	13 32,5%	91 41,0%	153 23,5%	257
jokin muu lähde	2 5,0%	5 2,3%	25 3,8%	32
Total	40	222	651	913

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Tietolähde verrattuna alueeseen

	Alue				Total
	Helsinki	Muu pk- seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	
\$Tietolähde ^a tuttavat/sukulaiset	44 22,6%	14 17,5%	41 34,5%	146 28,5%	245
matkailuneuvonta/matkatoimisto	7 3,6%	1 1,3%	4 3,4%	121 23,6%	133
esite/opaskirja/matkaohjelma	11 5,6%	6 7,5%	12 10,1%	188 36,7%	217
Internet	38 19,5%	21 26,3%	31 26,1%	121 23,6%	211
oma kokemus	115 59,0%	47 58,8%	53 44,5%	40 7,8%	255
jokin muu lähde	10 5,1%	3 3,8%	1 ,8%	16 3,1%	30
Total	195	80	119	512	906

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Tietolähde verrattuna käyntikertoihin

	Käyntikerrat Suomenlinnassa				Total
	ensimmäinen kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	yli 10 kertaa	
Tietolähde ^a tuttavat/sukulaiset	130 28,1%	59 35,1%	23 24,7%	36 18,5%	248
matkailuneuvonta/matkatoimisto	112 24,2%	13 7,7%	7 7,5%	4 2,1%	136
esite/opaskirja/matkaohjelma	180 39,0%	21 12,5%	8 8,6%	10 5,1%	219
Internet	109 23,6%	40 23,8%	24 25,8%	41 21,0%	214
oma kokemus	17 3,7%	69 41,1%	50 53,8%	122 62,6%	258
jokin muu lähde	16 3,5%	2 1,2%	2 2,2%	12 6,2%	32
Total	462	168	93	195	918

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Tietolähde verrattuna matkan syyhyn

	\$MatkanSyy ^a							Total
	ulkoilu/uiminen/ piknik	nähtävyydet/ museot	kuvataide/musiikki/ teatteriesitys	kokous/ työ	opiskelu/ harrastus	juhlatilaisuus	ravintolassa/ kahvilassa käynti	
\$Tietolähde ^a tuttavat/sukulaiset	96	129	7	9	8	8	21	238
	26,1%	27,9%	22,6%	15,3%	20,5%	25,8%	30,0%	
matkailuneuvonta/matkatoimisto	41	94	4	5	1	4	7	135
	11,1%	20,3%	12,9%	8,5%	2,6%	12,9%	10,0%	
esite/opaskirja/matkaohjelma	71	143	8	8	10	7	11	218
	19,3%	31,0%	25,8%	13,6%	25,6%	22,6%	15,7%	
Internet	82	111	12	21	11	10	23	211
	22,3%	24,0%	38,7%	35,6%	28,2%	32,3%	32,9%	
oma kokemus	148	80	9	21	13	13	25	256
	40,2%	17,3%	29,0%	35,6%	33,3%	41,9%	35,7%	
jokin muu lähde	9	16	1	6	6	0	2	31
	2,4%	3,5%	3,2%	10,2%	15,4%	,0%	2,9%	
Total	368	462	31	59	39	31	70	902

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Liite 16. Tietolähde, avoimet vastukset

- TV/radio: ohjelma World Heritage, Finnairin lento-ohjelma (4)
- taidekurssin tiedote (2)
- Ravintola Walhallan tarjoilija
- kirjallisuus
- koulun retket
- matkaopas/ryhmän vetäjä (2)
- lautta-aikataulu
- tyttären luokan hanke Viaporin telakalla.
- entinen asukas (2)
- työ/työkaveri (5)
- metrokartta
- prinsessa
- avovankila
- eräs ystävätär
- koulu
- Grand circle travel
- Rick Steves-USA. Europe through the back door.
- Ehrensverd-seura

Liite 17. Unesco, taulukot

**Tiesittekö tullessanne että Suomenlinna on
UNESCO:n maailmanperintökohde?**

		Frequency	Valid Percent
Valid	kyllä	646	66,3
	ei	328	33,7
	Total	974	100,0
Missing	System	26	
Total		1000	

Tietämys maailmanperintökohteudesta verrattuna ikäryhmiin

		Ikä						Total
		20 tai alle	20 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	yli 60	
Tiesittekö tullessanne	kyllä	20	179	173	114	88	64	646
että Suomenlinna on		54,1%	64,4%	68,1%	65,5%	68,8%	71,1%	66,3%
UNESCO:n maailman-	ei	17	99	81	60	40	26	328
perintökohde?		45,9%	35,6%	31,9%	34,5%	31,3%	28,9%	33,7%
Total		37	278	254	174	128	90	974
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tietämys maailmanperintökohteudesta verrattuna sukupuoleen

		Sukupuoli		
		mies	nainen	Total
Tiesittekö tullessanne että	kyllä	259	386	645
Suomenlinna on UNESCO:n		63,3%	68,4%	66,3%
maailmanperintökohde?	ei	150	178	328
		36,7%	31,6%	33,7%
Total		409	564	973
		100,0%	100,0%	100,0%

Tietämys maailmanperintökohteudesta verrattuna koulutustaustaan

		Koulutus			Total
		perus/ kansakoulu	ammatillinen tutkinto/lukio	korkeakoulu/ ammattikorkeakoulu	
Tiesittekö tullessanne että Suomenlinna on UNESCO:n maailman- perintökohte?	kyllä	26 61,9%	151 62,4%	466 68,0%	643 66,4%
	ei	16 38,1%	91 37,6%	219 32,0%	326 33,6%
Total		42 100,0%	242 100,0%	685 100,0%	969 100,0%

Khiin neliö-testi (unesco-koulutus)

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	2,931 ^a	2	,231
Likelihood Ratio	2,901	2	,234
Linear-by-Linear Association	2,645	1	,104
N of Valid Cases	969		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,13.

Tietämys maailmanperintökohteudesta verrattuna lähtöalueeseen

		Alue				Total
		Helsinki	Muu pk-seutu	Muu Suomi	Ulkomaat	
Tiesittekö tullessanne että Suomenlinna on UNES- CO:n maailmanperintö- kohde?	kyllä	184 84,8%	64 71,9%	87 66,4%	303 58,0%	638 66,5%
	ei	33 15,2%	25 28,1%	44 33,6%	219 42,0%	321 33,5%
Total		217 100,0%	89 100,0%	131 100,0%	522 100,0%	959 100,0%

Tietämys maailmanperintökohteudesta verrattuna käyntikertoihin

		Käyntikerrat Suomenlinnassa				
		ensimmäinen				
		kerta	1-4 kertaa	5-10 kertaa	yli 10 kertaa	Total
Tiesittekö tullessanne	kyllä	274	107	73	192	646
että Suomenlinna on		57,3%	58,8%	74,5%	88,9%	66,3%
UNESCO:n maailmanpe-	ei	204	75	25	24	328
rintökohde?		42,7%	41,2%	25,5%	11,1%	33,7%
Total		478	182	98	216	974
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Liite 18. Myönteisiä kokemuksia talvi- ja kesäkaudella, avoimet vastaukset

TALVIKAUSI (loka-huhtikuu), myönteisten kommenttien lukumäärä

Sää/aurinko	11
Kylmän sään kokeminen, lumimyrsky (2)	
Luonto	14
Maisema/näköala/kauneus	46
Kauniit puutalot, rakennukset (4)	
Talviset maisemat, lumi ja jää (9)	
Valokuvauksellisuus (3)	
Ulkoilu	8
Ylämäkeen kävely talvella (1)	
Ympäristö/miljö	5
Tilavuus (2)	
Nähtävyydet	20
Arkkitehtuuri (3)	
Kuninkaanportti (2)	
Kustaanmiekka (1)	
Merilinnointus (6)	
Muurit, luolat, rauniot (6)	
Merellisyys, raikas meri-ilma	10
Jäätynyt meri (2)	
Hiljaisuus/tunnelma	27
Autottomuus (1)	
Ilmapiiri (7)	
Rauhallisuus, ei liikaa väkeä (12)	
Kokonaisuus	7
Mahdollisuus tutkia saarta omatoimisesti (2)	
Historia	14
Paras historiallinen nähtävyys (2)	
Voi syödä omia eväitä tai ulkoilla ja samalla nauttia historiasta Helsingissä (2)	
Hinta	2
Halpa matkan hinta (1)	
Saarella liikkuminen ilmaiseksi (1)	
Palvelut	42
Cafe Vanille (3)	
Kirkko: tornissa käynti, todella ystävällinen palvelu kirkon henkilökunnalta! (2)	
Laajakangasesitys (3)	
Lelumuseo (2)	
Museot, näyttelyt (4)	
Pirunkirkko: hieno hääjuhlapaikaksi, ystävällinen esittelijä (1)	

Pizzeria Nikolai: hyvä hinta/laatu suhde (1)	
Ravintolat, kahvilat (4)	
Ravintola Suomenlinnan Panimo: lämmin ilmapiiri, hyvä ruoka ja juoma, hyvä hinta-/laatusuhde, mukava henkilökunta (5)	
Sotamuseon Maneesi-näyttely (1)	
Suomenlinnakeskus: hyvä palvelu (3)	
Suomenlinna-museo (1)	
Telakka (1)	
Tynnyrintekijän huone: hyvä kokouspaikka (1)	
Ystävällinen palvelu (9)	
Opasteet	3
Lauttamatka	8
Lauttamatka jäätyneellä merellä (3)	
Selkeä tieto lautan lähtöajoista (1)	
Siisteys/ylläpito	12
Hyvä talvihuolto (2)	
Tarpeeksi vessoja (2)	
Siisteys, tarpeeksi roskiksia (8)	
Sijainti, saavutettavuus	2
Seura, muut ihmiset	4
Ihmisten leppoisuus (1)	
Muuta	11
Saaren muuttumattomuus (1)	
Helsingin hienoin nähtävyys (2)	
Kiitoksia mukavasta oleilusta ja muita erilaisia toivotuksia	
Kesällä olisi kiva tulla uudestaan (2)	
En pitänyt mistään. Oli tylsää (1)	
Yhteensä	246

KESÄKAUSI (touko-syyskuu), myönteisten kommenttien lukumäärä

Sää, aurinko, lämpö	125
Luonto	70
Nurmialueet (14)	
Maisema/näköala/kauneus	124
Valokuvauksellisuus (1)	
Ulkoilu, retkeily, uiminen	46
Uimaranta (5)	
Ympäristö/miljö	33
Alueen suuruus (5)	
Nähtävyydet	49
Arkkitehtuuri (3)	
Rakennukset, linnoitukset (26)	
Tunnelit/luolat (14)	
Merellisyys, raikas meri-ilma	21
Hiljaisuus/tunnelma	86
Autottomuus (2)	
Ilmapiiri (10)	
Rauhallisuus, ei liikaa väkeä (45)	
Kokonaisuus	60
Ainutlaatuisuus (5)	
Monipuolisuus, paljon nähtävää (11)	
Saari avoin kaikille, mahdollisuus tutkia omatoimisesti (5)	
Historia	34
Suomen historian tutustuminen (5)	
Hinta	9
Ilmaisuus (9)	
Palvelut	103
Edellisen vierailun jälkeen palvelut parantuneet.	
Ehrensverd muistomerkki (1)	
Eväsrुकailutila (3)	
Hostelli (1)	
Hytti Ry:n lasistudio (1)	
Kahvila Vinssi vastasi odotuksia (2)	
Kauppa auki myöhään illalla (1)	
Kirkko (1)	
Kuninkaanportti (2)	
Kustaanmiekka (3)	
Laajakangasesitys (5)	
Lelumuseo (5)	
Merisotakouluvierailu (1)	
Museokauppa (1)	
Museot/näyttelyt (5)	

Puuveneräyttely (1)	
Ravintolat/kahvilat/kioski : hyvä ruoka/juoma, tarpeeksi ravintoloita ja kahviloita, hyvät sijainnit (26)	
Siwa (3)	
Sodanaikaiset bunkkerit (1)	
Sotamuseo: ystävällinen palvelu (1)	
Sukellusvene Vesikko (7)	
Suomenlinnakeskus (1)	
Teatteriesitys (2)	
Tykit (12)	
Vanhoihin vaatteisiin pukeutuneet ihmiset/ammuntaesitys (5)	
Vierasvenesatama (1)	
Ystävällinen palvelu (8)	
Opasteet	27
Hyvät selitykset kylteissä (2)	
Opasteet englanniksi (3)	
Wc-opastukset (2)	
Hyvä opas/opastettu kierros: keuhuttiin oppaan ruotsin/englanninkielen taitoa, historiantuntemusta ja kuuluvaa ääntä (12)	
Lauttamatka	11
Hyvä tiheys (4)	
Siisteys/ylläpito	41
Tarpeeksi vessoja: määrää lisätty edellisestä kerrasta, siistejä (8)	
Tarpeeksi roskiksia (8)	
Sijainti, saavutettavuus	6
Maailmaperintökohteus	3
Seura, muut ihmiset	31
Suomalaiset miehet/naiset (2)	
Lapsiperheille sopiva kohde	11
Turvallinen	
Siisti leikkipaikka (2)	
Hyvä lasten kierros (2)	
Hyvin säilytetty	7
Muuta	15
Mukava päivä (5)	
Tulisin uudestaan (3)	
Kiva esitellä ulkomaalaisille ystäville (2)	
Erinomaiset Internet-sivut	
Suihku rannalla vaikutti mielenkiintoiselta (1)	
Yhteensä	912

TALVIKAUSI (loka-huhtikuu), parannusehdotusten lukumäärä

Enemmän opastusta ja informaatiota (kylttejä/viittoja/opasteita/oppaita) 26

- Kartta ja reittiehdotus, josta selviäisi missä kannattaa käydä ja miten sinne pääsee (2)
- Saada ihmiset/vierailijat tajuamaan/uskomaan Suomenlinnan ainutlaatuisuus - kävely vain merkityillä poluilla/teillä.
- Pääreitien erottuminen maastossa.
- Kauppatorin lähtölaiturilla/lautalla olisi hyvä ilmoittaa, mitkä palvelut ovat auki eri vuodenaikoina (4)
- Lisää oppaita
- Vallejen vaarallisuuden merkitseminen kyltein, kuitenkin niin että kyltit eivät piilaisi maisemaa.
- Jo saapuessa voisi olla ohjeistus mahdollisista vaarallisista paikoista.
- Pari ohikulkijaa sanoi meidän oleskelevan "haudan päällä". Paikalla oli vain pieni kyltti "Suomenlinnan vankileiri". Jos ko. paikalla on oikeasti hauta, merkitsemiseen voisi kiinnittää huomiota.
- Tauluista puuttuu "olet tässä" –merkki
- Lisää informaatiota japaniksi, venäjäksi ja englanniksi (4)
- Opastauluja/tietokylttejä kertoen mihin rakennuksia käytetty(2)

Palvelujen parantaminen, monipuolistaminen ja lisääminen 24

- Myyjäiset alkoivat mukamas klo 12, mutta siellä ei ollut juuri mitään/ketään.
- Lisää laituritilaa omille veneille.
- Grillauspaikka
- Siwa entiseen rakennukseen.
- Kun on näin hyväluminen talvi pulkkamäki/lasten ulkoilun voisi huomioida.
- Mielenkiintoiset kohteet puuttuivat.
- Lisää valikoimaa Museokauppaan.
- Etnisten ohjelmien tarjonnan parantaminen
- Sauna
- Valot tunneleihin
- Ilmaisia kävelykierroksia
- Opastettu kävelykierros liian lyhyt.
- Ympäristön käyttäminen kaupallisesti (torit ja muut tapahtumat)
- Suomenlinna -mobiliipalvelu kännykkään.
- Jonkin tyyppinen ”aktiiviteetti-alue”

Ravintolat

- Lisää ravintoloita, kahviloita, kauppia (7) >pidemmät aukioloajat
- Harmi, että kahvilassa ei ollut lämmintä viiniä.
- Panimo-ravintolan ruokalista oli melko suppea ja tarjoilijatar olisi voinut olla ystävällisempi.
- Ravintoloissa liian kalliit hinnat (2)

Lisää penkkejä	1
Ympärivuotisuuden lisääminen	19
<ul style="list-style-type: none"> - Enemmän palveluita ympärivuotisiksi: etenkin huhti- ja lokakuussa paikkoja kiinni(11) - Talviajan toimintamuotojen lisääminen. (5) - Mahdollisuus tutustua Sukellusvene Vesikkoon myös talvella (3) 	
Enemmän hoitoa, siistimistä ja kunnostamista	9
<ul style="list-style-type: none"> - Enemmän talvikunnossapitoa (2) >Kuninkaanportille johtavan tien auraaminen - Talvella on vaikea kävellä valleilla jään takia - lisää kaiteita mäkiin kohtiin. - Siisteyteen panostaminen myös rannoilla. - Roskien poistaminen tykeistä ja tunneleista. - Lisää roskakoreja (2) 	
Opasteiden parantaminen lauttalaitureilla	5
<ul style="list-style-type: none"> - Nykyinen info epäselvää - Rannan pysäköinnin luottokorttimaksumahdollisuus on hyvä, kaikki automaattisellaisiksi tai opastus mistä se löytyy. - Lippuautomaatissa ei ole venäjänkielistä vaihtoehtoa. 	
Kaikki hyvin nykyisellään	11
<ul style="list-style-type: none"> - On hyvin kehittynyt viime vuosina! 	
Lauttojen/lauttarannan kehittäminen	7
<ul style="list-style-type: none"> - Lämmin lautan odotustila Suomenlinnaan (4) - Lämmityslaitteet lautalla olisivat mukavat - Mahdollisuus ostaa kuumia juomia lautalta. - Suomenlinna palveluista tiedottaminen lauttamatkan aikana. 	
Saaren sisäisen liikenteen kehittäminen	5
<ul style="list-style-type: none"> - Liian pitkät kävelymatkat 	
Lisää lauttalähtöjä	4
<ul style="list-style-type: none"> - Lautat kulkevat vain tunnin välein talvella! Pitäisi mennä hieman useammin, esim. 2 tunnissa. - Enemmän lauttoja loma-aikoina 	
Panostusta turvallisuuteen/järjestykseen	3
<ul style="list-style-type: none"> - Turvallisuuden parantaminen liukkailla paikoilla. - Pitäisi pyrkiä poistamaan ns. skeittari/frisbee tyypit ja muut grillaajat. - Yleinen järjestys Suomenlinnassa. Kesällä juopot ärsyttävät. 	
Lisää vessoja	1
Muuta	1
<ul style="list-style-type: none"> - WC- istuimet voisi olla posliinisia. 	

Ei lisää...

- Lisätyt vaara-kyltit eivät tarpeellisia.
 - Kyltit ja aidat tarpeettomia ja epäesteettisiä.
-

Yhteensä

116

Enemmän opastusta ja informaatiota (kylttejä/viittoja/opasteita/oppaita) 61

- Isompia ja selkeämpiä opasteita
- Opastauluja/tietokylttejä kertoen mihin rakennuksia, tunneleita, tykkejä käytetty (13)
- "Opaskioski", jossa voisi kysellä historiasta. (2)
- Ääniopas (4)
- Paremmat opasteet museoiden/ravintolapalveluiden luo (3)
- Info-lehtisiä lauttarantaan/tietoa heti saapuessa (5)
- Paremmat kartat (2)
- Tiedotusta että roskaaminen ja grillaaminen on kielletty (tänäänkin näkyi ainakin yksi kertakäyttögrilli käytössä).
- Lapsille suunnattu opastuskierros -jännitystä. Voisi olla jotain pientä useasti, mielellään edullista.
- WC-kyltit selkeämmiksi (ruosteisia, osoittavat väärään suuntaan, parempi opastus leikkipaikalta) (3)
- Tauluista puuttuu "olet tässä" – merkki (kuten myös muualta Helsingistä)(2)
- Ehrensvärd-museon ovessa ei ollut aukioloaikoja. Ei tullut palattua myöhemmin, kun ei tiennyt milloin aukeaa
- Maininta kartoissa, kuinka kauan kestää kävellä paikasta toiseen.
- Opasteet kalliokirjoituksille ja niistä jokin kartoitus tai esittely.
- Informaatiota saaren tapahtumista.
- Olisi mukava tietää etukäteen yksityistilaisuuksista kahviloissa/ravintoloissa, ettei tarvitse turhaan kävellä saaren toiseen päähän.

Kielivaihtoehdot

- Suomenlinnan kehityksen eri vaiheet myös englanniksi Suomenlinna-museossa.
- Venäjänkielisen informaation/opastuksen lisääminen (3)
- Ruotsinkielisen informaation/opastuksen lisääminen (2)
- Saksan-, puolan- ja italiankielisen informaation lisääminen (3)
- Kaikki kyltit, informaatio ja opastukset myös englanniksi (2)

Palvelujen parantaminen, monipuolistaminen ja lisääminen

72

- Dokumentti elämästä linnoituksessa.
- Erilaisia tapahtumia (2) esim. joulumarkkinat, käsityöläismarkkinat jne.
- Palvelut turhan kalliita (7)
- Grillauspaikka (2)
- Helsinki card ei käynyt lelumuseon sisäänpääsymaksusta
- Lisää polkuja ja kävelyreittejä
- Pankkiautomaatti (4)
- Telakalle työnäytöksiä ja opastuksia, vai onko niitä jo?

- Vanhanajan tyyliin pukeutuneita oppaita
- Taskulamppuja tunneleihin
- ”Leikkipaikka” aikuisille: lentopallokenttä, bowls jne.
- Myyjien palvelualttius! Laiskoja olivat.
- Suomenlinnakeskukseen enemmän valoa ja parempi ilmastointi (2)
- Mahdollisuus liittyä opastettuun kävelykierrokseen, vaikka tulisi hieman myöhässä
- Leikkikenttä tai muu paikka, johon lapset voi jättää hetkeksi maksua vastaan.
- Koirapuisto
- Galleria Augustaa ei merkitty karttaan.
- Enemmän henkilökuntaa infopisteisiin.
- Enemmän sateenvarjoja/sadekatoksia (2)
- Iso uima-allas
- Kansanmusiikkia
- Mahdollisuus ostaa viltin sisältävä piknik-kori Suomenlinnasta
- Valokuvamahdollisuus vanhoihin vaatteisiin pukeutuneiden ihmisten kanssa
- Nettisivut eivät toimineet hyvin.
- Internet-palveluiden kehittäminen / mobiilipalvelu
- Suurempi kauppa/toinen kauppa saaren toiselle puolelle (6)

Ravintolat/kahvilat

- Liian pitkä odotusaika Pizzeria Nikolaissa (pizzan saaminen kesti 1-2 tuntia) (3)
- Enemmän kahviloita: viihtyisiä, pientä suolaista tarjoavia, merinäköalallisia, omaperäisiä (5)
- Edullisempia ruokapaikkoja/kahviloita (5)
- Ruoan laadun parantaminen (3)
- Panimon olut oli laimeaa ja väljähtynyttä.
- Jäätelöt saisivat olla halvempia.
- Ravintolat voisivat avata aikaisemmin ja sulkea myöhemmin (2)
- Vähemmän baareja ja enemmän perheruokaa tarjoavia ruokapaikkoja (annoksia myös lasten makuun) (2)
- 3 euroa pizzan puolittamisesta on vain liikaa.
- Kahvila Panimo olisi voinut olla viihtyisämpi
- Ravintola Walhalla kallis: 6 euroa kahvista ja pienestä jäätelöstä
- Enemmän virvokkeita

Uimapaikkojen parantaminen

9

-
- Uimaranta on pieni verrattuna ihmismäärään. Mahdollisia muita uintipaikkoja voisi merkitä selvemmin. (2)
 - Parempi varustelu rannoille, esim. leikkipuisto (2)

- Ilmaista jäätelöä rannalla
- Uimarannan ja tukkien sisällön putsaaminen levästä.

Lisää vesipisteitä **7**

Lisää pöytiä ja penkkejä **17**

- Leikkipaikalla voisi myös olla lasten kokoisille pöytä ja tuolit eväitä varten (2)
- Pöytiä eväiden syömiseen (3)
- Penkkejä: osa varjossa, meren rannalla (12)

Esteettömän liikkumisen edistäminen **13**

- Vanhusten on vaikea kävellä mukulakivillä. Sileäkivisiä kävelyväyliä mukulakivi-kohdissa (4)
- Mukulakivillä hankalia kulkea lastenrattaiden kanssa (3)
- Mahdollisuuksien mukaan saarelle tulisi rakentaa esteetön pyörätuolireitti, joka lisäisi pyörätuolilla liikkuvien sekä muuten liikkumisen tukea tarvitsevien mahdollisuuksia tutustua saareen (3)

Saaren sisäisen liikenteen kehittäminen **24**

- Nähtävyyksien katselu aasin selässä
- Mahdollisuus vuokrata pyörä tai sähköpyörä (6)
- Hevoskärry-pyöräriksakuljetus huonokuntoisille ihmisille.
- Pieni turisteja kuljettava juna (2)
- Sähköautoja turistien käyttöön
- Taksi

Ympärivuotisuuden lisääminen **16**

- Enemmän museoita/kahviloita auki keväällä (huhti-toukokuussa) ja syyskuussa: etenkin Vesikon kiinni oleminen pettymys (12)
- Kävelykierros ympärivuotiseksi

Enemmän hoitoa, siistimistä ja kunnostamista **33**

- Linnoituksen restaurointi.
- Osa puisista portaista oli rikki/irti.
- Vallien eroosioon tulisi kiinnittää enemmän huomiota.
- Talot huonossa maalissa
- Vessojen siisteys: myös käsipaperia, saippuaa (9)
- Lasinsirut pois: voisiko saarelle säätää lasipullokiellon, juomia tuotaisiin ja myytäisiin vain tölkeissä ja muovipulloissa? (3)
- Roskien siivoaminen rannalta
- Lisää tuhkakuppeja
- Roska-astiat tulee tyhjentää ajoissa, ennen kuin ne ovat täynnä.
- Roskat pois tykeistä (2)

- Eläinten ulosteiden siivous
- Lisää roskakoreja (5)

Opasteiden parantaminen lauttalaitureilla **10**

- nykyinen info epäselvää, isommat opasteet
- Lauttavuorojen aikatauluinfo puutteellista molemmista satamista (JT-line).
- Lipun ostaminen vaikeaa (venäjänkielisen informaation puute, kolikoilla maksaminen) (3)
- HSL aikataulu vaikealukuinen ja virheellinen: Suomenlinnan rannassa olevan aikataulun mukaan lautta kulkisi 20min välein syksylläkin (2)

Lauttojen/lauttarannan kehittäminen **13**

- Lautan siisteys
- Lautta aikaisemmin rantaan ennen lähtöä
- Lauttarannassa ei kunnan katosta!!
- Parempi ilmastointi lautalle
- Lauttasatama toiselle puolelle saarta (Kuninkaanportille) (2)
- Lisää lippuautomaatteja
- Lautan jonotusysteemin parantaminen (5) >mantereen puolella hirveä tungos ja kapeat ahtaat portit ahdistivat (ihmiset eivät tajunneet portteja ja tönivät). Ratkaisu esimerkiksi laskuri, josta näkee kuinka paljon lautalla vielä tilaa
- Lautan aikataulun kunnioittaminen – lähti 4 minuuttia liian aikaisin ja toinen oli 40 min myöhässä.

Lisää lauttalähtöjä **15**

- Kiireisenä aikana lauttojen tiheämpi vuoroväli (2)
- Talvella lisää lauttavuoroja (3)
- Lisää aamu-/iltavuoroja (3)

Kaikki hyvin nykyisellään **28**

- Olemme onnekkaita voidessamme säilyttää tämänkaltaisia paikkoja.
- Pyritään jatkossakin pitämään alue alkuperäisenä, historiallisena (5)

Panostusta turvallisuuteen/järjestykseen **12**

- Kaiteet Kustaanmiekkaan
- Vaarallisten paikkojen, esim. jyrkänteiden lähellä voisi olla useammin/enemmän varoituskylttejä ja -aitoja (2)
- Liukkaasta lattiasta varoittavia kylttejä
- Vaarallisia kynnyksiä luolissa.
- Oli lahoja kaiteita yms.
- Tunneleissa käärmevaroituskyltti, onko todellinen vaara? Myös ulkopuolelle kyltit silloin.
- Tiessä koloja, johon yksi seurueestamme astui ja nyrjäytti nilkkansa

- Nuoret kovaääniset juopottelijat kuriin (2)

Liikenteen rajoittaminen**3**

-
- Rajoittakaa/tarkkailkaa huoltoajoa saarella, hieman vilkas liikenne, ajellaan traktorilla kahville.
 - Traktoreiden määrää tulisi vähentää
 - Autoja vähemmän/pois silmistä/hiljaisempia ajoneuvoja. Voiko käyttää sähköautoja?

Lisää vessoja**16**

-
- Lisää vessoja lauttalaiturin läheisyyteen.
 - Pottia vessoihin.
 - Lisää tilavia vessoja, aina saa jonottaa (2)

Muuta**14**

-
- Suomalaisten tulisi hymyillä enemmän ja katsoa ihmisiä silmiin.
 - ”Kylämäisyyden” säilyttäminen
 - Vuorovaikutteisuuden lisääminen
 - Vaaleanpunainen talo tarvitsee ikkunat.
 - Käyttäjien mukaanotto kehitystyöhön.
 - Muiden lähisaarten mukaanotto Suomenlinna-konseptiin (2)
 - Rajoittakaa hanhien määrää/pääsyä/jätöksiä!
 - Veteen vievät portaat tulisi poistaa mahdollisen ulkomailta tulevan hyökkäyksen vuoksi.
 - Liian modernisoimisen välttäminen
 - Enemmän ja pitempiä luolia.
 - Tapetaan lokit heti!
 - Jatkuvista korjaustöistä on haittaa, mutta ei kai niille voi mitään.

Ei lisää...

-
- Aitoja EI tarvitse lisätä valleille.
 - Kahviloita

Yhteensä**363**